

LTA Buchtipp: Marketing-Controlling in der Versicherungsbranche

Der Geschäftsführer der Lifecard-Travel-Assistance Gesellschaft für Reiseschutz mbH (LTA), Dr. Michael Dorka, hat bei der neu überarbeiteten Auflage des „Handbuch Marketing-Controlling“ mitgewirkt und gibt dort Einblicke in die Besonderheiten der Versicherungsbranche in diesem Bereich.

Das Controlling in Versicherungsunternehmen im Allgemeinen und das versicherungsspezifische Marketing-Controlling im Besonderen sind relativ wenig in der Fachliteratur ganzheitlich thematisiert. In der neu überarbeiteten 4. Auflage des „Handbuch Marketing-Controlling“ gibt der LTA Geschäftsführer Dr. Michael Dorka Einblicke in die Besonderheiten der Versicherungsbranche in diesem Bereich. In dem Kapitel zum Marketing-Controlling in der Versicherungsbranche (Seiten 479 bis 501) wird sowohl auf das strategische Marketing-Controlling als auch das operative Marketing-Controlling eingegangen. Es wird ein Überblick über eine Auswahl an Controlling-Instrumenten, die eine Relevanz für die Versicherungsbranche haben, gegeben. Dabei werden zunächst die Grundlagen der institutionellen Perspektive mittels Beschreibung der versicherungsspezifischen Besonderheiten für das Marketing und Controlling gelegt. Darauf aufbauend erfolgt die Betrachtung sowohl aus strategischer als auch operativer Perspektive. Neben den „klassischen“ operativen Marketinginstrumenten finden dabei auch die für Versicherungsunternehmen relevanten Instrumente der Prozess- und Personalpolitik Berücksichtigung.

„Bereits während meiner Promotion an der Universität Hamburg habe ich mich intensiv mit dem Thema Marketing-Controlling in der Versicherungsbranche beschäftigt. Dabei konnte ich von meiner jahrelangen Erfahrung als Führungskraft in verschiedenen Positionen des Vertriebes der Versicherungsbranche profitieren und ließ diese jetzt auch, bei der Arbeit für diesen Beitrag zum Buch, mit einfließen“, so Dr. Michael Dorka, Geschäftsführer der Lifecard-Travel-Assistance Gesellschaft für Reiseschutz mbH (LTA).

Titelinformationen:

Titel: Handbuch Marketing-Controlling

Herausgeber: Prof. Dr. Christopher Zerres

Erschienen bei: Springer Gabler

Preis: 79,99 Euro (Hardcover) 62,99 Euro (eBook)

Print ISBN: 978-3-662-50405-5

Electronic ISBN: 978-3-662-50406-2

Inhalt: 517 Seiten

Das Handbuch vermittelt Managern in leitenden Funktionen von Unternehmen und Organisationen einen fundierten Überblick über die erfolgsrelevanten Aspekte des strategischen und auch des operativen Marketing-Controllings. Studierende erhalten wertvolle Anregungen. Darüber hinaus behandelt es wichtige Fragen der Implementierung des Controllings. Renommiertere Autoren zeigen sowohl die bewährten Instrumente des Marketing-Controllings als auch die zahlreichen neuen Möglichkeiten im Bereich des Online-Marketings und des E-Commerce. Sie helfen, die Effektivität und Effizienz durchgeführter Maßnahmen zu bewerten und Optimierungspotential abzuleiten. Zudem ermöglichen neue Verfahren im Zusammenhang mit

der Datengewinnung, -analyse und -aufbereitung eine noch adäquatere und umfangreichere Informationsgrundlage.

Die 4. Auflage wurde vollständig überarbeitet und zeichnet sich durch hohe Fachkompetenz und große Aktualität aus.

Pressekontakt:

Dr. Michael Dorka
Telefon: +49 (0) 621 128 32 20
Fax: +49 (0) 621 128 32 22
E-Mail: info@lta-reiseschutz.de

Unternehmen

Lifecard-Travel-Assistance Gesellschaft für Reiseschutz mbH
Besselstr. 25
D-68219 Mannheim

Internet: www.lta-reiseschutz.de

Pressekontakt:

Marko Homann
Telefon: +49 (0) 30 43 73 43 43
Fax: +49 (0) 30 44 67 73 99
E-Mail: presse@pr4you.de

Unternehmen

PR-Agentur PR4YOU
Christburger Straße 2
10405 Berlin

Internet: www.pr4you.de