

Claudia Gabler

EXZELLENZ, EFFIZIENZ UND ERLEBNIS

Wie schafft eine Versicherung Exzellenz im Direktvertrieb? Gudrun Neumann verrät es. In ihrem Praxisbericht im Rahmen der CCW zeigt die leidenschaftliche Customer-Care-Expertin des Münchener Verein die Herausforderungen im Direktvertrieb – und wie diese mit dem richtigen Einsatz eines CRM-Systems gelöst werden können.



Gudrun Neumann leitet das Contactcenter im Direktvertrieb des Münchener Verein. Eine neue Contactcenter-Lösung hat dazu beigetragen, die Effizienz zu steigern und gleichzeitig das Kundenerlebnis zu optimieren.

CMM: Frau Neumann, der Münchener Verein (MV) wurde zum vierten Mal in Folge zum «Versicherer des Jahres» gewählt. Die langfristige strategische Ausrichtung auf kundenfreundliche Prozesse und leistungsstarken Service manifestiert die Versicherungsgruppe mit der Einführung einer CRM-Lösung. Dabei fiel die Wahl auf BSI als CRM-Partner. Wie kam es dazu?

Gudrun Neumann: Die bisherige technische Infrastruktur war nicht mehr zeitgemäß. Sowohl die Oberflächen für die Anwender als auch die Prozesse waren nicht für den Direktvertrieb geeignet. Es fehlte an Effizienz und Transparenz. Heute können wir vom Antrag, unabhängig über welchen Kanal, über den Vertragsabschluss bis zur Übergabe in die Policierung alles in einem System abbilden – sogar die Outbound-Calls zur Qualitätssicherung.

Was schätzen Sie besonders an der zentralen Lösung im Contactcenter?

Die moderne Oberfläche zur Neuanlage und Pflege von Kunden und Interessenten ermöglicht uns, neben einer übersichtlichen Darstellung aller relevanten Daten auch eine lückenlose Kontakthistorie. Zudem wird über die Lösung die fristgerechte Bearbeitung innerhalb der gewünschten Servicelevels sichergestellt. Wir arbeiten mit unterschiedlichen Servicelinien. Diese gewährleisten, dass die richtigen Prozesse angestoßen und aus dem Prozess heraus Druckstücke, Wiedervorlagen etc. generiert werden. Darüber hinaus wird die Steuerung der Bearbeitung innerhalb eines oder mehrerer Teams erleichtert. Die Lösung ist hochintegrativ und unterstützt die Optimierung der Arbeitsabläufe im gesamten MV. Vor allem die automatische Bearbeitung von Schriftstücken, im Versicherungsjargon «Dunkelverarbeitung» genannt, ist ein grosser Effizienzgewinn für uns. Apropos Effizienz: Auch die Administration unserer Kooperationspartner wird durch die zentrale Lösung deutlich vereinfacht.

Sie nutzen das CRM nicht nur im Inbound, sondern auch für Outbound-Aktivitäten. Mit welchem Erfolg?

Wir haben im letzten Jahr eine grossangelegte Outbound-Aktion zur Bestandskundenbetreuung durchgeführt, um ein neues Produkt vorzustellen. Dabei konnten wir von allen erdenklichen Möglichkeiten zur Dateneinspielung, Abarbeitung und Steuerung profitieren.

Wie ist die neue Lösung bei Ihren Mitarbeitern angekommen?

Natürlich ist eine Systemumstellung immer eine Herausforderung! Nachdem die Mitarbeiter ihre neue Lösung erst einmal gesehen hatten, schwand die anfängliche Skepsis. Das System überzeugt durch eine zeitgemässe Oberfläche und einfache Prozessabläufe. Mussten beispielsweise früher Papieranträge noch vor Ort gedruckt, kuvertiert und ver-

schickt werden, laufen die Dokumente heute bequem über die zentrale Druckstrasse. Auch Direktanträge werden maschinell eingelesen und quasi «mundgerecht» für die Telefonie aufbereitet.

Über welche Kanäle können die Kunden mit dem MV in Kontakt treten?

Der Schwerpunkt bei uns im Direktvertrieb liegt auf den Kanälen Telefon, klassische Mailing-Kampagnen mit Direktanträgen und im E-Mail-Marketing.

Wie viele Kundenanliegen bearbeiten die Mitarbeiter im MV-Contactcenter?

Zwischen 1.1.2015 und 31.10.2015 wurden insgesamt über 28 000 Geschäftsvorfälle angelegt, hinter denen sich über 27 000 eingehende (Telefon, E-Mail, Webformulare usw.) und über 52 000 ausgehende Kommunikationen verbergen. Bei umgerechnet durchschnittlich fünf anwesenden Vollzeit-Mitarbeitern liegen wir damit bei knapp 80 «Kommunikationen» pro Mitarbeiter pro Tag.

«Direktanträge werden maschinell eingelesen und quasi «mundgerecht» für die Telefonie aufbereitet.»

Gudrun Neumann, MV

Profitieren auch MV-Kunden von der neuen Lösung?

Durch die lückenlose Kontakthistorie können wir unsere Kunden optimal betreuen. Das ist der grösste Gewinn!

Welche Benefits bringt die Lösung für den MV?

Auch wir profitieren von der lückenlosen Kontakthistorie. Zudem konnten wir die Arbeitsabläufe im gesamten MV – über das Contactcenter hinaus – optimieren. Die fristgerechte Bearbeitung innerhalb der definierten Servicelevels ist ein grosser Benefit. Die einfachere Administration der Kooperationspartner wiederum hat sehr zur Effizienz beigetragen. ■



Lernen Sie Gudrun Neumann im Rahmen ihres Praxisberichts am 23. Februar 2016 von 13. bis 13.30 Uhr im Messeforum, Halle 2 oder am BSI Stand in Halle 3 B20/B22 persönlich kennen – Die Contactcenter-Expertin steht gerne für einen Gedankenaustausch zu mehr Exzellenz, Effizienz und Erlebnis zur Verfügung. Sie haben noch kein Messticket? Das BSI Team hilft gerne aus! bsi-software.com/ccw