

SIEGER VOLVO

»Akzeptanz deutlich gesteigert«

Volvo konnte 2020 nicht nur die Kategorie kleine Importfabrikate für sich entscheiden, sondern landete mit einer Bewertung von 1,89 auf Platz 2 im Gesamtwettbewerb.



Susan Sahl Poynor,
Geschäftsführerin
VCIS Germany
GmbH



Thomas Mengel-
koch, Geschäftsführer
VCIS
Germany GmbH

Eine deutliche Steigerung hat die schwedische Marke im aktuellen Jahr in Sachen Autohaus-Versicherungsgeschäft hingelegt: Nach einem zweiten Platz 2016 war Volvo der Sprung aufs Treppchen drei Jahre lang nicht mehr gelungen. Susan Sahl Poynor und Thomas Mengelkoch, Geschäftsleitung VCIS Germany, sehen die Gründe vor allem in maßgeschneiderten, innovativen Versicherungsprodukten.

AH: Frau Poynor, was bedeutet Ihnen der Sieg beim AUTOHAUS Versicherungsmonitor?

S. Poynor: Diese Auszeichnung ist die finale Bestätigung des Handels, dass sich die gemeinsamen Bemühungen im Bereich Versicherung als integraler Bestandteil der zwischen Handel und Volvo bestehenden Wertschöpfungskette weiter etabliert hat. Die Nominierung belohnt die harte Arbeit unseres gesamten Teams, ob Außen- oder Innendienst, das mit viel Engagement die aktuellen Programme im Handel platziert und schult.

AH: Herr Mengelkoch, was hat sich in der Zusammenarbeit zwischen Importeur und Captive verbessert? Welche Produkte oder Aktionen kamen besonders gut an?

T. Mengelkoch: Die Gründung des Arbeitskreises Banken & Versicherungen mit Vertretern des Handels und mit Experten unserer Versicherungs Kooperationen hat zu einer deutlichen Steigerung der Akzeptanz geführt. Dort haben wir gemeinsam sichergestellt, dass unsere Versicherungsprodukte auch maßgeschneidert zu der Nachfrage des Handels und unserer Kunden passen. Mit unserer Volvo Car Protection App ist es gelungen, eines der innovativsten Versicherungsprodukte mit personalisiertem und temporären Versicherungsschutz als kostenlose App für IOS- und Android-Smartphones zu launchen. Ebenfalls ist unser Produkt „Schwedenkasko“ bisher einzigartig am Markt: zertifizierter Versicherungsschutz bis 5.000 Euro bei Wahl besonderer Sicherheitsfeatures, die Unfälle weiter minimieren.

AH: Gab es durch die Corona-Pandemie Veränderungen in der Zusammenarbeit mit den Händlern?

S. Poynor: Ja, bedingt durch Corona lag der Fokus in diesem besonderen Jahr auf einer intensiven Onlinekommunikation. Im Ausnahmefall fanden auch Besuche mit anschließender freiwilliger Quarantäne des Außendienstes statt. In dieser Zeit haben sich die guten Beziehungen zwischen unserem Versicherungs-Außendienst Team und unseren Verkäufer- und Geschäftspartnern ausgezahlt.

AH: Wo sehen Sie Ihre Schwerpunkte für das Autohaus-Geschäft im kommenden Jahr?

T. Mengelkoch: Wir haben inzwischen sehr viele starke Versicherungspartner im Handel und möchten weiterhin gerne diejenigen überzeugen, die noch Steigerungspotenziale vorweisen. Also, ganz klar: Verstärkung der Kooperation zwischen Handel und Versicherung mit dem Ziel der Titelverteidigung! *Karsten Thätner ■*

KLEINE IMPORTFABRIKATE: VOLVO/ALLIANZ



Volvo verbesserte sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich auf einen Schnitt von 1,89 (2019: 2,20) und belegte somit Platz 2 im Gesamtwettbewerb (Vorjahr 5). Zudem gewann der Importeur der schwedischen Marke in drei von 19 Einzelkategorien und stellt somit den Branchenbenchmark in Bezug auf Anreizsystem für das Autohaus, Schadensregulierung insgesamt und Vertriebsstrategie.

Stärken im Vergleich zum Marktdurchschnitt

Vertriebsstrategie von Kfz-Versicherungen seitens des Herstellers: **+ 0,86**
 Entscheidungskompetenz der Außendienstmitarbeiter (vor Ort): **+ 0,73**
 Provisionssystem / Anreizsystem für das Autohaus : **+ 0,71**

Beste Noten innerhalb von Volvo

Zufriedenheit mit dem Außendienst insgesamt: **1,50 (Vorjahr: 1,87)**
 Entscheidungskompetenz der Außendienstmitarbeiter (vor Ort): **1,53 (Vorjahr: 2,04)**
 Fachliche Kompetenz der Innendienstmitarbeiter: **1,59 (Vorjahr: 2,00)**
 Leistungsspektrum / Angebotspalette (Breite / Quantität) für Ihre Kunden: **1,63 (Vorjahr: 1,92)**
 Zuverlässigkeit der Beantwortung von Anfragen (Innendienst): **1,65 (Vorjahr: 1,91)**

Größte Verbesserungen im Vergleich zum Vorjahr

Provisionssystem / Anreizsystem für das Autohaus: **+ 0,76**
 Höhe / Wettbewerbsfähigkeit der Prämien für Ihre Kunden: **+ 0,57**
 Vertriebsstrategie von Kfz-Versicherungen seitens des Herstellers: **+ 0,57**
 Entscheidungskompetenz der Außendienstmitarbeiter (vor Ort): **+ 0,51**

Fotos: Volvo, Allianz, VCIS