

Kooperatives CRM bei Swiss Life International: Betreuung multinationaler Firmen in Kooperation mit lokalen Netzwerkpartnern

Madeleine Simmler Weiss, Swiss Life und
Catherine B. Crowden, BSI Business Systems Integration AG

Swiss Life ist nicht nur seit über 150 Jahren in der Schweiz führend in der finanziellen Vorsorge, das Unternehmen ist auch globaler Partner, wenn es um die Mitarbeiter-Vorsorge multinationaler Unternehmen geht. In diesem Zusammenhang entschied sich Swiss Life vor knapp vier Jahren für eine CRM-Lösung aus dem Hause BSI. Diese ermöglicht die globale Verwaltung der Vertragsdaten. Entsprechend nutzen Netzwerkpartner auf der ganzen Welt die CRM-Lösung gemeinsam, um Vertragsdetails zu erfassen und vorhandene Informationen und Kontakte gewinnbringend einzusetzen. «Ein CRM, das kooperativ einsetzbar ist, war die einzige Möglichkeit, allen Beteiligten – Swiss Life, Partnern und Kunden – Echtzeit-Zugriff auf die Daten und somit eine effiziente Zusammenarbeit zu ermöglichen», sagt Madeleine Simmler Weiss, Head Client & Partner Services bei Swiss Life. Die Lösung wird rege genutzt: Im Durchschnitt werden 2000 Activities pro Monat abgelegt. Im Vorgängersystem, einer Eigenlösung mit Fokus auf Vertragsverwaltung, wurden die CRM-Funktionalitäten zum Teil nachträglich eingebaut. Zusätzlich arbeitete Swiss Life mit zwei Extranets für Kunden und Partner, die zwar auf die gleiche Datenbank zugriffen, aber bezüglich Technik separat unterhalten werden mussten. Dieser komplexe Aufbau war auch mit erhöhten Wartungskosten verbunden. An die neue CRM-Lösung hatte Swiss Life entsprechend hohe Erwartungen: «Unser Ziel war es, komplexe Beziehungsstrukturen zwischen Swiss Life, Netzwerkpartnern, Kunden und Brokern transparent abzubilden und damit Verkaufspotenziale und Synergien zu evaluieren, die dann als Grundlage für ein aktives Opportunity-Management genutzt werden können», so Madeleine Simmler Weiss. Gleichzeitig sollte die kooperative Lösung zu einer technischen Vereinfachung der Vertragsverwaltung sowie des jährlichen Reportings durch die Netzwerkpartner verhelfen und den Kunden einen guten globalen Überblick ermöglichen.

Mehrwerte der kooperativen CRM-Lösung

Obwohl eine finanzielle Schätzung schwierig ist, steht für Madeleine Simmler Weiss fest: «Ohne CRM wäre eine effiziente Verkaufssteuerung nicht möglich. Wir sehen heute auf einen Blick, mit welchen Kunden wie viel Geschäft gemacht wird, wo Offerten hängig sind, wo es noch Potenzi-

al gibt. Zudem ist es für unser jährliches Reporting an die Kunden wichtig, einen einfachen, durchgängigen Prozess für die Datenlieferung zu haben. Zusätzlich konnten auch Business-Rules sinnvoll und effizient in CRM-Prozessen abgebildet und umgesetzt werden.»

Highlights:

- Die 360°-Kundensicht vereinfacht die Arbeit der Mitarbeiter, indem Informationen und Aktivitäten zentral und strukturiert abgelegt sind und dann wieder gewinnbringend eingesetzt werden können.
- Abbildung der komplexen Unternehmensstrukturen und Geschäftsbeziehungen über ein intelligentes Beziehungssystem.
- Breite Schnittstellenanbindung zu den Umsystemen, z.B. Berechnungs- und Reporting-Tool sowie die Archivierungslösung.

Learnings:

- Release Management muss aufgrund unterschiedlicher Security-Konzepte der Partner möglichst schlank gehalten werden (1–2 Releases pro Jahr).
- Mehrwert muss sowohl den Partnern als auch den internen Mitarbeitern gut verkauft werden.
- Gleichgewicht zu halten zwischen «Wer muss welche Daten sehen und bearbeiten können?» und einem vernünftig wartbaren Berechtigungskonzept.

«Ein CRM war die einzige
Möglichkeit, allen Beteiligten
Echtzeit-Zugriff auf die Daten
zu ermöglichen.»