

## Anwenderbericht – CRM Vorstudie und Systemeinführung innerhalb der Versicherungsbranche

### Unternehmen

Der Anwenderbericht bezieht sich auf eine der mittelgroßen Lebensversicherungen in Deutschland. Das renommierte Unternehmen, dessen guter Ruf durch eine Vielzahl von Ratings und Rankings bestätigt wird, versteht sich als Spezialist für Lebens-, Renten- und Berufsunfähigkeitsversicherung.



### Ziele

Der Versicherer hat sich das strategische Ziel gesetzt, Serviceführer für Geschäftspartner im Vorsorgesegment zu sein und für die drei Vertriebswege Makler, Banken und Key Accounts zeitnah erreichbar zu sein. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, plant er die Einführung eines CRM-Systems zur Betreuung der Versicherungsvermittler. Das „C“ aus dem Akronym CRM steht somit für die Versicherungsvermittler („B2B“), die Geschäftspartner des Unternehmens. Da die meisten CRM-Systeme auf den B2C-Einsatz ausgerichtet sind, stellte dies eine besondere Herausforderung da.

In einer weiteren Ausbauphase soll das CRM-System im Bereich Endkundenservice eingesetzt werden. Perspektivisch wird auch angestrebt, CRM-Funktionalitäten als Self-Service für Geschäftspartner im Vermittler-Extranet anzubieten. Das System sollte daher modular aufgebaut sein, um mit den Anforderungen des Unternehmens mitwachsen zu können.

Die Ziele für das CRM-System können in fachliche und technische Ziele getrennt werden:

Fachlich:

- Umsetzung der Anforderungen zur Betreuung der Versicherungsvermittler
- Schaffung von integrierten Steuerungsinstrumenten (Vertriebscockpit)
- Schaffung einer einheitlichen Geschäftspartner-Sicht (360°-Sicht)
- Unterstützung des Endkundenservices
- Optimierung Kampagnenmanagement
- Optimierung Seminar-/Veranstaltungsmanagement

Technisch:

- Ablösung teilweise veralteter Insellösungen (z.B. Kampagnenmanagement auf Lotus Notes-Basis)
- Schaffung einer einheitlichen Systemumgebung für die Vermittler- und Endkundenbetreuung
- Bereitstellung offline verfügbarer Systemumgebung für Vermittlerbetreuer
- Nutzung von Single-Sign-on Möglichkeiten zur Optimierung der Arbeitsabläufe

Die Lebensversicherung des Unternehmens hat sich das strategische Ziel gesetzt, Serviceführer für Geschäftspartner im Vorsorgesegment zu sein. Als wesentliches Element dafür wird die technische Unterstützung zur Betreuung der Versicherungsvermittler gesehen.

## Vorgehen und Resultate

Nach der Beauftragung wurden im Rahmen der Vorstudie die Anforderungen aus dem Vertrieb, der IT und dem Kundenservice aufgenommen und auf dieser Basis ein CRM-System ausgewählt. Neben den fachlichen und technischen Anforderungen wurden ein Prozessmodell, ein Business-Case und eine CRM Roadmap erstellt. Die CRM Roadmap ist auf eine mehrstufige Strategie ausgelegt, so dass ein Big-Bang-Vorgehen vermieden wird.

In der ersten Stufe wird die CRM-Lösung mit dem Fokus auf die Vertriebsunterstützung für den Außendienst eingeführt. Die erste Stufe stellt somit auch die Basis für die Folgestufen dar. Ein wesentlicher Fokus liegt dabei auf der Schaffung einer stabilen Datenbasis der Geschäftspartner im gesamten Unternehmen.

Eine Besonderheit stellt die agile Methodik im Einführungsprojekt dar. Mittels der Scrum Projektmethodik entscheidet der Product Owner, welche Komponenten den höchsten Business Value generieren und somit priorisiert umgesetzt werden. Somit konnte der Termin zur Einführung von Stufe 1 planmäßig erreicht werden, da keine Funktionalitäten mit niedriger Priorität implementiert wurden.

Von den Benutzern wird die Lösung bereits begeistert aufgenommen .

Für die Folgestufen stehen ein Bestandsportal, die Ablösung der bisherigen Kunden-Service-Anwendung sowie die weitere Nutzung der CRM Plattform in weiteren Unternehmensteilen auf der Agenda.

## Über affinis consulting

affinis consulting hat sich auf die Beratung und effiziente Unterstützung von Prozessen im Kundenmanagement (CRM und CVM) spezialisiert. Das Leistungsspektrum reicht von der individuellen Anforderungsanalyse über die Konzeption bis hin zur Erstellung und bei Bedarf dem Betrieb der fertigen IT-Lösung. Erfahrung, Kreativität und unternehmerisches Denken werden so eingesetzt, dass am Ende eine maximal leistungsstarke und kundenspezifische CRM-Lösung steht. Die Projekte sind konsequent auf Kundennutzen und Wirtschaftlichkeit ausgerichtet.