

IT verändert Kundenerfahrung und Vertriebsalltag nachhaltig

Für Erfolg im Vertrieb wird traditionell die emotionale Ebene zwischen Käufer und Verkäufer verantwortlich gemacht. Die Konferenz „IT-Trends im Kundenmanagement 2013“ der BISS zeigte jedoch: Der Weg zur Emotion führt über gute Arbeitsorganisation und effizienten Einsatz von IT-Werkzeugen. Bereits zum zweiten Mal trafen sich fast 50 Teilnehmer aus der Vertriebs- und IT-Praxis im Versicherungsumfeld am 19. März in Köln, um über den Stand der Vertriebsunterstützung durch Methoden und IT zu diskutieren.

Für Erfolg im Vertrieb wird traditionell die emotionale Ebene zwischen Käufer und Verkäufer verantwortlich gemacht. Die Konferenz „IT-Trends im Kundenmanagement 2013“ der BISS zeigte jedoch: Der Weg zur Emotion führt über gute Arbeitsorganisation und effizienten Einsatz von IT-Werkzeugen. Bereits zum zweiten Mal trafen sich fast 50 Teilnehmer aus der Vertriebs- und IT-Praxis im Versicherungsumfeld am 19. März in Köln, um über den Stand der Vertriebsunterstützung durch Methoden und IT zu diskutieren.

Die aktuellen Trends wie Mobile IT, Bring Your Own Device (BYOD), Systemintegration zur vollständigen Kundensicht, aber auch Social Media haben die IT im Vertriebsumfeld seit einigen Jahren sehr viel dynamischer und komplexer gemacht. Die BISS-Expertenbefragung Ende 2012 verdeutlichte die aktuelle Gewichtung. Generell wird die Rolle der IT im Vertrieb nun von fast zwei Dritteln der Befragten als wichtig oder sehr wichtig betrachtet. Besonders die Nutzung und Integration Sozialer Netzwerke hat deutlich an Bedeutung zugelegt, aber auch Aufgabenstellungen zur Integration von Kundenmanagementsystemen über die Kommunikationskanäle hinweg und die Normierung von unternehmensübergreifenden Schnittstellen werden von fast allen Experten zu wichtigen oder sehr wichtigen Zukunftsthemen erklärt. So Bernhard Schneider, Leiter Vertrieb und Marketing der BISS, in seiner Einleitung des Programms.

KUNDENINFORMATIONEN ALS ERFOLGSFAKTOR IM VERTRIEBSALLTAG

Doch auch der Blick auf die organisatorischen Herausforderungen im Kundenmanagement generell kann wichtige Impulse für die IT-Entwicklung geben, Für die Organisation des Vertriebsalltags in einer Agentur oder einem Maklervertrieb tat dies Hartmut Pfaffinger in seinem Vortrag „Was benötigt eine erfolgreiche Agentur auf Knopfdruck?“. Auf der Grundlage jahrzehntelanger Vertriebsführungserfahrung in der Ausschließlichkeit und dem Maklervertrieb zeigte er die ungenutzten Potentiale auf, die wesentlich auf ungenutzte Kundeninformationen im Vertrieb selbst, aber auch im Unternehmen generell, zum Beispiel im Schadenbereich, zurückgehen. Mit eher einfachen Methoden lassen sich diese Potentiale heben, wenn die Kommunikation und die Aufbereitung von vertriebsrelevanten Informationen zielgerichtet organisiert werden. Pfaffinger erläuterte die beeindruckenden Größenordnungen durch Erfahrungswerte aus seiner Vertriebspraxis.

VERBESSERTE KUNDENSICHT UND PROZESSOPTIMIERUNG DURCH INTEGRATION

Die Vertriebsforderung nach einer Zusammenführung aller relevanten Kundeninformationen im Unternehmen zu einer 360-Grad-Sicht auf den Kunden klingt einleuchtend und sinnvoll, doch welche Herausforderungen damit für die IT in Versicherungsunternehmen verbunden sind, erläuterte Jürgen Reinsch, Leiter IT der VPV in Stuttgart, in seinem Vortrag „IT im Kundenservice und Vertrieb: das Frontoffice der VPV“. Nicht nur das Kundenmanagement profitiert jedoch von einer Vereinheitlichung des Informationsstandes über die Kommunikationskanäle hinweg, sondern auch der Kunde, der auf allen Zugangswegen zu seinem Versicherer auf aktuelle Informationen und vergleichbare Prozesse und Standards trifft.

In einem Projekt mit insgesamt 75 Mitarbeiter werden im Sommer 2013 durch die Einführung einer einheitlichen technologischen Plattform aus dem Hause BISS die Komplexität und die Reibungs- und Informationsverluste durch unterschiedliche Systeme an der Kundenschnittstelle deutlich reduziert werden. Durch ein pragmatisches Projektvorgehen mit den Schwerpunkten in vertriebsrelevanten Bereichen können Kosten eingespart und gleichzeitig die Prozessqualität verbessert werden.

SOCIAL MEDIA ALS GEHEIMWAFFE IN DER KUNDENKOMMUNIKATION?

Dass heute kaum ein Unternehmen auf die Präsenz in den Sozialen Medien wie Facebook, Twitter, Google+ und XING verzichtet ist bekannt, doch zumindest für den Finanzdienstleistungsvertrieb und den einzelnen Vertriebsmitarbeiter schien das angesichts so vieler konkurrierender Themen in diesen Medien wenig Sinn zu machen. Ingo Gregus, Geschäftsführer einer der führenden Multimediadienstleister für die Versicherungswirtschaft, konnte jedoch in einem schwungvollen Vortrag zahlreiche Möglichkeiten aufzeigen. So löst z. B. das Messaging auf Sozialen Netzwerken zunehmend die E-Mail ab, daher werden die Präsenz und die Kommunikation dort auch für den einzelnen Vermittler immer wichtiger. Auch andere Kommunikationsinstrumente wie beispielsweise Videoberatung über Skype und ähnliche Dienste werden durch die Kunden immer häufiger akzeptiert und genutzt. Die nächste Zukunft bringt darüber hinaus die Integration und Dokumentation des Beratungsprozesses online bis hin zum gemeinsamen Ausfüllen von Anträgen und zur elektronischen Unterschrift.

DIE ZUKUNFT DER ASSEKURANZ

Die Langfristperspektive zur Entwicklung der Assekuranz auf der Basis bereits heute bekannter technologischer Innovationen zeigte Volker P. Andelfinger, Buchautor und Unternehmensberater, auf. Mit aller gebotenen Vorsicht lassen sich beim Blick über den Tellerrand eine Reihe von Innovationen und Trends beobachten, die auch die Versicherungsbranche nicht unberührt lassen. Dabei sind die starke Vermehrung von mobilen Endgeräten und Applikationen eher noch überschaubar im Vergleich zu dem Megatrend „Internet der Dinge“. Die Miniaturisierung von Rechenleistung und der Ausbau der Mobilfunknetze eröffnet die Möglichkeit fast jeden Gegenstand mit dem Internet zu verbinden. Wenn Dinge wie Autos, Waschmaschinen und andere Geräte, die beispielsweise Kontrollfunktionen ausüben, Bestandteile des Internets werden, hat dies weitreichende Auswirkungen auf die Gestaltung und den Umfang von Versicherungsschutz. Nicht nur im Sachversicherungsbereich sondern durch die Überwachung von Vitalfunktionen beispielsweise auch in der Krankenversorgung und -versicherung.

ORIENTIERUNGSHILFE IM PLATTFORMDSCHUNDEL

Der Siegeszug der mobilen IT und der mobilen Anwendungen stellt durch eine noch zunehmende Anzahl von Plattformen die Unternehmens-IT vor wachsende Herausforderungen. Bei der mobilen Verfügbarkeit existierender und neuer Anwendungen ist die Festlegung auf technologische Plattformen wie Android, iOS, Windows 8, Ubuntu, Blackberry etc. ein wesentlicher Faktor für Erfolg oder Misserfolg. Kaum ein Unternehmen wird sich die Entwicklung für oder die Portierung auf alle Plattformen leisten wollen. Mario Korte von der BISS gab dazu einen Überblick und zeigte Kriterien auf für die Entscheidung zwischen plattformgebundener Native App und plattformneutraler HTML 5 - Anwendung. Vor allem praxisrelevant sind sicher die zahlreichen Mischformen zwischen den Native- und HTML 5-Extremen, die in unterschiedlichem Umfang wiederverwertbare Anteile für die gängigen Plattformen enthalten.

IT-PERSPEKTIVEN FÜR DEN VERTRIEB

Berührungs- oder Gestensteuerung in Kombination mit neuen Geräteklassen wie interaktiven Beratungsterminals oder Schaufensterelementen können die Kundenerfahrung gerade im Umgang mit abstrakten Finanzdienstleistungen nachhaltig verändern. In der Kombination mit überall verfügbaren Inhalten aus der Cloud und gesteuert von einem gemeinsamen

Betriebssystem kann der Kunde sich sowohl im Internet wie am Selbstbedienungsterminal oder beispielsweise in der Videokonferenz mit einem Fachberater über so komplexen Themen wie die betrieblichen Altersvorsorge in einer einheitlich gestalteten Darstellung informieren. Alexander Strahleck, Leiter des Vertriebs für Banken und Versicherungen bei Microsoft Deutschland, zeigte bereits existente Beispiele, die den Versicherungsvertrieb verändern können. Aber nicht nur die Kundenerfahrung verändert sich durch Technik, auch die Zusammenarbeit durch Kollaborationslösungen innerhalb des Vertriebes können die interne Kommunikation und Produktivität deutlich verbessern. Durch die Integration von Managementinformationen und Social-Media-Tools (Postings, Instant Messaging, etc.) in der Unternehmenscloud wird der jederzeitige Zugriff auf gemeinsam genutzte und bearbeitete Dokumente möglich. So verändert sich am Ende nicht nur die Kundenerfahrung sondern auch der Arbeitsalltag der Mitarbeiter deutlich.

NÄCHSTER TERMIN STEHT BEREITS FEST

„Gelungene Zusammenstellung von Themen zu einem komplexen Sachverhalt!“ war das häufig geäußerte Fazit vieler Teilnehmer, die auch bereits Themenvorschläge für die Veranstaltung im nächsten Jahr machten.

Spannende Themen und großes Teilnehmerinteresse an dem von BISS 2012 initiierten Expertentreffens sind also eindeutig vorhanden, so dass als Folgetermin der 18. März 2014 bereits feststeht. Weitere Informationen zu dieser und zukünftigen Veranstaltungen finden Sie unter www.biss-net.com.

Über die Konferenz IT-TRENDS IM KUNDENMANAGEMENT

Die jährliche Konferenz IT-TRENDS IM KUNDENMANAGEMENT beleuchtet die Schnittstelle zwischen Vertriebsalltag, den Einsatz von elektronischen Vertriebsinstrumenten und die IT-Unterstützung für den Vertrieb. Vom klassischen Agentursystem über Maklersoftware und -Portale bis zu Kundencentern ist das Kundenmanagement ohne die Unterstützung von IT-Systemen nicht mehr denkbar. Die Integration und der Ausbau dieser Kundenmanagementsysteme werden für den Vertriebs Erfolg besonders in der Versicherungs- und Finanzwirtschaft immer wichtiger, denn die Kundenbeziehung ist das erfolgskritische Asset. Seit 2012 veranstaltet die BISS GmbH als spezialisierter Systemanbieter deshalb eine jährliche Konferenz für Experten aus Vertrieb und IT, um die neuesten Anforderungen und Trends zu diskutieren. Die Nächste Veranstaltung findet am 18. März 2014 in Köln statt.

Pressekontakt:

Bernhard Schneider
- Leiter Vertrieb & Marketing -
Telefon: +49 (0)441 36 10 76 - 0
Telefax: +49 (0)441 36 10 76 - 99
E-Mail: bernhard.schneider@biss-net.com

BISS Gesellschaft für Büroinformationssysteme mbH
Marie-Curie-Str. 4
26129 Oldenburg

Über BISS

Die BISS GmbH entwickelt seit über 20 Jahren – auf der Basis multifunktionalen Software-Frameworks B-Wise – umfangreiche maßgeschneiderte Lösungen für die Points of Sales and Service von Versicherungsunternehmen und Finanzdienstleistern. Zum Leistungsspektrum gehören zudem Systemintegration und Beratung. Als Branchenspezialist bietet BISS einerseits

die Sicherheit einer in der Praxis bewährten Software-Plattform und andererseits die Möglichkeit, Funktionalitäten, Prozesse und wichtige technische Eigenschaften genau auf die spezifischen Anforderungen abzustimmen

biss