

Presseinformation

7. Oktober 2009

Skandia Infotage 2009: Neue Serviceinitiativen mit Mehrwert

Die herbstlichen Skandia Infotage für Vertriebspartner standen ganz unter dem Motto „Gemeinsam besser servicieren“: Skandia präsentierte seinen Vertriebspartnern österreichweit die neue Generation von Life Time, spannende Neuerungen bei den Produkten wie Ablauforientiertes Management und einfachere Konvertierung sowie neue Kooperationsvorteile. Vorgestellt wurde auch eine absolute Neuheit: Die Skandia Selection Card.

Über 400 Vertriebspartner nutzten die Gelegenheit mit den Skandia Experten Gedanken und Lösungsansätze für eine noch bessere Servicierung der Anleger auszutauschen. „Die aktuelle Marktentwicklung und die dezidierte Anlegernachfrage zeigen: Es wird immer wichtiger, wirklich gute, fundierte und maßgeschneiderte Beratung zu liefern. Wir sehen uns als Coach unserer Vertriebspartner und wollen ihnen dafür das perfekte Handwerkszeug bieten. Ziel unserer herbstlichen Infotage quer durch Österreich war, den Vertriebspartnern neue Lösungen vorzustellen, die ihnen den Verkauf erleichtern und gleichzeitig deutliche Vorteile für unsere Anleger zu bieten“, erklärt Gerhard Hopfgartner, MBA, Market Manager bei Skandia Österreich.



Life Time Neu: Ablauforientiertes Management und einfachere Konvertierung



Im Produktbereich standen neue Benefits rund um Skandia Life Time im Mittelpunkt: Durch die neu eingeführte Option des Ablauforientierten Managements (AOM) haben Anleger seit Oktober die Möglichkeit, ihr Investment in den letzten Jahren des Anlagehorizonts bzw. der Laufzeit kostenlos so umzuschichten, dass es geringeren Kursschwankungen ausgesetzt ist. Weiters hat Skandia die Vertragskonvertierung vereinfacht. „Um unsere Vertriebspartner besser zu servicieren und um zusätzliche Vorteile für den Kunden anzubieten, haben wir außerdem ein neues Modell entwickelt, das eine sehr einfache Konvertierung von Tarifen in unser neues Life Time Konzept ermöglicht. Mit diesen beiden Neuerungen geben wir unseren Vertriebspartnern ein ganz

neues Ass in die Hand – ob bei bestehenden Kunden oder als Kaufanreiz bei Neukunden“, so Michael Witsch, Vertriebsleiter bei Skandia.

Marketing-News: Profitieren von der neuen Skandia Selection Card

Umfassende Unterstützung der Vertriebspartner steht im Service-Fokus von Skandia. Die Stichworte lauten: Erleichterung der Kundenansprache, kombiniert mit einem attraktiven Goodie für Kunden. „Besonders stolz sind wir auf eine ganz neue Kooperation: Gemeinsam mit DinersClub gibt es ab jetzt für bestehende und Neukunden die Skandia Selection Card um nur 1 EUR im Monat“, beschreibt Witsch die innovative Werbeaktion. Neben den bekannten Vorteilen der Kreditkarte können Anleger über die Karte ihre Prämienzahlungen abwickeln und zahlreiche Goodies wie attraktive Rabatte und Sonderleistungen bei TopMarken in den Bereichen Lifestyle, Mode, Hotellerie und Parfumerie genießen. „Unsere ‚Kunden- und Kreditkarte in einem‘ unterstützt unsere Vertriebspartner bei der Neukundengewinnung, bindet bestehende Kunden und eröffnet neue Cross-Selling-Optionen durch das große Kundenpotenzial der DinersClub-Kartenbesitzer“, erklärt Witsch die Vorteile der Skandia Selection Card.

Zuckerl für Vertriebspartner: Auf nach Miami und VOLLTANKEN, bitte!

Zusätzlich zur inhaltlichen und werblichen Unterstützung der Vertriebspartner stellte Skandia bei den Infotagen auch wieder besondere Aktionen vor: „Bereits ein Klassiker ist der Skandia Jahreswettbewerb: Heuer geht’s für den glücklichen Sieger, der genügend Flugmeilen gesammelt hat, nach Miami“, so Witsch. Je höher die Prämiensumme, desto mehr Meilen werden dem Vertriebspartner automatisch gutgeschrieben. Zusätzlich heißt es auch noch „VOLLTANKEN bitte!“. Bei dieser speziellen Winteraktion wird jeder eingereichte Antrag, der zwischen dem 01.10. und dem 31.12.2009 abgeschlossen wird, direkt an der Zapfsäule belohnt – und zwar mit OMV-Gutscheinen im Wert einer Monatsprämie. Um auch den Anlegern etwas Gutes zu tun, übernimmt Skandia die Kosten des Versicherungsschutzes für die ersten zehn Jahre.

„Unsere Fokussierung auf bestes Service hat sich ausgezahlt. Das Engagement und die Partnerorientierung unseres Teams sind heuer schon mit Gold beim ServiceAward und Silber beim AssCompact Award ausgezeichnet worden – mit den neuen Aktionen wollen wir unseren Weg fortsetzen und unsere Servicequalität gemeinsam mit unseren Vertriebspartnern nachhaltig weiter verbessern“, so Hopfgartner.

Bild 1 und 2: Michael Witsch, Vertriebsleiter und Gerhard Hopfgartner, MBA, Market Manager Skandia bei den Infotagen im Wiener Tech Gate.
Copyright: Skandia / kostenfrei

Skandia bietet seinen Kunden als international führender Finanzdienstleistungskonzern individuelle Vorsorge- und Investmentlösungen. Seit 2006 ist Skandia Teil der Old Mutual Gruppe, die mit rd. 50.000 Mitarbeitern in mehr als 39 Ländern weltweit ein Vermögen von ca. 349 Mrd. EUR verwaltet. In Österreich ist Skandia seit 1994 präsent und verwaltet mit 110 Mitarbeitern derzeit ein Vermögen von rund 809 Mio. EUR. Skandia hat Fondsgebundene Lebensversicherungen und Garantieprodukte in den

österreichischen Markt eingeführt und zählt mit insgesamt über 110.000 Kunden in beiden Kategorien zu den Marktführern.

www.skandia.at

Rückfragen

Mag. Susanne Hudelist | ikp

T: +43 1 524 77 90- 19

M: +43 699 10 66 32 60

E: susanne.hudelist@ikp.at

Karin Lang | Skandia

T: +43 1 53664- 406

M: +43 664 545 06 73

E: karin.lang@skandia.at