

Kunden und Vertrieb

Länderspezifisch optimierte Vertriebsstrukturen

Helvetia will insbesondere auch über den stetigen Ausbau der vertrieblichen Reichweite profitabel wachsen. Daher kommt der Interaktion mit den Kunden über verschiedenste Kanäle eine grosse Bedeutung zu. Im Zentrum unserer Vertriebsaktivitäten stehen die Bedürfnisse unserer Kunden. Unsere Vertriebsorganisation ist dezentral aufgestellt und auf die Besonderheiten der einzelnen Ländermärkte ausgerichtet. Dadurch können wir Nachfrageverschiebungen rasch er-

kennen und darauf reagieren. Helvetia verfolgt den Multi-Channelling-Ansatz, d. h. die Ansprache der Kunden über unterschiedliche Kanäle. Darüber hinaus arbeiten wir mit renommierten Vertriebspartnern zusammen. Dies erhöht unsere vertriebliche Reichweite.

Nach der Übernahme von Nationale Suisse stärkt Helvetia im wichtigsten Ländermarkt Schweiz mit der Zusammenführung der beiden Aussendienstorganisationen ihr Geschäftsstellennetz per 1.5.2015 substantziell. Insbesondere in der Romandie und im Tessin können wir so

Übersicht über die Vertriebskanäle nach Ländern

	Eigener Aussendienst	Agenten	Makler / Broker	Partner	Direktvertrieb / New Media
Schweiz	X		X	Raiffeisen, Notenstein, Vontobel, Verband der Schweizer Kantonalbanken Helsana / innova und Solida SEV	X
Deutschland		(exklusive und nicht-exklusive)	X	ARAG (Rechtsschutz) Suzuki bzw. Autohäuser	
Italien		(aufgrund gesetzlicher Vorgabe nicht-exklusiv agierend)	X	Bankpartner, Banco di Desio (Leben), Chiara Assicurazioni Netzwerk (Nicht-Leben) mit vielen weiteren Partnerbanken Worksite Marketing Partners (ENI, Agusta)	
Spanien		X	X	Produktspezifische Partnerschaften (Bsp. Carrefour für Hausrat- und Begräbniskostenversicherung, Hausrat, Alcampo für Begräbniskostenversicherung)	Produktspezifisch Begräbnisvorsorge Risikoversicherung
Österreich	X		X		
Frankreich			X	Yachtversicherungen mit Société Générale, Bankpartner mit den Caisses Régionales und Zugang zum Agentennetzwerk GAN für Transportversicherung	

unsere Marktposition deutlich ausbauen. Mit smile.direct steht ferner eine im Markt bereits sehr gut eingeführte Online-Vertriebsplattform zur Verfügung, welche in neutralen Vergleichstests wiederholt Spitzenresultate bei Qualität, Service und Angeboten erhielt.


Kundenbedürfnisse im Fokus

Die Basis für unseren Geschäftserfolg bilden das Vertrauen in unser Unternehmen, hohe Zufriedenheit mit unseren Produkten und Dienstleistungen, Weiterempfehlungen und langfristige Geschäftsbeziehungen. Als Qualitätsanbieterin differenzieren wir uns vor allem durch eine überdurchschnittliche Serviceorientierung. Mittels rascher, persönlicher und kompetenter Betreuung erreichen wir eine hohe Kundenbindung. Das Feedback unserer Kunden ist uns wichtig. Rückmeldungen erhält Helvetia – abhängig von der vertrieblichen Ausrichtung in den einzelnen Ländern – über eine Hotline, über den Aussendienst, über den Brokerkanal oder unsere Vertriebspartner. Im Rahmen von Workshops verbessern wir laufend unsere Abläufe und evaluieren, wie wir Korrespondenz und Produktinformationen einfach und verständlich gestalten können. Kundenumfragen vertiefen diese Feedbacks und ermöglichen eine genaue Beurteilung unserer Produkte und Beratungsqualität. Im Abstand von zwei Jahren befragen wir anonym Privatkunden über ein unabhängiges Marktforschungsinstitut. Die Befragungen werden auf Gruppenstufe koordiniert und erfolgen zeitgleich für die einzelnen Ländergesellschaften und Produktbereiche. Im Nachgang zu den Befragungen werden Benchmark-Studien erstellt; sie dienen der Standortbestimmung bezüglich unseres Images und geben Rückschlüsse auf die Zufriedenheit und die Bindung mit verschiedenen Kunden-Zielgruppen. Wir erheben Informationen getrennt nach den Produktbereichen Nicht-Leben, Kollektiv-Leben und Private Vorsorge. Darüber hinaus führen wir regelmässig Brokerumfragen durch und nehmen an externen Befragungen teil.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden in den deutschsprachigen Helvetia-Märkten externe Befragungen von Kunden und Maklern durchgeführt. Helvetia konnte dabei im Hinblick auf Serviceorientierung und Kundenzufriedenheit mit

sehr guten Ergebnissen überzeugen. Die Einzelheiten können der nachstehenden Tabelle entnommen werden:

Unsere Auszeichnungen

	Umfrage	Betroffene Produkte & Dienstleistungen	Umfrageresultate	Quelle
Schweiz	Comparis	Motorfahrzeugversicherung	Gute Gesamtnote (5.2) und Top-Bewertung bei Schadenabwicklung und Kundenservice	
Deutschland	Makler Champions 2014	Servicequalität für Makler bei Lebensversicherungen	Platz 1	Versicherungsmagazin / ServiceValue GmbH, 2014
	Makler Champions 2014	Servicequalität für Makler bei Schadenversicherungen	Platz 6	Versicherungsmagazin / ServiceValue GmbH, 2014
	Stiftung Warentest	Zwei Privathaftpflicht-Tarife	Bestnote	Finanztest 12/2014
	experten-netzwerk	Transportversicherung	Platz 2	experten-netzwerk
Österreich	Assekuranz Award	CleVesto	Platz 3 (nicht-klassische Lebensversicherung)	Preis des österreichischen Versicherungsmaklerrings
	Recommender	Unternehmen	Platz 2 (Kategorie Versicherer bundesweit)	Kundenbefragung FMVÖ, Finanzmarketingverband Österreich
	Best Recruiters	Unternehmen	Silbernes BEST RECRUITERS-Siegel	Von GPK durchgeführte «Career's Best Recruiters»-Studie

Die Ergebnisse der Kundenbefragungen in Italien liegen erst im Frühjahr 2015 vor.

Detaillierte Informationen zu den Auszeichnungen Deutschland unter:



Detaillierte Informationen zu den Auszeichnungen Italien unter:





Ylenia Mazzariello
Lernende Hauptsitz St.Gallen

ist zuversichtlich, dass durch den Zusammenschluss von Helvetia und Nationale Suisse ein für Arbeitsuchende interessantes Unternehmen in der Schweiz entsteht: «Ich erhoffe mir, dass die «neue Helvetia» eine faire und attraktive Arbeitgeberin sein wird, sich die Mitarbeitenden weiterhin wohlfühlen, und dass Helvetia sich auch weiterhin für den Nachwuchs engagiert einsetzt und diesen fördert.»



Tania Furler
Lernende Vertriebsunterstützung
Generalagentur Luzern

erfuhr von dem Zusammenschluss, noch bevor sie ihre Lehrstelle bei Nationale Suisse antrat. Die erste Verunsicherung wurde rasch durch gute Kommunikation beseitigt: «Als Erstes fragte ich mich, wie es für die Angestellten, aber auch Lernenden, weitergeht. Glücklicherweise blieb mir die Frage, ob ich Angst um meine Lehrstelle haben muss, nicht lange unbeantwortet.»