



Autor: Andreas Eckstein,
Axel Liebetrau,
Anja Funk-Münchmeyer
Verlag: Verlag Versicherungswirtschaft
Umfang: 208 Seiten
Preis: 29,99 Euro
ISBN: 978-3-89952-916-6

Insurance & Innovation 2016

Ideen und Erfolgskonzepte von Experten aus der Praxis

Viele Versicherungen beschäftigen sich neuerdings intensiv mit digitalen Geschäftsmodellen, neuen Produkten und Services, Kooperationen mit Branchenfremden und Start-ups, eigenen Innovations-Labs und -Hubs sowie weiteren bisher unbekanntenen Aktivitäten. Viele spüren nun die volle Auswirkung der Digitalisierung und erkennen, dass es jetzt an der Zeit ist, die notwendigen und entscheidenden Weichenstellungen für die Zukunft zu treffen, um mit den sich verändernden Kundenanforderungen und Märkten weiterhin Schritt halten zu können. Die Autoren von „Insurance & Innovation 2016“ sind überzeugt: Innovation darf nicht zu einem modernen Fetisch und trendigen Statussymbol der Branche werden. Um innovativ zu sein, bedürfe es in der Branche auch weit mehr als der Kooperation mit einem InsurTech, der Förderung von Crowds oder der Gründung eines eigenen Innovations-Labs. Es braucht ein nachhaltiges Innovationsmanagement, welches die tragende Säule von neuen Geschäftsmodellen und digitalen Strategien ist. „Insurance & Innovation 2016“ bietet eine Auswahl an Praxisbeispielen und zeigt verschiedene Möglichkeiten, eigene neue Wege zu gehen, Gutes zu adaptieren und Innovationen erfolgreich umzusetzen.



Autor: Peter Scherbening
Verlag: Wiley-VCH
Umfang: 443 Seiten
Preis: 29,99 Euro
ISBN: 978-3-527-50869-3

Das Handbuch für Finanzberater

Wie Sie Ihr Unternehmen professionell aufbauen und erfolgreich seriös beraten

Worauf muss ich achten, wenn ich den Schritt in die Selbstständigkeit wage? Wo soll ich mein Büro eröffnen? Wie komme ich an Kunden und stelle dann eine langfristige Kundenbindung her? Wie kann ich mich von meiner Konkurrenz abheben? Wie kann ich erfolgreich und dabei gleichzeitig seriös beraten? Diese und ähnliche Fragen stellen sich viele Finanzberater und Versicherungsvermittler, die in einem zunehmend schwierigeren Markt ihre wirtschaftliche Existenz gründen oder bereits aktiv sind. Antworten darauf liefert nun Peter Scherbening in seinem „Handbuch für Finanzberater“. Das Buch soll insbesondere den Berufseinsteiger bei seinem Weg in die Selbstständigkeit begleiten, ihm Rüstzeug für seinen schnellen und nachhaltigen Erfolg als Berater geben und ihm in allen Bereichen Hilfestellungen liefern, die für seine tägliche Arbeit von praktischer Bedeutung sind.



Autor: Holger Bröer
Verlag: Gabler Verlag
Umfang: 240 Seiten
Preis: 31,99 Euro
ISBN: 978-13-658-08987-0

Faktor Mensch im Verkauf

Ein Plädoyer für Leidenschaft und Menschlichkeit im Vertrieb

Mündige Kunden braucht die Welt, konstatiert Verkaufsexperte Holger Bröer. In seinem Buch „Faktor Mensch im Verkauf“ fordert der Autor die Wiederentdeckung der Kommunikation in einer Verkaufsstrategie, die den Menschen als Individuum in den Fokus rücken soll. Mit dem Sammeln von Daten und mit stetig komplexer werdenden Algorithmen wird der Mensch im Internet und in den sozialen Medien als Kunde und Konsument immer schärfer ausgelotet, um zu besseren Verkaufsergebnissen zu gelangen. Bröer warnt aber Unternehmen davor, sich ausschließlich auf die Hilfe der Datenkrake für die Profitmaximierung zu verlassen, und plädiert stattdessen dafür, das Verkaufen wieder mehr zu „vermenschlichen“. Diverse Beispiele aus der Praxis sowie verschiedene Übungen machen dieses Buch zu einem intensiven, herausfordernden und kommunikativen Schlagabtausch mit den herkömmlichen, mitunter festgefahrenen Vorstellungen des Verkaufens.