

Wie erlangen Versicherer die „mobile“ Aufmerksamkeit der Kunden?

[Leipzig, 23. April 2018] Smartphone und Tablet sind auch in der Assekuranz nicht mehr wegzudenken. Neben nativen Apps bieten viele Versicherer ihre Webseiten und Kundenportale mittlerweile in einer mobilen Version an, um den Kunden den Zugang zu erleichtern. Welche Strategie hierfür die richtige ist, wurde auf der nunmehr siebenten Fachkonferenz „Insurance goes mobile“ der Versicherungsforen Leipzig am 19. und 20. April 2018 in Leipzig erörtert.

Mobile Technologien haben sich im privaten und im geschäftlichen Alltag etabliert. Die Entwicklung dieser Technologien schreitet aber weiterhin in rasantem Maße voran. Für ein Versicherungsunternehmen stellt sich die Frage, wie man die neuen technologischen Möglichkeiten in der Beziehung zu Kunden, Mitarbeitern und Partnern einsetzen kann. Aus diesem Grund trafen sich rund 70 Teilnehmer zur Fachkonferenz „Insurance goes mobile“ der Versicherungsforen Leipzig. Auf der zweitägigen Konferenz diskutierten die Teilnehmer anhand vieler Erfahrungsberichte die aktuellen Herausforderungen und mögliche Lösungsansätze dieses Themas.

Erfahrungsberichte mit mobilen Entwicklungen kamen dabei unter anderem aus den Häusern der Alten Leipziger, der R + V, der Gothaer und der DEVK. Dr. Sascha Kwasniok und Julius Kretz (beide Alte Leipziger Lebensversicherung) berichteten so über die Entwicklung ihrer Endkundenplattform, die für die Alte Leipziger eine neue Art der Kundenkommunikation darstellt. Als traditioneller Maklerversicherer überließ die Alte Leipziger ihre Kommunikation bisher im Wesentlichen dem Vertrieb. Jedoch zeigte sich in den vergangenen Jahren, dass Kunden sich mit ihren Anliegen verstärkt auch direkt an den Versicherer wenden möchten. In dem daraufhin entwickelten Portal, das vor allem für die mobile Nutzung vorgesehen ist, stehen Kunden neben Services des Versicherers wie der Vertragsverwaltung auch weitere Dienste zur Verfügung. Um die Kundeninteraktionsrate zu erhöhen, entschied man sich, zusätzliche Mehrwerte für die Kunden zu integrieren. So können Kunden neben ihren Versicherungsverträgen nun auch die Konten bei ihren Banken einsehen. Um unterschiedlich interessierte Kundengruppen anzusprechen, ist ein weiterer Zusatzbereich mit Gesundheitsservices in Planung.

Eine Neuheit stellten auf der Fachkonferenz Thorsten Seyffert (Gothaer Allgemeine) und Sebastian Salek (compeople) vor. Im Mai 2018 launcht die Gothaer eine hybride BeratungsApp für den Vertrieb, mit der dem Kunden die Beratung interaktiv erlebbar gemacht werden soll. Mittels Grafiken, Videos und Lückenrechnern kann der Kunde während der Beratung selbst aktiv werden und bekommt so einen einfachen Einstieg in die komplexen Themen rund um Versicherung. In verschiedenen Beratungsmodulen werden dabei die Vorsorgefelder der Gothaer, von Gesundheit über Altersvorsorge bis Vermögen, abgedeckt.

Einen etwas distanzierteren Blick auf das Thema „mobile“ gab Reto Joller (Head of Digital, Swiss Life) in seinem Vortrag. Er wies darauf hin, dass Kunden durch immer mehr (mobile) Angebote und Kanäle abgelenkt werden und sich Unternehmen daher genau überlegen müssen, wie und wo sie die Aufmerksamkeit ihrer Kunden versuchen zu erzeugen. Sein Lösungsvorschlag ist die Nutzung der sogenannten Micro Moments, also kleine Momente, die eine von einer Absicht geleitete Aktion auf dem mobilen Endgerät auslösen. Wenn Kunden nach Lösungen für ein Problem suchen, an einen bestimmten Ort gelangen möchten oder etwas kaufen wollen, entstehen Berührungspunkte, die Unternehmen nutzen können, um mit den Kunden in Kontakt zu treten. Hier gilt es, geschickt anzusetzen und die richtigen Services für solche Micro Moments anzubieten.

Mobile Endgeräte und Services nehmen in der Realität der Kunden weiterhin zu. Doch die Vielfalt an Angeboten ist groß und die Aufmerksamkeit der Kunden zu erlangen, bleibt weiter schwierig. Über unterschiedliche Wege versuchen die Versicherer sich aktuell diesem Thema zu nähern. Welche davon erfolgreich sein werden, wird sich in den kommenden Jahren zeigen.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.versicherungsforen.net/mobile_it

Pressekontakt:

Katharina Thiemann

Telefon: +49 341 98988-224

E-Mail: katharina.thiemann@versicherungsforen.net

Unternehmen

Versicherungsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16

04109 Leipzig

Internet: www.versicherungsforen.net

Über Versicherungsforen Leipzig GmbH

Die Versicherungsforen Leipzig verstehen sich als Dienstleister für Forschung und Entwicklung (F&E) in der Assekuranz. Als Impulsgeber für die Versicherungswirtschaft liegt ihre Kernkompetenz im Erkennen, Aufgreifen und Erforschen neuer Trends und Themen, zum Beispiel im Rahmen von Studien und Forschungsprojekten unter unmittelbarer Beteiligung von Versicherern. Basierend auf aktuellen wissenschaftlichen und fachlichen Erkenntnissen entwickeln und implementieren sie zukunftsweisende Lösungen für die Branche. Mit dem speziellen Wissen der Versicherungsbetriebslehre, der Versicherungsinformatik, der Versicherungsmathematik und des Versicherungsrechts schaffen die Versicherungsforen Leipzig die Basis für die Lösung anspruchsvoller neuer Fragestellungen innerhalb der Assekuranz. Zudem ermöglicht die wissenschaftliche Interdisziplinarität und der hohe Praxisbezug einen aufschlussreichen »Blick über den Tellerrand«.