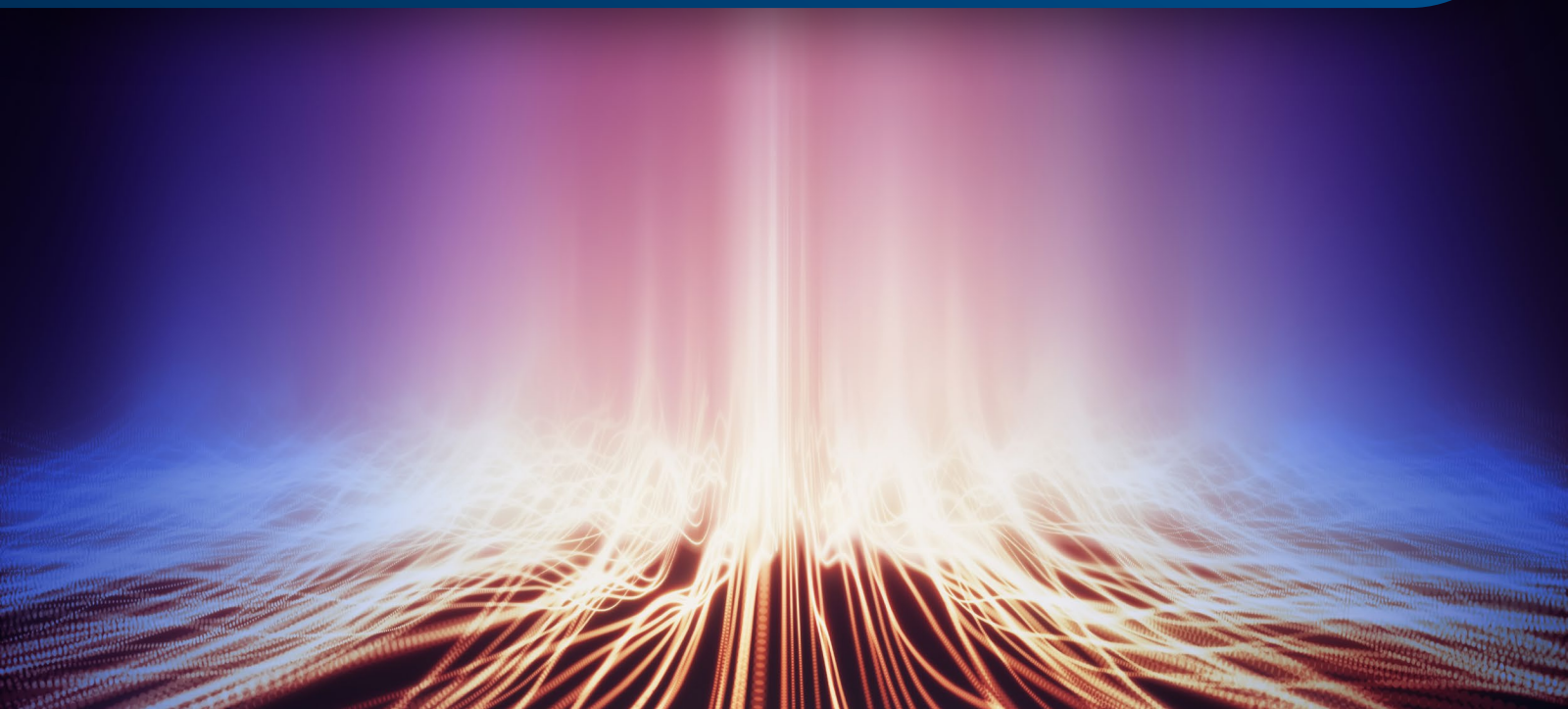


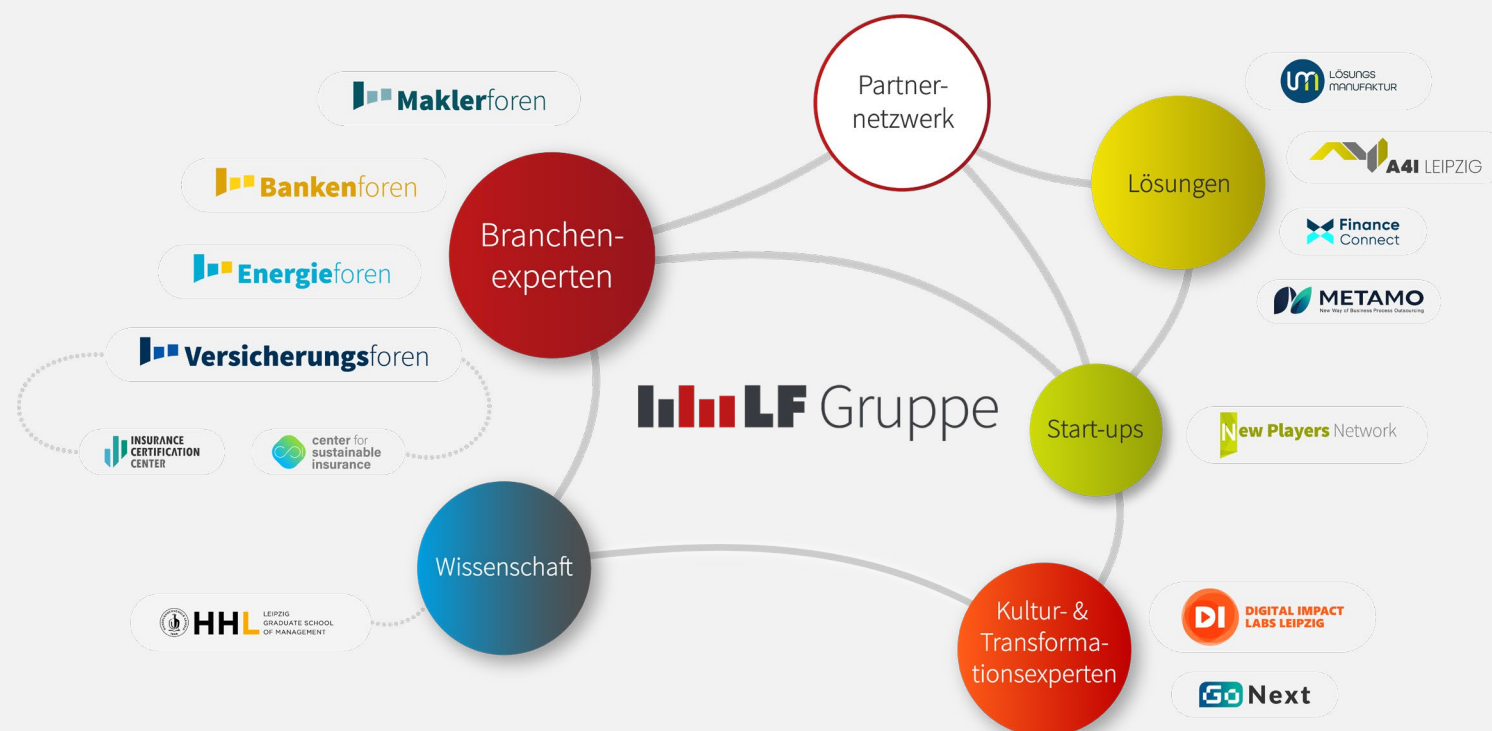
Team- und Strategieformate

**Gemeinsam Richtung Zukunft – Konzeption und Begleitung
Ihres Team-Offsites**



Wir über uns

Die **Versicherungsforen Leipzig** unterstützen Unternehmen der Versicherungswirtschaft bei ihren Forschungs- und Entwicklungsvorhaben. Wir erforschen und analysieren neue Trends und Themen, erarbeiten daraus konkrete Anforderungen für Versicherungsunternehmen und entwickeln gemeinsam Lösungsansätze. Mit unserer Projektarbeit unterstützen wir Versicherungsunternehmen bei der Realisierung konkreter Projekte und Innovationsvorhaben über alle Wertschöpfungsstufen der Assekuranz hinweg. Zudem sind die Versicherungsforen Leipzig neben ihren F&E-Angeboten wie Studien, Marktanalysen oder Beratungsprojekten auch als Anbieter von Aus- und Weiterbildungsformaten wie Seminaren, Fachkonferenzen und Messekongressen bekannt.



1. Unser Angebot
2. Leistungsumfang und Preisindikation
3. Konkrete Umsetzungsbeispiele
 - 3.1 Keynote-Vortrag oder Workshop-Leitung
 - 3.2 Strategieklausur Betriebsinnovation und Entwicklung
 - 3.3 Strategieklausur Marktmanagement
 - 3.4 Innovationsworkshop Design Sprint Customer Journey
 - 3.5 Innovationsworkshop CX-Day
 - 3.6 Teamentwicklungsworkshop Team-Offsite

Unser Angebot

Hintergrund

Teamorientierte Strategieentwicklung mit nachhaltiger Wirkung

In dynamischen Zeiten braucht Führung nicht nur Orientierung, sondern Raum für Reflexion, Austausch und klare Entscheidungen.

Die branchentypischen Herausforderungen von Versicherungsunternehmen – Digitalisierung, Regulatorik, Kundenorientierung und Fachkräftemangel – spiegeln sich dabei auch in den Formaten und Inhalten wider.

Ziel von Team- oder Strategieworkshops ist es, zentrale Fragestellungen strukturiert zu bearbeiten, den Teamdialog zu stärken und konkrete Umsetzungsschritte zu definieren.

Die Versicherungsforen unterstützen mit Themen- und Methodenexpertise bei der Erarbeitung von Lösungen zu diesen Fragestellungen.

Beispiele für solche Fragestellungen sind:



Wie können wir unsere **strategischen Prioritäten** klarer fokussieren?



Welche **Veränderungen im Markt** erfordern neue Antworten von uns?



Wie gestalten wir die **Zusammenarbeit innerhalb des Teams** noch effektiver?

Ziele von interaktiven Team- und Strategieformaten

Kommunikation verbessern

Gemeinsamen Wissensstand sichern: Alle werden auf denselben Informationsstand gebracht – besonders wichtig für dezentrale oder wachsende Teams.

Offenen Dialog ermöglichen: Workshops schaffen Zeit und Rahmen für Gespräche, die im Alltag oft zu kurz kommen

Motivation und Partizipation fördern

Beteiligung an Entscheidungen: Wenn Mitarbeitende ihre Perspektiven einbringen, steigen Engagement und Motivation.

Anerkennung und Wertschätzung: Erfolge werden sichtbar gemacht und gewürdigt.

Energie und Fokus neu ausrichten: Nach intensiven Phasen helfen Workshops, zu regenerieren und den Fokus zu schärfen

Strategische Zielsetzung und Ausrichtung

Zielklarheit schaffen: In Workshops werden Unternehmens- oder Abteilungsziele gemeinsam erarbeitet bzw. geschärft. So entsteht ein geteiltes Zielbild.

Strategie entwickeln/überprüfen: Erarbeitung oder Reflektion der strategischen Ausrichtung der Abteilung oder des Unternehmens.

Prioritäten setzen: Teams klären gemeinsam, welche Projekte, Maßnahmen oder Themen für die nächste Zeit am wichtigsten sind.

Zusammenarbeit und Teamdynamik stärken

Teambuilding und Zusammenhalt: Gemeinsame Aktivitäten und moderierte Reflexionen stärken das „Wir-Gefühl“, besonders in neuen Teams oder nach Veränderungen.

Konflikte klären: Spannungen können in einem geschützten Rahmen offen angesprochen und bearbeitet werden.

Rollen und Verantwortlichkeiten klären: Workshops schaffen Transparenz darüber, wer was übernimmt und wie sich die Teammitglieder ergänzen.

Reflexion und Verbesserung der Zusammenarbeit

Zusammenarbeit rückblickend reflektieren: Teams schauen auf die letzte Phase: Was lief gut, was sollte besser werden?

Feedbackkultur fördern: Workshops bieten Raum für gegenseitiges Feedback, oft unterstützt durch externe Moderation.

Prozesse und Schnittstellen optimieren: Ineffiziente Abläufe werden gemeinsam analysiert und verbessert.

Leistungsumfang und Preisindikation

Interaktive Formate für Ihr Team

Wir unterstützen Sie bei der Vorbereitung und Durchführung bspw. von:



Strategie- und Zielklausuren, z. B. Jahresauftakt / Jahresend-Workshops oder im Rahmen der Umsetzung von Transformationsprogrammen, um Visionen/Missionen zu reflektieren oder Roadmaps und Maßnahmen zu planen.



Innovations- oder Ideation-Workshops, um mithilfe von Kreativmethoden wie Design Thinking oder Brainwriting neue Ideen zu entwickeln, kreative Lösungen für Produkte, Services oder Kundeninteraktion finden



Review- und Reflexionsformate, um vergangene Projekte, Quartale oder Maßnahmen zu reflektieren und Learnings zu sichern, z. B. im Rahmen von Projektabschlüssen, turnusmäßigen Team- oder Bereichsreflexionen oder Lessons Learned nach Krisensituationen.



Veränderungsworkshops (Change), z. B. um Mitarbeitende zu unterstützen, mit Reorganisationen, neuen Systemen, Fusionen oder Kooperationen umzugehen



Teamentwicklungsworkshops, z. B. um nach Phasen von Konflikten oder hoher Belastung oder zum Zweck von Team-Health-Checks oder Retrospektiven Teamwerte und Zusammenarbeit zu reflektieren.

Leistungsumfang

Wir übernehmen sowohl die fachliche Konzeption als auch das Veranstaltungsmanagement

Fachliche Konzeption und Durchführung

Vorgespräch & Diskussion von Erwartungshaltung und Zielen

Konzeption entsprechend der gewünschten Einbindung

- **Keynote / Impuls** (Inspirierender Kurzbeitrag zu Einzelthemen)
- **Workshop-Leitung**: Durchführung eines inhaltlich abgegrenzten Workshops als Teil der Gesamtveranstaltung
- **Fachliche Konzeption und Durchführung**: Gesamtkonzeption und fachliche Durchführung des inhaltlichen Veranstaltungsprogramms in Ihren Räumen
- **Veranstaltungs-Gesamtplanung Offsite in Leipzig**: Fachliche und organisatorische Gesamtverantwortung – von der Idee bis zur Umsetzung vor Ort in Leipzig

Veranstaltungs- und Teilnehmermanagement

Im Rahmen des Veranstaltungs- und Teilnehmermanagements unterstützen wir Sie bei der umfassenden Planung, Organisation und Koordination aller relevanten Abläufe rund um Ihre Veranstaltung in Leipzig, um eine reibungslose Durchführung zu gewährleisten.

- Raum- und Technikorganisation
- Cateringplanung und -steuerung
- Abendveranstaltung und Teamaktivitäten

Preisindikation

Wir erstellen ein individuelles Angebot für Sie auf Basis Ihrer Anforderungen und Wünsche

Keynote-Vortrag

- Sie konzipieren und organisieren Ihre Veranstaltung – wir unterstützen Sie mit einem Keynote-Vortrag.
- Unsere erfahrenen Referenten bereichern Ihre Veranstaltung mit einer fundierten und prägnanten Keynote und regen damit Ihre Teilnehmenden zur Diskussion an.
- Keynote-Vortrag (max. 60 Minuten inkl. Q&A): **ab 2.500 EUR***

Workshop-Leitung

- Sie konzipieren und organisieren Ihre Veranstaltung – wir unterstützen Sie mit einem fachlichen Workshop-Part.
- Unsere erfahrenen Workshopleiter moderieren den fachlichen Austausch, bringen neue Impulse ein und führen Ideen gezielt zu verwertbaren Ergebnissen. Ein Impulsvortrag zum Workshopthema von maximal 30 Minuten ist enthalten.
- Workshop inkl. Impulsvortrag (max. 120 Minuten): **ab 4.500 EUR***

Fachliche Konzeption und Durchführung der Team-/Strategieklausur in Ihren Räumen

- Wir liefern das fachliche Konzept und die Durchführung – Sie übernehmen die Organisation.
- Unsere erfahrenen Experten entwickeln gemeinsam mit Ihnen eine passgenaue Team- oder Strategieklausur und führen die Veranstaltung mit Ihren Teilnehmenden in Ihren Räumlichkeiten durch.
- Team- oder Strategieklausur pro Tag: **ab 7.500 EUR***

Veranstaltungs-Gesamtplanung Offsite

- Wir liefern das fachliche Konzept, die Durchführung und übernehmen auch die komplette Organisation.
- Wir entwickeln eine maßgeschneiderte Team- oder Strategieklausur und kümmern uns um die gesamte Umsetzung, damit Sie und Ihr Team sich voll auf Inhalte und Entscheidungen konzentrieren können.
- analog Team-/Strategieklausur zzgl. Aufwände für Planung und Organisation sowie externe Kosten (Raummiete, Catering, Event) nach Anfall.

* Preise zzgl. Reisekosten zzgl. MwSt.

Konkrete Umsetzungsbeispiele

Beispiel 1: **Keynote-Vortrag oder Workshop-Leitung**
Wir unterstützen Ihre geplante Veranstaltung mit unseren Keynote-Vorträgen oder Workshop-Expertise.

Sie planen eine Mitarbeiter- oder Kundenveranstaltung, auf der aktuelle Fachthemen der Versicherungswirtschaft präsentiert werden sollen?

Sie suchen fachlich versierte Referenten, die spannende Themen fundiert und prägnant vortragen und zur Diskussion anregen?

Sie wünschen sich im Rahmen Ihrer Veranstaltung einen fokussierten ergebnisorientierten Einzelworkshop?

Unser Angebot an Sie:

- Wir unterstützen Ihre geplante Mitarbeiter- oder Kundenveranstaltung mit unseren Keynote-Vorträgen oder Workshop-Expertise.
- Wir geben (kontroverse) Impulse für nachfolgende Diskussionen, stellen fachliche Zusammenhänge dar oder vermitteln Grundlagen- und Überblickswissen.
- Wir diskutieren mit Ihnen aktuelle (Branchen-)Entwicklungen, Fakten, Trends und Herausforderungen mit Relevanz für Ihr Haus, für Ihre Kunden und damit für Ihre tägliche Arbeit und leiten gemeinsam Handlungsempfehlungen und Lösungsansätze ab.
- Gern stehen wir Ihnen auch als Workshop-Moderatoren zu von Ihnen festgelegten Themen zur Verfügung.
- Wir richten uns nach Ihren Vorgaben zum fachlichen Fokus, zur didaktischen Ausrichtung und Dauer unseres Beitrags, geben auf Wunsch aber auch Anregungen für die Ausgestaltung.

Beispiel 2: **Strategieklausur Betriebsinnovation und Entwicklung (1/2)**

Ausgangssituation und Zielstellung

Ausgangssituation

Es wurde ein Team neu gegründet mit dem Arbeitsauftrag zur Weiterentwicklung des operativen Versicherungsbetriebs.

Dabei bilden die organisationale Weiterentwicklung auf Prozess- und Strukturebene zentrale Stellhebel. Ebenso spielt der Einsatz neuer Technologien eine wesentliche Rolle, da parallel das bisherige Bestandsführungssystem durch ein Neues abgelöst wird.

Dieses komplexe Umfeld bildet die Ausgangssituation.

Zielstellung

Der Teamworkshop verfolgt das Ziel, Impulse zu folgenden Themen zu erhalten: Organisationsentwicklung/ -modelle/ -transformationen in der Versicherungswirtschaft, Digitalisierung & KI & Technologien, Prozessgestaltung, digitaler Kundenservice, Bestandsmanagement, Schadenmanagement, Qualifizierungsmanagement, Changemanagement.

Darauf aufbauend soll ein Zukunftsbild 2030 erarbeitet werden, das alle relevanten Einflussfaktoren abbildet. Zusätzlich wird die Zusammenarbeit im Team zur Umsetzung des Zielbildes erarbeitet.

Beispiel 2: **Strategieklausur Betriebsinnovation und Entwicklung (2/2)**

Agenda für drei Workshoptage

Tag 1

12:00 Uhr → Mittagessen bei Ankunft

13:00 Uhr → **Impulse** zu:

- Kundenmanagement der Zukunft:
- Schaden- & Leistungsmanagement
- Bestands- & Servicemanagement

15:00 Uhr → Ableitung von **Thesen** für das Zukunftsbild

16:00 Uhr → **Impuls** Transformation in der Versicherungswirtschaft

17:00 Uhr → Weiterentwicklung Thesen

18:00 Uhr → Gemeinsames Abendessen

Tag 2

9:00 Uhr → Check-in Impuls Teamleiter

9:30 Uhr → **Impuls** zur Zusammenarbeit im Team

10:00 Uhr → Festlegen der **konkreten Zusammenarbeit** im Team I (Rollen intern und extern, Auftreten im Unternehmen, Verantwortlichkeiten)

12:00 Uhr → Mittagspause

13:00 Uhr → Festlegen der **konkreten Zusammenarbeit** im Team II (Werte, Regeln, Mindset)

14:30 Uhr → Ende

Tag 3

9:00 Uhr → Check-in und Reflexion der **Thesen**

9:30 Uhr → **Impulse** zu:

- Digitalisierung & Künstliche Intelligenz
- Prozessgestaltung & Mitarbeiterqualifikation
- Transformation & Change Management

11:30 Uhr → Ableitung von **Thesen** für das Zukunftsbild und **Konsolidierung** mit den Thesen von Tag 1

12:30 Uhr → Mittagspause

13:30 Uhr → **Entwicklung** Zukunftsbild 2030 für den Operativen Versicherungsbetrieb

15:30 Uhr → Ableitung **Roadmap** und Verantwortlichkeiten zur Umsetzung der Zukunftsvision

17:30 Uhr → Team-Duell und Abendessen



Beispiel 3: **Strategieklausur Marktmanagement (1/2)** Ausgangssituation und Zielstellung

Ausgangssituation

Mehrere Teams innerhalb eines Bereiches arbeiten an ähnlichen Fragestellungen, aber ohne gemeinsames strategisches Verständnis und mit teils unterschiedlichen Prioritäten.

Daten, Analysen und Market-Intelligence-Insights sind vorhanden, werden aber uneinheitlich genutzt und nicht systematisch für Entscheidungen verknüpft. Die Rollen und Verantwortlichkeiten in der marktorientierten Gesamtstrategie sind nicht klar abgegrenzt. Die aktuelle Datenbasis, Toollandschaft und Prozessschnittstellen reichen für zukünftige Anforderungen nur teilweise aus. Potenziale aus KI, Customer Intelligence und externen Datenquellen werden erkannt, aber noch nicht ausgeschöpft.

Zusammenarbeit zwischen Marktmanagement, Analytics, Marketing, Produkt und Vertrieb ist verbesserungswürdig und zu siloartig. Entscheidungen zu Kundenwert, Profitabilität und Kanalstrategie sind deshalb nicht immer konsistent oder transparent.

Zielstellung

- Transparenz schaffen zu aktuellen Herausforderungen und Potenzialen in Data Analytics, Marktforschung und kanalübergreifender Marktbearbeitung
- Einheitliches Verständnis der Unternehmens- und Bereichsstrategie erarbeiten, Transfer der Unternehmensstrategie auf die Einheit Marktmanagement.
- Standortbestimmung: Wo stehen wir aktuell (Datenbasis, Prozesse, Schnittstellen)? Welchen Beitrag leistet jede Person zur Optimierung von Kundensicht, Vertriebswegen und Spartenperformance?
- Zielbild Marktmanagement inkl. priorisierter Handlungsfelder (z. B. Haushalts-sicht, Nutzung externer Datenquellen aus Partner-/verbundenen Unternehmen, Optimierung der Kanalstrategie)
- Klarheit über Rollen und Verantwortlichkeiten im Team
- Stärkung der bereichsübergreifenden Zusammenarbeit und des Wir-Gefühls

Beispiel 3: **Strategieklausur Marktmanagement (2/2)** Agenda für einen Workshoptag

Tag 1

8:55 Uhr → **Ankommen und Einstieg:**

Begrüßung, Ziele, Erfolgskriterien, Agenda-Feintuning

9:15 Uhr → **Impulse** zu:

Data & Market Intelligence als Wachstumsmotor

Trends im Kunden- & Vertriebsmanagement

Trends in AI & Data

10:45 Uhr → Pause

11:00 Uhr → **Unternehmens- & Bereichsziele** Marktmanagement und **potenzielle Herausforderungen** (Kurzimpuls Unternehmensvertreter)

11:20 Uhr → **Reflexion der Trend-Impulse** mit Transferfragen, Diskussion

12:05 Uhr → Mittagspause

12:45 Uhr → **Ableitung & Priorisierung** von Handlungsfeldern

13:45 Uhr → **Ausarbeitung & Detaillierung** der Top-5 Handlungsfelder

14:30 Uhr → Wie? **Mindset-Sprint & Zusammenarbeitsprinzipien**

15:15 Uhr → Kurze Pause

15:25 Uhr → **Wrap-Up, Reflexion & offene Fragen**

Beispiel 4: **Innovationsworkshop** **Design Sprint Customer Journey (1/2)**

Ausgangssituation und Zielstellung

Ausgangssituation

Das Unternehmen steht vor der Herausforderung, digitale Kundenerlebnisse kontinuierlich zu verbessern. Im Fokus stand hierbei konkret die Online-Verkaufsstrecke, die sowohl funktional als auch emotional überzeugen muss.

Ein bestehendes Team aus Spezialisten in UX-Design, Customer Experience und User Research verfügen über wertvolles Wissen, benötigen jedoch Raum und methodische Impulse, um neue, kreative Ansätze zu entwickeln.

Diese Ansätze sollen in der Teamklausur gemeinsam entwickelt werden.

Zielstellung

Der Workshop fördert die Innovationskraft eines interdisziplinären Teams und befähigt sie, visionäre Ideen für eine optimale und ansprechende Website zu gestalten. Durch Design Thinking, Best Practices aus anderen Branchen und die Entwicklung eigener Mockups entsteht ein klarer Fokus auf nutzerzentrierte Lösungen.

Der Workshop schafft einen offenen Raum für Perspektivenvielfalt, stärkt den Teamgeist und führt zu greifbaren Konzepten, die direkt weiterentwickelt werden können.

Als zusätzliche Komponente wird der Einsatz von Generativer KI integriert: Die Teilnehmenden lernen, wie sie KI-Tools nutzen, um Ideen schneller zu generieren, Prototypen zu verfeinern und Wettbewerbsanalysen effizient durchzuführen.

Beispiel 4: **Innovationsworkshop** **Design Sprint Customer Journey (2/2)**

Agenda für drei Workshoptage

12:00 Uhr → Mittagessen bei Ankunft

Tag 1 Ideation (13–17 Uhr)

Zielgruppen verstehen: Datengetriebene Personas analysieren & Schlüsselaspekte identifizieren.

Copypcat Challenge: Identifizieren von erfolgreichen Abschlussstrecken in anderen Branchen (z. B. Spotify, Netflix).

Persona-centered Ideation: Generierung zahlreicher Ideen.

Abendprogramm: Gemeinsames Teamevent

Tag 3 Konzeptfinalisierung (9–12 Uhr)

Optional: erstes Feedback aus Kundensicht (Ergebnisse aus der Testgruppe)

Finalisierung des entwickelten Konzepts zu einem visionären **Zielbild**

12:00 Uhr → Mittagessen zum Abschluss

Tag 2 Konkretisierung & Konzept (9–16 Uhr)

Gemeinsame Bewertung der Ideen nach festgelegten Kriterien.

Impuls zur Nutzung von **GenAI** im Innovationsprozess inkl. **Prompting**.

Weiterentwicklung der priorisierten Ideen Gestaltung von 1–3 optimierten **Abschlussstrecken** durch Unterstützung von GenAI.

Abendprogramm: Gemeinsames Teamevent

Optional: Übernacht-Testung in der Zielgruppe mit 100–150 Personen



Beispiel 5: **Ideation-Workshop CX-Day (1/2)** Ausgangssituation und Zielstellung

Ausgangssituation

Es besteht die Herausforderung, Kundenerwartungen entlang der gesamten Customer Journey konsequent zu erfüllen. Versicherungsprodukte und -prozesse sind zunehmend vergleichbar, damit wird das Kundenerlebnis zum entscheidenden Differenzierungsmerkmal – auch geprägt durch Erfahrungen, die Kunden aus anderen Branchen mitbringen.

In der Praxis bestehen häufig Brüche zwischen den Bereichen: Vertrieb, Service, Marketing, Produktmanagement und IT verfolgen eigene Ziele und Kennzahlen. Zudem liegen zwar zahlreiche Kundendaten vor, doch werden sie selten ganzheitlich genutzt, um Erlebnisse aktiv zu gestalten oder strategische Entscheidungen zu stützen. Dadurch bleibt die Customer Experience oft Stückwerk.

Zielstellung

Der CX-Day bietet einen Rahmen, um im eigenen Unternehmen Kundenerlebnisse aus den Perspektiven verschiedener Bereiche (z.B. Vertrieb, Schaden, IT, Produktentwicklung) zu betrachten und ein gemeinsames Verständnis von Customer Experience zu verankern.

Ziele des CX-Day sind:

- das Bewusstsein für CX als zentralen Erfolgsfaktor zu stärken,
- Schnittstellen zwischen den Bereichen zu verbessern,
- Handlungsfelder entlang der Customer Journeys zu identifizieren,
- innovative Ansätze und Best Practices zu übertragen sowie
- Teamgeist und Eigenverantwortung zu fördern.

Die Teilnehmenden entwickeln gemeinsam ein Zielbild einer kundenorientierten Organisation und leiten erste Maßnahmen zur Optimierung von Prozessen, Kommunikation und Touchpoints ab. Der CX-Day wirkt damit als Impulsformat, das Strategie, Kultur und Umsetzung verbindet.

Beispiel 5: **Ideation-Workshop CX-Day (2/2)** Agenda für einen Workshoptag

Tag 1

9:00 Uhr → **Ankommen und Begrüßung:** Status Quo

9:20 Uhr → **Impuls** Versicherungsforen: Warum ist CX und die Kundenorientierung so wichtig

9:40 Uhr → **Impuls** des Vorstands: Zielvision

10:10 Uhr → Energizer

10:30 Uhr → **Austausch & Vernetzen** in parallelen Räumen – mögliche Inhalte und Ausgestaltungen:

KPI Deep Dive Workshop

Customer Journey erlebbar machen

Customer Journey Escape Room

Kundenbefragung vor Ort (Makler, Vermittler, Endkunde)

Demo-Show Room

Kleinere Hospitanzen im Service Bereich

Echtes Kundenfeedback analysieren

Journey visualisieren und überdenken

Podiumsdiskussion über den Kunden mit F1-Leitern / Kunden / Mitarbeitern

15:00 Uhr → **Abschlussmoderation:**

Zusammenfassung & Review des Tages

Welche Learnings des CX Days nehmen wir mit?

Zukunftsausblick

16:00 Uhr → Optional: Get together

Beispiel 6: Teamentwicklungsworkshop Team-Offsite (1/2)

Ausgangssituation und Zielstellung

Ausgangssituation

Der Bereich möchte ein Offsite mit seinen Mitarbeitenden durchführen. Der Bereich besteht aus verschiedenen, recht unterschiedlich agierenden Teil-Teams.

Dabei soll es neben einzelnen fachlichen Themen vor allem um das **bessere Kennenlernen der Mitarbeitenden** und die **Stärkung der Zusammenarbeit** innerhalb des Bereiches gehen.

Zielstellung

Es sollen folgende Fragen beantwortet werden:

- Was macht uns als Bereich so einzigartig?
- Warum können wir am Ende nur zusammen funktionieren?
- Wie können wir die Unterschiedlichkeit der Teams für eine größtmögliche Wertschöpfung nutzen, wie bringen sich die Teil-Teams in diesen Kreislauf ein?
- Wie können und wollen wir uns im Alltag bestmöglich unterstützen?
- Welche Möglichkeiten der bilateralen Zusammenarbeit gibt es?
- Wie können wir die Ergebnisse zur Zusammenarbeit in unserem Bereich nachhaltig etablieren?

Beispiel 6: Teamentwicklungsworkshop Team-Offsite (2/2)

Agenda für zwei Workshoptage

Tag 1

10:30 Uhr → Ankunft der Teilnehmenden

10:45 Uhr → **Begrüßung** durch den Leiter des Fachbereichs und Vorstellung der Agenda durch die VFL

11:00 Uhr → **Informationsblock:**

Ominichannel Sales Factory

Update Strategie und Ambition 2025+

Update Omnikanalroadmap

12:10 Uhr → Mittagspause

13:00 Uhr → **Impuls** VFL „Generative AI mit dem Schwerpunkt Vertrieb/Marketing“ inkl. Fragen

14:00 Uhr → **Vorstellung jedes Teams** durch ein anderes Team

Methode: „Rasender Reporter“ mit Erstellung von Info-Flipcharts zu den Teams durch ein anderes Team

15:30 Uhr → Transfer zum **Teamevent** mit gemeinsamem Abendessen

Tag 2

9:00 Uhr → **Deep Dive** für ausgewählte Themen

9:30 Uhr → „Anerkennende“ **Interviews** (Welche Herausforderung hast Du die letzte Zeit erfolgreich gemeistert? Und warum glaubst Du, dass Du erfolgreich warst?)

10:30 Uhr → **Impuls** „Unser Beitrag zum Omnikanal“

10:40 Uhr → Kaffeepause

11:00 Uhr → **Workshop:** Erarbeitung von Ideen für die teamübergreifende Zusammenarbeit – Vorstellung von Maßnahmen und Use Cases im Plenum

13:15 Uhr → Mittagspause

14:00 Uhr → **Teambuilding Methode** „Spaghetti-Turm“ (mit gemischten Teams)

14:30 Uhr → World Café – **Wrap-up** zu den 2 Tagen

16:00 Uhr → Kurze Pause

16:10 Uhr → **Vorstellung** der World Café **Ergebnisse** durch die Tisch-Gastgeber

16:30 Uhr → **Feedback und Abschluss** „Was war gut, was hättest du dir anders gewünscht und was nimmst du für dich mit?“



Interessiert?

Sprechen Sie uns an – wir unterbreiten Ihnen gern ein **individuelles Angebot** auf Basis Ihrer Anforderungen.



ppa. Kai Wedekind

Mitglied der erweiterten Geschäftsführung
(Bereich People & Culture),
Leiter Fachteam Kunden-, Prozess- &
Qualitätsmanagement

E kai.wedekind@versicherungsforen.net

Fachlicher Ansprechpartner



Susan Drechsler

Leiterin Versicherungsforen Akademie

E susan.drechsler@versicherungsforen.net

Organisatorische Ansprechpartnerin

Versicherungsforen Leipzig GmbH – ein Unternehmen der LF Gruppe
Hainstraße 16 | 04109 Leipzig | www.versicherungsforen.net