

Versicherungs wirtschaft

Magazin für Führungskräfte und Entscheider

75. Jahrgang | SEPTEMBER 2020 | 22,- €

ISSN 0042-4358 | E 6945

Hoch hinaus

Versicherer drängen
mit ambitionierten
Plänen ins Bankgeschäft

BAUSTELLE AGCS

Schlanke Strukturen und
frisches Personal

INTERNER RISIKOTRANSFER

Warum Captives mehr
Vor- als Nachteile haben

IM PROFIL

Edgar Puls,
CEO HDI GLOBAL

„New Normal“ für den Zahlungsverkehr

Wie Versicherer mit digitalen Ökosystemen die User Experience im Forderungsmanagement verbessern

Von Fabian Küchlin



In der Versicherungsbranche spielt die digitale Transformation schon seit Längerem eine wichtige Rolle. In der herausfordernden Corona-Zeit wurden die Vorteile der Digitalisierung erneut deutlich. Was vor Kurzem noch Zukunftsmusik schien, ist plötzlich Realität: Ein großer Teil der Menschen in Deutschland arbeitet aufgrund der Beschränkung von sozialen Kontakten im Homeoffice. Von dort aus vernetzen sie sich online mit ihren Kollegen und Kunden via E-Mail oder Videokonferenzen, sie kaufen online ein und schließen online Verträge ab. Dieser Evolutionssprung im digitalen Wandel wird unser aller Mindset nachhaltig verändern – Verbraucher denken zukünftig noch stärker digital und fordern dies auch von ihrem Versicherer. Entscheider im

Zahlungsverkehr und im Forderungs- und Kundenmanagement der Versicherer sollten daher folgende Themen für die weitere Digitalisierung des Forderungsmanagements vorantreiben:

1. NEHMEN SIE DIE KRITISCHEN KUNDENKONTAKTPUNKTE IN DEN FOKUS

Entlang der Customer Journey haben Versicherer nur wenig Gelegenheit, in den direkten Kontakt mit ihren Kunden zu treten. Abgesehen von der Beratung, der Antragsstellung und dem Abschluss einer Versicherung sowie der Zahlung der Erst- und Folgeprämien, bestehen die meisten sogenannten Touchpoints mit dem Endkunden vor allem in kritischen Momenten – etwa im Schadenfall oder wenn eine Forderung unbezahlt bleibt. Wichtig ist, dass diese direkten Kontaktpunkte nutzerorientiert gestaltet werden. Denn darüber hinaus hat der Versicherer kaum Gelegenheit, eine negative Kundenerfahrung wieder wettzumachen.

Viele Versicherer sind sich der Bedeutung der Financial Touchpoints mittlerweile bewusst. Durch Initiativen wie die Einführung alternativer Zahlverfahren wurden bereits Schritte in die richtige Richtung unternommen. In anderen Bereichen besteht allerdings noch großer Optimierungsbedarf.

2. DENKEN SIE „MOBILE FIRST“

Weiterhin werden viele Versicherungsnehmer im Mahnwesen ausschließlich mit Briefen angeschrieben, obwohl sie selbst längst „Mobile First“ agieren. Postalische Benachrichtigungen gehen häufig unter, obwohl der Versicherte zahlungsbereit ist.

Dabei könnten sie effizienter, schneller und individuell per E-Mail oder SMS angesprochen werden. Dadurch können Zahlungen ohne Medienbruch direkt über das Smartphone beglichen werden. An dieser Stelle digital zu kommunizieren, baut Hürden ab und erhöht die Customer Convenience.

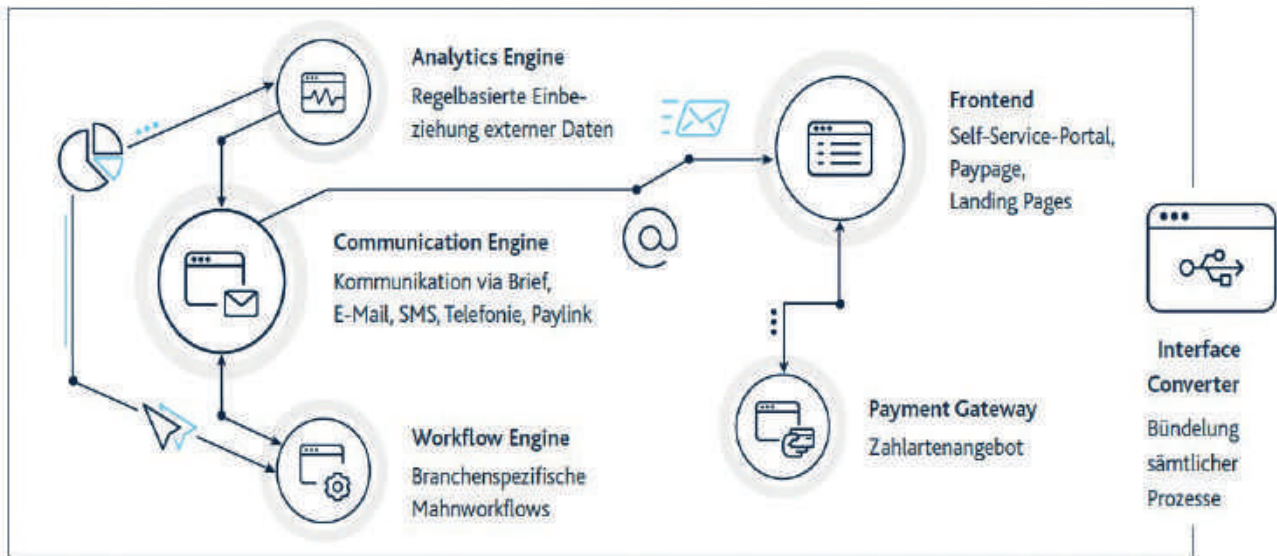


Abbildung: Das digitale Ökosystem im Forderungsmanagement

3. MAHNEN SIE INTELLIGENT, STATT MIT DER GIESSKANNE

Gerade aktuell, wo umso mehr Konsumenten aufgrund der wirtschaftlichen Lage vorübergehend in finanzielle Engpässe geraten sind, ist es noch bedeutsamer, von voreiligen Vertragskündigungen abzusehen. Mithilfe eines intelligenten Datenmanagements, künstlicher Intelligenz und eines differenzierten Mahnwesens können diese Kunden zielgerichteter mit dem richtigen Ton und dem richtigen Timing angesprochen werden. So können langjährige Versicherungsverträge gerettet und loyale Kunden langfristig gebunden werden.

4. VERSCHAFFEN SIE SICH ZUGANG ZU UNSEREM ÖKOSYSTEM UND STARTEN SIE DIE (R)EVOLUTION IN IHREM MAHNWESEN

Warum im Mahnwesen der Versicherer trotz der sinnvollen Anwendungsfälle und Vorteile immer noch wenig digital abläuft? Die Digitalisierung des Forderungsmanagements setzt in der Regel die Einbindung und Vernetzung unterschiedlicher digitaler Services voraus, wie etwa Workflow und Communication Engines, verschiedene Web Frontends, Payment Gateways und Druck- oder Telekommunikations-Dienstleistungen. Gerade hier stoßen Versicherer in puncto IT-Ressourcen häufig an ihre Kapazitätsgrenzen. Es geht auch einfacher: Versicherer können an unsere digitale Forderungsmanagement-Plattform angebunden werden, die ein umfassendes Ökosystem für das Mahnwesen bildet.

Damit profitieren Sie nicht nur von unseren exzellenten Standards, die sich aus unserer jahrzehntelangen Erfahrung im Forderungsmanagement herausgebildet haben. Sie erhalten auch Zugang zu verschiedenen Lösungen für den

Zahlungsverkehr und die digitale und datenbasierte Kunden-Kommunikation im Mahn- und Inkassowesen. Mithilfe von Datenanalysen und Machine-Learning-Technologien können Endkunden intelligent segmentiert und zielgerichtet über verschiedene Kanäle adressiert werden. Es lassen sich Nutzerpräferenzen, Zahlungswahrscheinlichkeiten, Gründe für Nichtzahlung oder ein Schadenverlauf prognostizieren sowie mit einem smarten Forderungsmanagement individuelle Strategien daraus ableiten.

So nutzen Versicherer die Chancen der Digitalisierung: Sie erhöhen ihre Realisierungsquoten, verbessern die Kundenzufriedenheit durch eine bessere Customer Journey und erzielen mit differenzierten Mahnprozessen bessere Schadenquoten. Alles zahlt auf das übergeordnete Ziel einer verbesserten Combined Ratio ein.

Derzeit lernen die Menschen täglich dazu, wie sie die digitalen Möglichkeiten in ihrem neuen Alltag bestmöglich nutzen können. Diese Entwicklung wird sich meines Erachtens nicht mehr umkehren, sondern unsere Arbeitsweise und Kommunikationswege nachhaltig verändern. Versicherer sollten dieses Momentum für ihre Digitalisierungsprojekte nutzen, denn Verbraucher werden künftig noch offener für die digitale Ansprache sein.



Fabian Küchlin
Vice President Insurance & Financial Services
Arvato Financial Solutions