



## Markt-Check: Digitales Kundenmanagement in der Versicherungsbranche

So macht sich wertorientiertes Kundenmanagement in der Praxis bezahlt.

**Die Entscheidungs-Grundlage für den Vorstand: Der im Juni 2018 erschienene CINTELLIC Markt-Check für die Versicherungsbranche zeigt, wie Versicherer ihr digitales Kundenmanagement tunen können und welche Verbesserungen in Sachen Umsatz, Kosteneffizienz und Kundenbegeisterung erzielbar sind. Die Technologie ist da, jetzt kommt es auf die konsequente Umsetzung an.**

Alles in allem kommt der erste CINTELLIC Markt-Check für die Versicherungsbranche auf ein **Umsatzpotenzial von durchschnittlich 20 Prozent**, das Versicherungen über wertorientiertes digitales Kundenmanagement heben könnten.

Warum liegen in der Versicherungsbranche derart große Umsatzpotenziale brach?

Weil die Kundenansprache noch nicht konsequent digitalisiert und wertorientiert gestaltet wird.

Im folgenden Beitrag erfahren Sie, was wertorientiertes digitales Kundenmanagement in der Praxis eigentlich heißt, in welchen Bereichen sich die Umsetzung für Ihr Unternehmen am schnellsten auszahlt und was Sie bestenfalls erreichen können.

# Grundlagen

## Der erste CINTELLIC Markt-Check für die Versicherungsbranche

Bedarf und Methode: Wertorientiertes digitales Kundenmanagement leistet einen erheblichen Beitrag zur Wertschöpfung von Versicherungen und Finanzdienstleistern. Das ist per se nichts Neues. Bislang fehlten jedoch konkrete Beispiele, welche die Wirkung messbar und damit den Aufwand kalkulierbar machen.

Im ersten CINTELLIC Markt-Check für die Versicherungsbranche haben wir diese Zahlen ermittelt. Um zu zeigen, welche Verbesserungen in den Bereichen Umsatz, Kundenzufriedenheit und Kosteneffizienz erzielbar sind, haben wir eine Versicherungsgesellschaft „gegründet“, die es gar nicht gibt, und zwar die „DDV Durchschnittlichste Deutsche Versicherung“<sup>1</sup>.

Diese liefert uns die Vergleichswerte, um die Potenziale des wertorientierten digitalen Kundenmanagements genau zu berechnen. Damit schafft der CINTELLIC Markt-Check für die Versicherungsbranche erstmals konkrete, belastbare Entscheidungsgrundlagen.

## Aus Management-Sicht

Die drei großen Vorstandsziele und welchen Beitrag wertorientiertes digitales Kundenmanagement jetzt zur Erreichung beitragen kann

Digitales Kundenmanagement ist ein starker Werttreiber für Versicherungen. Voraussetzung ist, dass die Kundenansprache konsequent digitalisiert, automatisiert und wertorientiert gestaltet wird.

In der Praxis bedeutet dies: der komplette Kundenbestand wird einbezogen und jegliche Kundenansprache basiert auf analytischen Informationen.

Das Ergebnis ist eine zu 100 Prozent individualisierte Kundenansprache. So kann man sicher sein, dass man mit jedem Kunden optimal kosteneffizient den höchsten erreichbaren Umsatz erzielt und bei jedem Kontakt die richtigen Register zieht, um den Kunden zu begeistern und zu binden. Wir meinen: nachhaltiger kann man seine Kundenbeziehungen nicht gestalten.

<sup>1</sup> Die durchschnittlichste deutsche Versicherung hat die Sparten Sachversicherungen, Unfallversicherung, Haftpflicht, Kfz-Versicherung und Krankenversicherung und bespielt die Kanäle Vertrieb, Makler, Ausschließlichkeitsorganisation und Direkt-Tochter. Zur Errechnung der Vergleichswerte wurden das Konzernergebnis, die Anzahl der Vertretungen, die Anzahl der Verträge und deren Bruttoprämien in Summe für die o.g. Sparten einbezogen.



### Umsatzsteigerung



### Kosteneffizienz



### Kundenbegeisterung

Das bringt wertorientiertes digitales Kundenmanagement

#### Vorstandsziel: Umsatzsteigerung

- Plus Ø 20 % Umsatz mit Bestandskunden
- Plus Ø 140 % Umsatz in digitalen Vertriebskanälen
- Plus Ø 57 % Umsatz über Makler, AO, Vertrieb, ServiceCenter
- Ø 25 % geringere Kündigerrate

#### Vorstandsziel: Kosteneffizienz

- Ø 20 % Ressourceneinsparung in Marketing & Sales
- Ø 15 % Ressourceneinsparung in der Kundenbearbeitung
- 100 % Abdeckung: digitale Bearbeitung hybrider oder bislang unbetreuter Bestände

#### Vorstandsziel: Kundenbegeisterung

- Kundenwertorientierte Ansprache garantiert Top-Betreuung für Top-Kunden
- Customer Experience Management sichert maximal relevante Kommunikation
- Wertorientiertes Interessentenmanagement bindet werthaltige Neukunden Ø 4 x effizienter

## Der Beweis im operativen Betrieb

In diesen Bereichen zahlt sich die Umsetzung von wertorientiertem digitalem Kundenmanagement für Ihr Versicherungsunternehmen am schnellsten aus

- ✓ **Customer Experience Management:** Managen Sie Kundenerwartungen und -kommunikation und erhöhen Sie damit die Kundenzufriedenheit. So ist im Bereich Bestandskunden ein Umsatzplus von Ø 20 % drin, und die Kündigerrate kann um Ø 25 % verringert werden.
- ✓ **Klassische Ansprache:** Arbeiten Sie konsequent mit wertorientierter Analytik, dann werden automatisch nur Kunden angesprochen, bei denen sich die Maßnahme lohnt. Sie können so den Absatz über Brief, E-Mail oder Call um Ø 34 % erhöhen.
- ✓ **Online-Portal:** Kundenindividuelle Ansprachevorschläge (NBA="next best activity"/NBO="next best offer") verfeinern den Ø Absatz. Personalisierte Direct-Buy-Kampagnen erhöhen auch die Kundenzufriedenheit.
- ✓ **Service Center:** Der Inbound-Absatz lässt sich durch personalisierte Vorschläge, welche die Service-Mitarbeiter dem anrufenden Kunden unterbreiten, um Ø 230 % steigern.
- ✓ **Makler Vertrieb:** Steigern Sie den Erfolg Ihrer Makler mit Hilfe von NBO-Vorschlägen für Bestands- und Zusatzprodukte um Ø 30 %.
- ✓ **AO/Vertrieb:** Steigern Sie den Vertriebserfolg im Bereich AO/Vertrieb durch NBOs um Ø 45 %; hybride und unbetreute Kunden können automatisiert einbezogen werden.

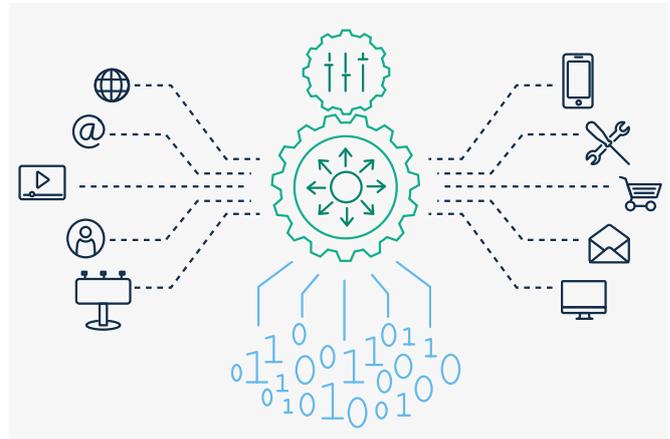
Außerdem:

- ✓ **Interessentenumwandlung:** Aus Interessenten mit hoher Kaufwahrscheinlichkeit können Sie Ø viermal mehr Kunden generieren.
- ✓ **Kosteneffizienz:** Reduzieren Sie die Bearbeitungsdauer durch automatisierte Kulanz-Schwellwerte. Sparen Sie Ø 20 % an Service- und Marketing-Ressourcen ein.



## Die Technologie: SAS als Entscheidungs-Engine

Beste Entscheidung: SAS hat sich auf die Themen wertorientierte Analytik und Empfehlungs-Engine spezialisiert und ist im Versicherungs-Bereich Standard.



**Beste Leistung:** Die vollautomatisierte digitale Entscheidungs-Engine analysiert die Kundendaten wertorientiert und liefert konkrete Marketing-Vorschläge an den Kanal.

**Beste Ergebnisse:** Durch wertorientiertes digitales Kundenmanagement mit SAS identifizieren und heben Sie alle Potenziale in Ihrem Kundenstamm.

Komplexität, einfach gemacht

- Die ganze Kundenkommunikation in einem System, transparent und leicht zu steuern
- Maßgeschneidert für Ihr Unternehmen, einfache Bedienung und geringer Abstimmungsbedarf
- Technologisch smart im Sinne Ihres Geschäftserfolgs – heute und in Zukunft
- DSGVO-geprüft und sicher
- Aus Kundensicht: Höchste Zufriedenheit garantiert, weil Ihre Kommunikation immer relevant ist

## Fazit

Die Technologie ist da – setzen wir sie gemeinsam konsequent um! Wir zeigen Ihnen gern, welches Plus für Ihr Unternehmen drin ist.

## Ansprechpartner



**Dr. Jörg Reinnarth**  
*Geschäftsführer*  
CINTELLIC Consulting Group  
joerg.reinnarth@cintelllic.com



**Stephan Klöckner**  
*Senior Manager*  
CINTELLIC Consulting Group  
stephan.kloeckner@cintelllic.com

## Über CINTELLIC

Die CINTELLIC Consulting Group ist eine leistungsfähige Unternehmensberatung mit Spezialisierung auf das digitale Kundenmanagement. Sie bietet ihren Kunden ausgereifte Lösungspakete zur Umsatz- und Ertragssteigerung.

Dabei steht CINTELLIC für ein breites Expertenwissen im Zusammenspiel von Business, Data und Technology.

Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik.

[www.cintelllic.com](http://www.cintelllic.com)

## #jointheteam

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!

<https://www.cintelllic.com/stellenangebote/>

### Cintelllic GmbH

Remigiusstraße 16  
53111 Bonn  
t +49 228 92 18 20  
f +49 228 92 18 299  
info@cintelllic.com  
www.cintelllic.com

