

Seminar-/ Webinar- Angebot 2024 / 2025

PROGRESS
Finanzplaner



Inhaltsverzeichnis

01	#freshmaker	3
	<i>Der / die Makler:in – Das unbekannte Wesen</i>	3
	<i>Jungmakler:in</i>	3
	<i>Kennlernen von Methoden</i>	3
	<i>„Wie berät & vermittelt PROGRESS Finanzplaner BU und Dread-Disease-Absicherung?</i>	4
	<i>Wie du mit einer klar definierten Zielgruppe mehr Erfolg hast</i>	4
	<i>Controlling ist der Schlüssel zum Erfolg</i>	4
02	#megatrends	5
	<i>Sechs anstehende Megatrends, die du als Versicherungsmakler:in nicht aus den Augen verlieren solltest</i>	5
	<i>Die Zukunft kann kommen! Praxisworkshop zu Geschäftsmodellentwicklung vor dem Hintergrund aktueller Themen, wie Digitalisierung, CoCreation, Individualisierung, KI und Nachhaltigkeit</i>	5
	<i>Was kann die Finanzberatung von adaptiven Versicherungen lernen</i>	6
	<i>Erfolgreich als Maklerunternehmen im Zeitalter der Digitalisierung</i>	6
	<i>Digitalisierung verstehen und richtig nutzen</i>	6
	<i>Geschäftsmodellentwicklung 4.0</i>	6
	<i>Geschäftsmodellentwicklung vor dem Hintergrund der aktuellen Megatrends</i>	7
03	#nachhaltigkeit	7
	<i>Generation Y und das Thema Nachhaltigkeit</i>	7
	<i>Wie Makler:innen Nachhaltigkeit für sich nutzen können</i>	7
	<i>Nachhaltigkeit – Trend oder Notwendigkeit? Wie du den Megatrend für dich nutzen und umsetzen kannst</i>	8
04	#millennials	8
	<i>Generation Y - Oft angestrebt, selten erreicht - Türöffner & No-Gos</i>	8
	<i>Lebensphase 29+: Mehrwerte in der Kundenberatung generieren</i>	8
	<i>Akquirieren, beraten und begeistern</i>	9
05	#einkommenssicherung	9
	<i>Checkliste Arbeitskraft- und Einkommensabsicherung</i>	9
	<i>Beratungsansätze zur Berufsunfähigkeit, Grundfähigkeit, Dread-Disease-versicherung & Co.</i>	9
06	#bestandsbetreuung	10
	<i>Wie geht gute Bestandskundenbetreuung</i>	10
	<i>"Finanz-Check-Up,, Wie Sie junge Kunden in Versicherungsfragen optimal betreuen</i>	10
07	#kommunikation	10
	<i>Bedarfsgerechte Online-Ansprache junger Kund:innen im Beratungsprozess</i>	10
	<i>Digital Natives – wie Sie online junge Kund:innen gewinnen</i>	10
	<i>Mit Facebook 3 Kunden pro Tag akquirieren in 10 Schritten. Wie du solch Cargo Kulte vermeidest</i>	11
	<i>Die Zukunft kann kommen! - Praxisworkshop zur Entwicklung der eigenen Marketing- & Kommunikationsstrategie</i>	11

01 #freshmaker (Themen die bei euch intern vorgestellt werden)

01.1

Der / die Makler:in – Das unbekannte Wesen → Mit getesteten Methoden & Maßnahmen die eigene Makler:innen-Zielgruppe definieren und fokussiert Lösungen platzieren um deren Bedürfnisse zu befriedigen und einen eigenen unternehmerischen Mehrwert zu erlangen

>>>>>><<<<<<

01.2

Jungmakler:in: „Wer ist die heranwachsende Generation der jungen Makler:innen und wie schaffen wir es, diese Zielgruppe nachhaltig zu unterstützen (aber auch zunächst wahrgenommen zu werden und Gehör zu bekommen) und sie damit zu befähigen ihre unternehmerische Leidenschaft mit UNS erfolgreich zu leben?“

Agenda:

1. Was zeichnet Jungmakler:innen aus?
 - a. Generation Y allgemein
 - b. Jungmakler*innen vs. „Alte Hasen“
 - c. Bekannte Beispiele
 - d. Merkmale + Besonderheiten
2. Der Bedarfe von Jungmakler:innen
 - a. Produkte
 - b. Produktentwicklung
 - c. Courtagen
 - d. Methoden
 - e. Zugänge
3. Themen für Jungmakler:innen
 - a. Nachhaltigkeit
 - b. Digitale + online Beratung
 - c. Hintergrundinfos
 - d. Moderne (Zielgruppen)Lösungen
4. Kanäle um Jungmakler:innen zu erreichen
 - a. Gruppen
 - b. Newsletter
 - c. Fachzeitschriften
 - d. Instagram + Facebook?
 - e. Firmenzeitung?
5. Pack-ans um Jungmakler:innen zu gewinnen
 - a. Gruppen
 - b. Masterclass
 - c. Templates
 - d. Innovation Challenge
 - e. Kennenlern-Workshop
 - f. Ideenwerkstatt

>>>>>><<<<<<

01.3

Kennlernen von Methoden um die eigenen Probleme zeitgemäß zu lösen und sich nachhaltig vom Markt abzuheben

Methoden sind:

1. Design Thinking
2. Personas + Kernproblem
3. Kundenlabore
4. Kreativtechniken:

- 6-3-5-Methode
 - Brainwriting Pool
 - World Café
 - Analogie
 - Reizwort-/Reizbild-Technik
 - Osborn Checkliste
 - SCAMPER
 - 6-Hüte-Methode
5. Business Model Canvas

>>>>>><>>>>>

01.4

„Wie berät & vermittelt PROGRESS Finanzplaner BU und Dread-Disease-Absicherung? Unzensierte Einblicke in die Prozesse & Beratungsansätze von PROGRESS - mit dem Ziel, Handlungsempfehlungen & Maßnahmen für Makler*innen & gebundene Vermittler:innen ableiten zu können & damit den Vertrieb der Dread Disease und BU zu befördern.“

1. Wie klären wir das Thema Arbeitskraftabsicherung auf?
2. Wann und wo sprechen wir BU und Dread-Disease-Absicherung beim Kunden an?
3. Wie beraten wir das Thema der BU und Dread-Disease-Absicherung?
4. Was führt dazu, dass knapp 94% aller Mandanten eine BU/ GF und 40% aller Mandanten neben einer BU, EU oder GF eine Dread-Disease-Absicherung zusätzlich abschließen?
5. Welche Handlungsempfehlungen können für Makler*innen abgeleitet werden?

>>>>>><>>>>>

01.5

Wie du mit einer klar definierten Zielgruppe mehr Erfolg hast

6. Warum sollte ich Zielgruppen definieren?
7. Expertenstatus
8. Netzwerk
9. Das Persönliche

>>>>>><>>>>>

01.6

Controlling ist der Schlüssel zum Erfolg

10. Warum kontrollieren?
11. Wie kontrollieren?
12. Was kontrollieren?
 - Zeit
 - Betriebswirtschaftlich
 - Feedback
 - Akquise
 - Neu- und Bestandskunden
 - Kunden allgemein
 - Aktivität

>>>>>><>>>>>

02 #megatrends

02.1

*Sechs anstehende **Megatrends**, die du als Versicherungsmakler:in nicht aus den Augen verlieren solltest. Welche 6 Megatrends werden uns in den nächsten Jahren beschäftigen und können uns in die Knie zwingen wenn wir sie nicht ernst nehmen? Lösungsansätzen und praktischen Pack-ans und ihren Auswirkungen auf Versicherungsvertrieb.*

Agenda:

1. Sechs Megatrends:
 - a. Demografie
 - b. Künstliche Intelligenz
 - c. Prävention
 - d. Individualisierung
 - e. Nachhaltigkeit
 - f. Feminisierung
2. Strategische Lösungsansätze:
 - a. Geschäftsmodell
 - b. Neue Kundenansprache
 - c. Honorar
 - d. Spezialisierung
 - e. Nachhaltigkeit
 - f. Digitalisierung
 - g. Co-Creation
 - h. Sinn
3. Pack-an's für die Megatrends:
 - a. Normative Unternehmensführung
 - b. Geschäftsmodell-entwicklung
 - c. Golden Circle
 - d. Content-Marketing
 - e. Grünes Büro
 - f. Kundenlabor

>>>>>>><>>>>>

02.2

*Die Zukunft kann kommen! Praxisworkshop zu **Geschäftsmodellentwicklung vor dem Hintergrund aktueller Themen**, wie Digitalisierung, CoCreation, Individualisierung, KI und Nachhaltigkeit*

Agenda:

1. Megatrends
2. Digitalisierung
3. Onlinevertrieb
4. Generation Y
5. Nachhaltigkeit
6. Bestandskunden
7. Design Thinking
8. Personas + Kernproblem
9. Kundenlabore
10. Kreativtechniken
11. Business Model Canvas
12. Tipps + Feedback

>>>>>>><>>>>>

02.3

Was kann die Finanzberatung von adaptiven Versicherungen lernen und welche Chancen hat das Geschäftsmodell Versicherungsmakler?

>>>>>><<>>>>>

02.4

Erfolgreich als Maklerunternehmen im Zeitalter der Digitalisierung

Agenda:

1. Status Quo
2. Disruption oder Innovation?
3. Erwartungshaltung
4. Lösung oder Werkzeug?
5. Digitalisierung, was war das?
6. Was kann Digitalisierung (nicht)?
7. Was will der Kunde?
8. Wie geht gute Kommunikation heute?
9. Customer Journey
10. Digitale Werkzeuge – Best practise
11. Vertriebsimpulse

>>>>>><<>>>>>

02.5

Digitalisierung verstehen und richtig nutzen

Agenda:

1. Bruch oder Prozess?
2. Status quo
3. Erwartungshaltung
 - a. Was will der Kunde?
 - b. Was will der Kunde nicht?
4. Digitalisierung: Lösung oder Werkzeug
5. Was kann Digitalisierung (nicht)?
6. Digitalisierung mit System
7. Digitale Tools im Einsatz
8. Digitalisierung richtig nutzen

>>>>>><<>>>>>

02.6

Geschäftsmodellentwicklung 4.0 – Wie du mit Iteration deine Zukunft gestaltest

Agenda:

1. Warum Geschäftsmodellentwicklung?
2. Normative Unternehmensführung
3. Fokus Zielgruppe vs. Produkt
4. Kundenverständnis – Persona + Kernproblem
5. Design Thinking
6. Kundenverständnis
7. Ideation
8. Kundenlabore
9. Golden Circle
10. Business Model Canvas
11. In die Praxis

>>>>>><<>>>>>

02.7

Geschäftsmodellentwicklung vor dem Hintergrund der aktuellen Megatrends

Agenda:

1. Warum Geschäftsmodellentwicklung?
2. Normative Unternehmensführung
3. Fokussierung / Spezialisierung
4. Design Thinking
5. Kundenverständnis
6. Ideation
7. Kundenlabore
8. Golden Circle
9. Business Model Canvas
10. In die Praxis

>>>>>>><>>>>>

03 #nachhaltigkeit

03.1

Generation Y und das Thema Nachhaltigkeit – Wissenswertes für die Praxis

oder

Alles bio oder was!? Wie Sie die Generation Y erreichen & den Megatrend Nachhaltigkeit zur Vermittlung nutzen

Agenda:

1. GY - Wer sind sie?
2. GY - Was wollen sie?
3. GY - Was wissen sie?
4. GY - Wann ansprechen?
5. GY - Wie beraten?
6. GY - Was priorisieren?
7. GY - Wie betreuen?
8. NH - SDG konkret
9. NH - Kund:innensicht
10. NH - 4 Ebenen
11. NH - Nachhaltige Finanzberatung
12. NH - Nachhaltige Finanzen
13. NH - Nachhaltigkeit ist (nicht)
14. NH - Strategien
15. NH - Einzelmaßnahmen

>>>>>>><>>>>>

03.2

Wie Makler:innen Nachhaltigkeit für sich nutzen können

Agenda:

1. Begriffserklärung
2. Trend oder Notwendigkeit
3. Kundensicht
4. 4 Ebenen
5. Strategien
6. Maßnahmen

>>>>>>><>>>>>

03.3

Nachhaltigkeit – Trend oder Notwendigkeit? Wie du den Megatrend für dich nutzen und umsetzen kannst

Agenda:

1. Theorie
 - a. Was ist Nachhaltigkeit?
 - b. Was sind nachhaltige Finanzen und Versicherungen?
 - c. Warum ist Nachhaltigkeit relevant?
2. Strategie
 - a. Welche strategischen Optionen habe ich?
 - b. Wie gestalte ich meinen Maklervertrieb nachhaltig?
 - c. Wie gestalte ich meine Beratung nachhaltig?
3. Praxis
 - a. Wie ermittle ich meinen Status quo?
 - b. Wie entwickle ich eine Gesamtstrategie?
 - c. Wie stelle ich smarte Ziele auf?
 - d. Wie erstelle ich einen Maßnahmenfahrplan?
 - e. Wie berichte ich über meine Nachhaltigkeitsbemühungen?
 - f. Wie setze ich die Präferenzabfrage um?
 - g. Wonach wähle ich geeignete Produkte aus?

>>>>>><<>>>>

04 #millennials

04.1

Generation Y - Oft angestrebt, selten erreicht - Türöffner & No-Gos – wie sie diese Zielgruppe erreichen, Ihren Bestand verjüngen & nachhaltige Erfolge generieren

oder

Wieso? Weshalb? Warum? Wie du als Makler:in mit den Zielgruppen Generationen Y+Z als strategische Unternehmensentscheidung Zukunft leben kannst und deinem Unternehmen Perspektive schenkst

oder

Wir übersetzen: Generation Y – Berater:in / Berater:in – Generation Y

oder

Lebensphase 29+: Mehrwerte in der Kundenberatung generieren - Wie Sie diese Generation mit ihren individuellen Bedürfnissen gewinnen und für sich nachhaltig überzeugen?

Agenda:

1. Generation Y – Wer sind die?
2. Generation Y – Wie erreichen?
3. Generation Y – Wie beraten?
4. Generation Y – Wie betreuen?

>>>>>><<>>>>

04.2

Akquirieren, beraten und begeistern – Wie du als Finanzberater bei der Generation Y gewinnst

Agenda:

1. Strategisches (Megatrends / Digitalisierung / Zielgruppe / Controlling)
2. Generation Y detailliert erklärt (HENRY / Sinn schlägt Status / Alles digital / ...)
3. Akquise (Türöffner / Online Kunden gewinnen / Content-Marketing / Bloggen / der erste Eindruck / ...)
4. Beratung (Interviews / das gelungene Beratungsgespräch / Haushaltsübersicht / Einkommenssicherung / Todesfallabsicherung / Notfallplanung / Storno-Quoten / ...)
5. Aftersales und Bestandspflege (feedbacks / Marketing im Bestand / ...)

>>>>>><<<<<<

05 #einkommenssicherung

05.1

Checkliste Arbeitskraft- und Einkommensabsicherung für eine professionelle Beratung am Kunden – Wie Sie als Berater / -in rechtskonform mit standardisierten Prozessen vorgehen sollten und sich von Mitbewerbern / Mitbewerberinnen abheben können

oder

„Berufsunfähigkeitsversicherung – so klappt’s im Vertrieb und der Beratung! Strategische Tipps und Empfehlungen für Ihre Geschäftsprozesse und Lösungen wie Sie die Zielgruppe Generation Y / Z für das Thema Berufsunfähigkeit und deren Alternativen sensibilisieren“

Agenda:

1. Kommunikation und Akquise
2. Aufklärung und Sensibilisierung
3. Bedarfs- und Bedürfnisermittlung
4. Voranfragenprozess
5. Vergleichsrechner + Produktauswahl
6. Ergebnispräsentation
7. Bestandsbetreuung

>>>>>><<<<<<

05.2

Beratungsansätze zur Berufsunfähigkeit, Grundfähigkeit, Dread-Disease-Versicherung & Co. - Einblicke in die Prozesse & Beratungsansätze von PROGRESS Finanzplaner

Agenda:

1. Customer Journey
2. Kommunikation und Akquise
3. Aufklärung und Sensibilisierung
4. Bedarfs- und Bedürfnisermittlung
1. Voranfrageprozess
2. Vergleichsrechner + Produktauswahl
3. Shared Decision Making
4. Ergebnisdarstellung
5. Bestandsbetreuung

>>>>>><<<<<<

06 #bestandsbetreuung

06.1

Wie geht gute Bestandskundenbetreuung?

Agenda:

1. Was bedeutet Bestandskundenbetreuung?
2. Was bringt es mir als Vermittler*in?
3. Wie läuft Bestandskundenbetreuung bisher?
4. Was sagt Recht und Gesetz?
5. Was will der Kunde?
6. Wie will der Kunde das?
7. Aus der Praxis für die Praxis – wie machen wir es?
8. Wie kann ich bestehende Kunde am Ball halten und regelmäßig reaktivieren und einen weiteren Bedarf wecken?

>>>>>><<<<<<>>>>>>

06.2

"Finanz-Check-Up,, Wie Sie junge Kunden in Versicherungsfragen optimal betreuen

Agenda:

1. Wie läuft es bisher?
2. Was sagen Recht & Gesetz?
3. Was will der*die Kund*in?
4. Wann beginnt Bestandsbetreuung?
5. Lebensphasenberatung
6. Jährlicher Check
7. Vertragsanpassungen
8. Schadenbegleitung
9. Markenbildung

>>>>>><<<<<<>>>>>>

07 #kommunikation

07.1

Bedarfsgerechte Online-Ansprache junger Kund:innen im Beratungsprozess - Die meisten jungen Leute schließen nach wie vor Finanzprodukte offline ab. Allerdings suchen sie online bevor sie sich entscheiden.

Wir zeigen, wie eine digitale Kundenreise aussehen kann.

Agenda:

1. Der*die hybride Kund*in
2. Theorie Kundenreise
3. Praxis Kundenreise
4. Prozess
5. Tools

>>>>>><<<<<<>>>>>>

07.2

Digital Natives – wie Sie online junge Kund:innen gewinnen und bedarfsgerecht beraten

Agenda folgt auf Anfrage

>>>>>><<<<<<>>>>>>

07.3

*Mit Facebook 3 Kunden pro Tag akquirieren in 10 Schritten. **Wie du solch Cargo Kulte vermeidest** und dein Maklerunternehmen am Beispiel der jungen Generation zukunftsträchtig gestaltest*

oder

*Vergiss Podcasts, YouTubeVideos, BlogArtikel, Funnels und Facebook-Gruppen - wir sagen dir wie du **Anfragen und Neukunden generieren***

Agenda folgt auf Anfrage

>>>>>><>>>>>

07.4

*Die Zukunft kann kommen! - Praxisworkshop zur **Entwicklung der eigenen Marketing- & Kommunikationsstrategie***

Agenda Input:

1. Megatrends
2. Onlinevertrieb
3. Generation Y
4. Bestandskunden

Agenda Output:

5. Normative Unternehmensführung
6. Fokussierung
7. Persona
8. Value Proposition
9. Marketing Mix
10. Golden Circle
11. Kundenreise
12. Contentmarketing
13. Maßnahmenfahrplan
14. Controlling
15. Tipps&Tricks