

# 1 Projektbericht: 4-stufiges Prämienmodell inkl. Zielvereinbarungen im Handel in der Mobilfunkbranche

## 1.1 Zielsetzung

Der Vertriebskanal Handel unseres will sein Prämienmodell um Zielprämien erweitern. Ziel des Projektes ist es, das proprietäre Prämienabrechnungssystem neu zu konfigurieren und im Rahmen des bei beim Kunden üblichen Innovationsprozesses die erforderlichen Softwareanpassungen in Prämienabrechnungssystem zu konzipieren und einzuführen.

## 1.2 Lösung

Der Innovationsprozess sieht folgende Projektphasen vor:

1. Idea Generation
2. Market Feasibility
3. Technical Feasibility
4. Concept Development
5. Implementation
6. Market Launch

Im Rahmen der Idea Generation hat der Fachbereich die Projektidee entwickelt und das Projekt an sich initiiert.

In der **Market Feasibility** wurden die fachlichen Spezifika des neuen Projektmodells entwickelt.

Das neue Prämienmodell besteht aus drei Komponenten:

- Grundprämie
- Klassenprämie
- Quartals- und Jahreszielprämie

Im Rahmen der **Technical Feasibility** wurde untersucht, welche System-Anpassungsmaßnahmen erforderlich sind, um die Anforderungen abzubilden.

Das Abbilden der Zielprämien ist zwar möglich, doch schlägt sich dies erheblich in der Performance nieder. Das Prämienabrechnungssystem wäre nicht in der Lage, in der vom Konzern vorgegebenen Zeit die Jahreszielprämien zu berechnen. Der Berechnungsalgorithmus ist dahingehend zu optimieren, dass monatliche Vorabberechnungen durchgeführt werden, so dass am Ende des Jahres nicht mehr alle Ereignisse des gesamten Jahres kalkuliert werden müssen.

Ferner ist es beim Kunden üblich, monatlich die Leistungen zu verbuchen. Wenn also Verträge vermittelt wurden, für die bei Erreichen des Zieles eine Prämie fällig wird, muss für diese Verträge monatlich eine Abgrenzungsbuchung eingestellt werden. Diese Abgrenzungsbuchungen sind derzeit nicht automatisiert möglich, so dass diese Funktionalität implementiert werden muss.

In der Phase **Concept Development** wurden die Change Request Anforderungen erstellt und an den Lieferanten kommuniziert. Der Lieferant erstellt auf dieser Basis ein Konzept und sein Angebot.

In der Phase **Implementation** wird das Konzept vom Lieferanten umgesetzt.

In der **Launch**-Phase wird das Projektergebnis eingeführt und schließlich der Erfolg des Projektes bewertet.

### 1.3 Nutzen des Projektes

Durch das Projekt hat der Vertrieb weitere Möglichkeiten erhalten, seine Händler leistungsgerecht zu vergüten und Anreize geschaffen, höherwertige Mobilfunkverträge zu verkaufen. Damit konnte der Vertrieb zur Erreichung der strategischen Ziele des Unternehmens beitragen.