



Versicherer verschenken Vertriebspotenzial

Um die Kundenerwartungen erfüllen zu können, müssen Versicherungsgesellschaften ihre Abwicklungsprozesse heute noch stärker digitalisieren, mobilisieren und automatisieren. Denn der Wettbewerb der Assekuranzwirtschaft wurde durch den digitalen Lebensstil des modernen Kunden grundlegend verändert. Dieser will heute seine Verträge selbstständig an die momentane Lebenssituation anpassen, Schadenmeldungen eingeben oder sich mit Informationen aller Art versorgen – wann und wo auch immer er sich gerade damit befasst. Um diese Interaktionen mit den Versicherten nahtlos an unternehmensinterne Prozesse anzubinden, bieten Onlineportale eine ideale Schnittstelle.

Noch weniger, nämlich sieben Prozent der befragten Versicherungsunternehmen, bieten ihren Kunden via Portal die Möglichkeit, eine individuelle Bedarfsanalyse durchzuführen. Aber auch in diesen Fällen werden die Ergebnisse dem Kunden im Portal zwar angezeigt, nicht aber an unternehmensinterne Systeme weitergeleitet. Als möglicher Grund für die mangelnde Integration und gewinnbringende Weiterverarbeitung der im Portal generierten Informationen werden oftmals datenschutzrechtliche Hürden geltend gemacht.

Allerdings ist der klassische Vertrieb laut Studie bei vielen Assekuranzunternehmen nur unzureichend an das Kundenportal angebunden. In der Folge können Berater auch nicht auf den kompletten Informationspool zugreifen und die im Portal identifizierten Beratungs- und Cross-Selling-Chancen vollständig nutzen. Überdies sind vielen Beratern die entsprechenden Möglichkeiten heutiger Portaltechnologien noch nicht hinreichend bewusst. Sven Brose resümiert:



Bild: © Nomad_Soul / fotolia.com

erklärt Sven Brose, Principal Consultant Insurance bei Sopra Steria Consulting. Vertrauen durch ein Höchstmaß an Transparenz sei das A und O für den Ausbau von Onlineportalen zu einem universellen Kunden-Cockpit, das die digitale Interaktion zwischen Versicherten und Versicherern rund um Vertragsabschlüsse, Informationsbeschaffung und Kundenbetreuung bündelt.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4942627/versicherer-verschenken-vertriebspotenzial/>