



Personalgewinnung in der Assekuranz

Potenzial für den Versicherungsvertrieb

Angebot

Bild: © Pexels.com

sirius
campus

Liebe PersonalerInnen,

der **Fachkräftemangel** ist in aller Munde. Kaum eine Branche klagt nicht über fehlende BewerberInnen oder junge Mitarbeitende mit einem langfristigen Engagement. Auch der Assekuranz geht es dabei nicht anders.

Die Rekrutierer bemühen sich **Top-Mitarbeitende zu gewinnen**. Aber durch den zunehmenden Wettbewerb im Arbeitsmarkt stellen sich Personalabteilungen immer häufiger folgende Fragen:

- Wie stelle ich unser Unternehmen / unsere **Marke möglichst attraktiv** dar?
- Was muss in der **Stellenanzeige** stehen, damit sich – gerade die guten – BewerberInnen angesprochen fühlen?
- Wie geht überhaupt ein gutes **Personalmarketing für Vertriebler und Innendienstkräfte** bei Versicherern?
- Und welche **Onboarding- und Führungsaspekte** sind für eine langfristige Bindung von Bedeutung?

Um Personalabteilungen in Ihren Aufgaben zu unterstützen, bietet Sirius Campus eine umfassende Untersuchung für diverse Zielgruppen im Recruiting an: **Auszubildene, Berufseinsteiger, Quereinsteiger, Branchen-Insider**.

Wir werden wirksame und konkrete Empfehlungen zu den Handlungsfeldern **Arbeitgeberimage, Anzeigengestaltung, Bewerbungs- und Onboarding-Prozess** erarbeiten.

Durch unsere integrative Projektgestaltung können Teilnehmer an der Mehrbezieher ihre Fragestellungen und auch ihr Testmaterial einbringen.

Katharina Päßgen
Director

Dr. Oliver Gaedeke
Geschäftsführer

Fachkräftemangel lässt auch die Versicherungsbranche nicht kalt. Vor allem der Blick auf Bewerber für den Außendienst ist attraktiv

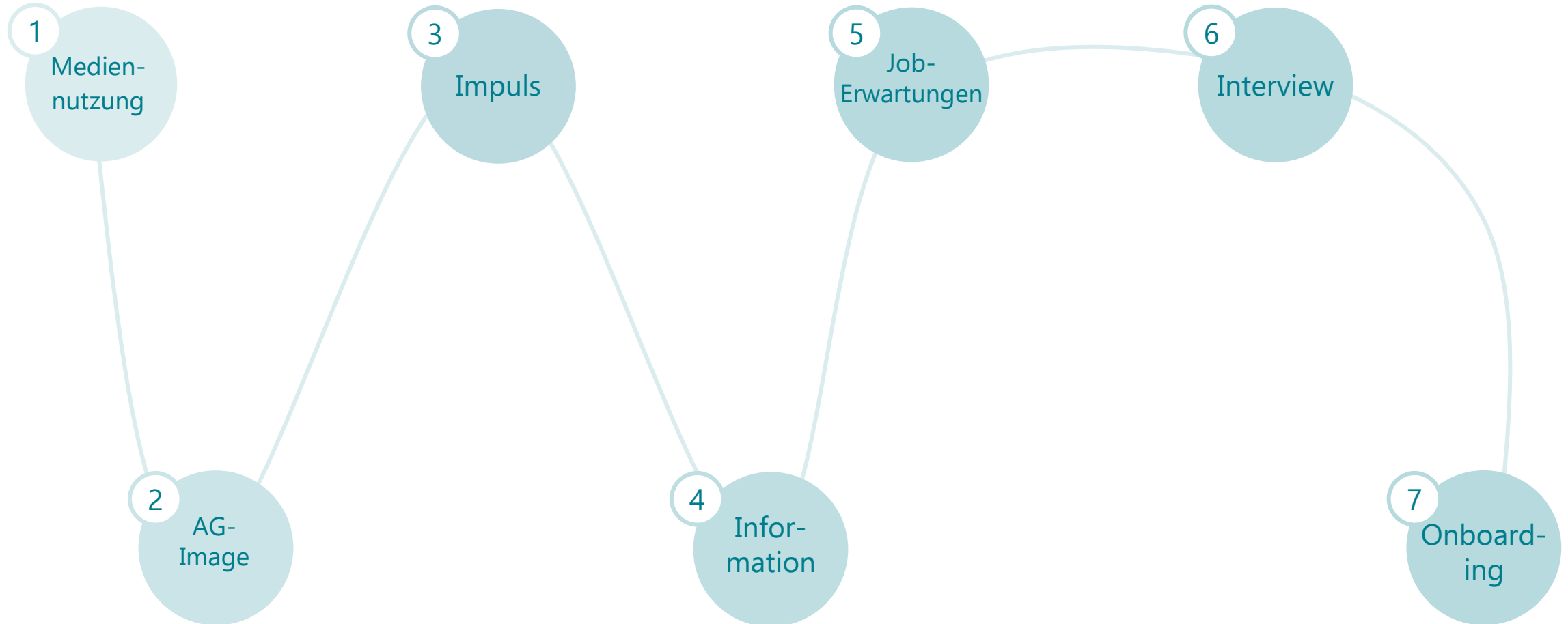
Untersuchungsinhalte: Differenzierte Blick für Innen- und Außendienstbewerber



- Zielgruppen: Auszubildene, Berufseinsteiger, Quereinsteiger, Branchen-Insider
- qualitativer und quantitativer Ansatz

Die Untersuchung beleuchtet folgende Aspekte des Entscheidungsprozesses, um euch konkrete Empfehlungen für eure Personalgewinnung vorzustellen

Einflussfaktoren entlang des Entscheidungsprozesses



Ein besonderer Blick wird auf das Such- und Entscheidungsverhalten von Erfolgsorientierten und High-Potenzials gelegt

Zielgruppen im Bewerbermarkt

Motivations-Typen im Bewerbermarkt

Sicherheitsorientierte = 37%

- Führungsstil: unterstützend, wertschätzend
- gutes Betriebsklima, flexible Arbeitszeiten
- überdurchschnittliche Entlohnung

Freiheitsliebende = 16%

- Führungsstil: visionär, fordernd
- mein eigener Chef sein
- unternehmerische Selbstständigkeit

Beziehungsorientierte = 22%

- Führungsstil: unterstützend, ergebnis- / leistungsorientiert
- Fairness des Unternehmens, flache Hierarchien, Du-Kultur
- Kontakt mit Menschen und kundenorientiert beraten

Erfolgsorientierte = 24%

- Führungsstil: visionär, inspirierend
- offene Kommunikations- und Feedbackkultur
- Entwicklung Fachkenntnisse, gute Karriereöglichkeiten

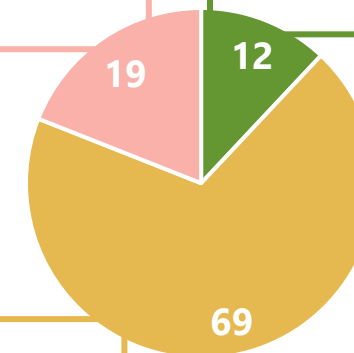
Potenzial der Bewerber

niedrig

- wenig bis keine Kompetenzen
- fast keine Zusatzqualifikationen

hoch: High-Potentials

- viele Kompetenzen
- viele Zusatzqualifikationen



mittel

- wenig bis einige Kompetenzen
- einige Zusatzqualifikationen

Kombination aus qualitativem und quantitativem Ansatz wird wirksame Empfehlungen zur Gewinnung von Top-Mitarbeitenden in der Assekuranz liefern

Untersuchungsinhalte: Überblick

Personalgewinnung Assekuranz

1. Tiefenpsychologisches Interview

Hintergründe, Emotionen und Meinungen

- Warum VU-Branche?
- Image VU-Branche
- Motivation Bewerbung VU-Branche
- Informationssuche
- Job-Erwartungen an AG
- Ablauf Bewerbungsprozess

Unterschiedliche qualitative Methoden wie Rankingaufgabe etc. werden verwendet.

2. Bewerber-Profil

Warum VU-Branche?

- Vorteile, Benefits und Weiterentwicklungsmöglichkeiten
- Image der Branche
- Wettbewerber-Branchen

Employee Journey

- Bewerbungsprozess
- Job-Erwartungen an AG (Entlohnung, Arbeitszeit, Home Office, Arbeitsplatzsicherheit, ... → Trade-Off)
- Bewertung des AG

3. Erreichbarkeit Bewerber

Mediennutzung und Informationssuche

- wo informieren sich potenzielle Mitarbeiter?
 - Soziale Medien
 - auf VU-Webseite
 - auf Jobmessen
 - ...

Ansprache im Jobprofil

- Aufgaben
- Benefits
- Floskeln
- Duzen vs. Siezen

4. Rekrutierungswerbung Test

Werbung

- Wahrnehmung Recruiting Werbung
 - monadischer Test verschiedener Recruiting Werbung von FDL
- Welche Werbung kommt am besten an?
- Worauf achten die Bewerber besonders?

Es wird eine Marktstichprobe von 800 Einsteigern und Planern der Versicherungsbranche erhoben

Untersuchungsdesign

Kombination aus qualitativem und quantitativem Ansatz

Qual

Einsteiger* und Planer als Mitarbeitende bei VU im Vertrieb oder Innendienst**

jeweils für Ausbildung und Festanstellung

n=10 Interviews

Alter ab 16 bis 50 Jahre

Quant

Einsteiger* und Planer als Mitarbeitende bei VU im Vertrieb oder Innendienst**

jeweils für Ausbildung und Festanstellung

n=800

Alter ab 16 bis 50 Jahre

*Bewerbung in letzten 3 (ggf. bis 5) Jahren
**Bewerbungsabsicht in den nächsten 3 (ggf. bis 5) Jahren

Niedrige Inzidenz macht teilweise weiteren Rückblick notwendig.

Personalgewinnung in der Assekuranz

Potenzial für den Versicherungsvertrieb

Gliederung des Berichts für die quantitative Erhebung

Kapitel

1 Einführung in die Untersuchung

2 Bewerbermentalität
Medienverhalten und Erwartungen an Arbeitgeber

3 Informationsverhalten
Impuls, Informationsorte, Job-Erwartungen, Benefits

4 Bewerbungsprozess
Interview

5 Onboarding
Erfahrungen und Erwartungen

Personalgewinnung in der Assekuranz

Potenzial für den Versicherungs- und Bankenvertrieb

Gliederung des Berichts für die qualitative Erhebung

Kapitel

1 Management Summary

2 Untersuchungsdesign

3 Persönliche und berufliche Einstellungen

4 Image der Assekuranz
als Arbeitgeber und der Wettbewerber-Branchen

5 Candidate Journey

- Impuls & Motivation
- Informations- und Bewerbungsprozess
- Onboarding & Mitarbeiterbindung

6 Fazit

- Steckbrief Erfolgsorientierte
- Hypothesen Quantifizierung

7 Anhang

Angebot zur Marktuntersuchung „Personalgewinnung in der Assekuranz“

Bitte als Scan an info@siriuscampus.de

Mit dem Ankreuzen bestelle ich verbindlich die folgende Ergebnislieferung der oben genannten Untersuchung

Wählt die passende Variante aus

Silver

Bericht zur quant.
Untersuchung (n=800)

4.900 €

Gold

Bericht zur quant.
Untersuchung (n=800)
+ **Ergebnis-Workshop**
via Teams

5.900 €

Diamond

Bericht zur quant.
Untersuchung (n=800)
+ gemeinsamer Ergebnis-Workshop
am 02.10.2024 10 bis 11:30 Uhr
via Teams
+ **Bericht zur qualitativen Erhebung**

7.900 €



Hiermit akzeptieren wir die Angebotsbedingungen auf den folgenden Seiten.

Vorname Name:	E-Mail:
Abteilung / Position:	Tel.:
Unternehmen:	PO#:
Straße, Nr.:	Datum:
PLZ Ort:	Unterschrift:

Angebotsbedingungen für Mehrbezieher-Untersuchungen

Angebotsbedingungen

Die Preise für die vorgestellte Marktuntersuchung beziehen sich nur auf die dargestellten Leistungen und dazugehörigen Bedingungen. Änderungen der Leistungen erfordern eine textliche Vertragsanpassung inkl. angepasster Leistungsbeschreibung und angepasstem Investitionsumfang für den Auftraggeber.

Die Rechte am konzeptionellen und methodischen Vorgehen inkl. spezifischer Analysekonzepte und Nutzung existierender Kunden-, Berater- oder Vermittlertypen liegen und verbleiben unbefristet bei der Sirius Campus GmbH.

Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen für Gewährleistungen im Rahmen der projektbezogenen Leistungen für Beratung und Forschung. Die Sirius Campus GmbH haftet nicht für die Umsetzung von Handlungsempfehlungen durch den Auftraggeber für wirtschaftliche oder andere Zwecke des Unternehmens und möglicher Folgeschäden.

Diese Marktuntersuchung sowie alle einzelnen Untersuchungsergebnisse sind Eigentum der Sirius Campus GmbH.

Den Beziehern ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Untersuchungsergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

- Einzelne Ergebnisse aus dem Bericht dürfen ohne Rücksprache mit Sirius Campus den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z. B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Marktuntersuchung weitergeleitet, sondern nur Auszüge oder Einzelergebnisse.

Veröffentlichungen in der Presse sind nicht ohne Zustimmung durch Sirius Campus möglich.



Entscheidungsprozesse verstehen und wirksam gestalten

Kontakt und über Sirius Campus

Entscheidungsprozesse mit Behavioral Economics optimieren und Erfolge ernten

Über Sirius Campus

Wirksame Angebote entwickeln



Kunden entschieden machen



Aufmerksamkeitsstarke Ansprache gestalten



Kauf- und Preisbereitschaft steigern



Absatz und Ertrag steigern



Bei Fragen spricht uns gerne an



Dr. Oliver Gaedeke

Gründer & Geschäftsführer

Oliver.Gaedeke@siriuscampus.de

Direkt: +49 152 38 246 640



sirius
campus

Verkaufst du noch oder gestaltest du schon den Entscheidungsprozess deiner Kunden?

Sirius Campus GmbH | Im Klapperhof 33c | 50670 Köln

info@siriuscampus.de | +49 221 42 330 200 | www.siriuscampus.de

Geschäftsführer: Christoph Müller & Dr. Oliver Gaedeke | Sitz der Gesellschaft: Köln | Handelsregister: HRB 94315 | Amtsgericht Köln