

Neuer Helvetia Gewerbetarif als Vertriebsansatz im vernachlässigten Kleingewerbegebiet

Unstrittig ist, dass das Lebengeschäft seit einiger Zeit eine Delle hat. Ein guter Zeitpunkt also, sich der weitgehend vernachlässigten Kleingewerbe-Klientel zuzuwenden. Die neue Helvetia Produktlinie ist der Türöffner.

Unstrittig ist, dass das Lebengeschäft seit einiger Zeit eine Delle hat. Ein guter Zeitpunkt also, sich der weitgehend vernachlässigten Kleingewerbe-Klientel zuzuwenden. Die neue Helvetia Produktlinie ist der Türöffner.

Mit der Tarifgeneration „Helvetia BusinessLine“ hat der Schweizer Versicherer nicht nur das Geschäft mit Metzgereien, Blumenläden oder Bäckereien differenziert und vereinfacht (Business Smart and Easy). Die Bedarfe der Hotel- und Gastronomiebetriebe (Business Gastro), Tierärzte (Business Vetero), Apotheken (Business Pharma) und Landwirtschaft (Business Agro) wurden neu definiert und können entsprechend genauer eingegrenzt werden.

Reduzierter Aufwand macht „BusinessLine“ unter Ertragsgesichtspunkten für den Vertrieb interessant

Die Unternehmen der Zielgruppe verfügen natürlich über entsprechende Absicherungen, die Verträge sind aber in der Regel überaltert und entsprechen nicht mehr dem aktuellen Bedarf. Der Akquiseansatz begegnet dem Vertrieb also täglich beim Einkauf und gestaltet sich einfacher als die verzweifelte Suche nach neuem Lebengeschäft.

Standen häufig Aufwand und Ertrag bei Kleingewerbe nicht in Relation und wurden bei der Akquise eher vernachlässigt, so können jetzt über die „Helvetia BusinessLine“ alle relevanten Versicherungen für das jeweilige Unternehmen in einem Vertrag abgesichert werden. Wurden Versicherungssummen bis 100.000 Euro (Obergrenze) vom Vertrieb häufig zu Gunsten ertragsträchtigerer Geschäfte vernachlässigt, bietet sich jetzt die Gelegenheit, Neugeschäft in hervorragender Relation von Aufwand und Ertrag zu generieren. Kombiniert werden die Sachwerte, also Betriebseinrichtung und Waren mit der Betriebshaftpflichtversicherung. Das Rad wurde nicht neu erfunden, lediglich das Preis- /Leistungsverhältnis optimiert.

Neben zahlreichen Leistungserweiterungen gibt es in der „Helvetia BusinessLine“ ein besonderes Highlight: Bei Schäden bis 5.000 Euro verzichtet das Unternehmen sowohl auf den eventuellen Einwand der möglichen Fahrlässigkeit als auch auf die Prüfung einer Unterversicherung. Grundlage ist die klassische Sachversicherung, die mit Ertragsausfall, Haftpflicht inklusive Umwelthaftpflicht und technischen Versicherungen frei kombinierbar ist. Detaillierte Informationen zu der neuen Produktlinie finden Sie auf der Homepage der Helvetia.

Uwe Rabolt