

## ➤ BISS-Themenfokus Nr. 2:

### IT-Trends am Point of Sale 2012: Zwischen Gimmicks und Management-Tools

#### Ergebnisse der ersten Expertenbefragung zum Stand und den Entwicklungstendenzen in der Vertriebs-IT

Die Points of Sales and Service (PoSS) in der Versicherungswirtschaft, sei es der Internetauftritt eines Versicherers, das Kundenservicecenter oder das klassische, persönliche Beratungsgespräch haben eines gemeinsam: Ohne technische Unterstützung geht nicht viel! Am PoSS treffen die unterschiedlichen Erwartungen an IT-Unterstützung von Vertriebsmitarbeitern, Interessenten und Kunden, aber auch des Managements aufeinander. Neuartige Hardware wie Smartphones und Tablets, vereinfachte Handhabung sowie immer neue Fortschritte beim Mobilfunk und Internet wirken wie Katalysatoren für weitergehende Veränderungen und neue Angebote in der IT-Unterstützung des Vertriebs.

Kaum ein Versicherer dürfte in der Lage sein, kurzfristig in allen Technologien und an allen Kontaktpunkten immer auf dem neuesten Stand zu sein und gleichzeitig alle Optionen zu einem optimalen Ganzen formen zu können. Was aber ist wichtig und was kann warten? Um Antworten auf die vielen Fragen zu finden, hat die BISS als Spezialist für die IT-Unterstützung im Kundenmanagement von Versicherern die „IT-Trend-Studie 2012“ initiiert. Im Dezember 2011 wurden Fach- und Führungskräfte um ihre Einschätzung der wichtigsten Trends in der technischen Vertriebsunterstützung gebeten. Wo wird investiert? Welche Anwendungen und Funktionen werden als bedeutend, welche als weniger bedeutend gesehen? Wie steht es in Zukunft mit „always online“? Hier die wichtigsten Ergebnisse:

#### Boom von Mobile Apps und Multimedia ungebrochen

Die Entwicklung mobiler Anwendungen („Apps“) für die Zielgruppe Kunden/Interessenten ist nahezu einstimmig der wichtigste Trend an den Points of Sales and Service. Dabei sind für die Mehrheit der Experten die Schaden- und CRM-Anwendungen interessanter als Apps, die allgemein der Kundeninformation und -beratung dienen.

Apps für den Außendienst sehen zwei Drittel der Befragten als wichtig oder sehr wichtig an. Hier werden die möglichen Einsatzgebiete aber deutlich differenziert. Ausgelöst durch neue Hardware wie Tablet-Computer, wird der Einsatz von Apps in der Kundenberatung von einer Mehrheit als interessant angesehen. Allerdings erkennt eine relevante Anzahl von Experten (ca. 40 % der Befragten) im Einsatz mobiler Apps auch in der Schadenaufnahme und -bearbeitung sowie in der mobilen Verfügbarkeit der Kundendaten und -vorgänge signifikante Vorteile.

Multimedia-Anwendungen, wie beispielsweise die Beratung mit Hilfe interaktiver Videos, aber auch mediale Businessanwendungen wie Makler-TV im Web, sehen zwei von drei Experten als wichtigen Trend am PoSS. In der persönlichen Beratung und Information des Kunden werden multimediale Inhalte immerhin noch von etwa der Hälfte der Befragten als wichtig eingestuft. Ein etwas überraschendes Ergebnis, wenn man den potentiellen Kompetenzwettbewerb zwischen Außendienstmitarbeiter und virtuellem Inhalt bedenkt. Es erfordert Fingerspitzengefühl, damit die filmreifen Darbietungen auf dem Laptop oder Tablet nicht den realen Berater degradieren!

Was die Integration von Social Media am Point of Sales angeht, herrscht weiterhin Zurückhaltung. Erst knapp ein Drittel der Befragten sieht eine systematische Integration von Facebook und Co. zur Kundeninformation und -interaktion in den nächsten ein bis zwei Jahren als sinnvoll bzw. wichtig an.

#### Vom Administrations- zum Managementtool

Weniger spektakulär, dafür aber aus Managementsicht einer der wichtigsten Trends in der IT-Unterstützung im Kundenmanagement: die Qualitätssicherung und Dokumentation in der Kundenberatung und im Kundenservice. Drei Viertel der Befragten sehen hier Entwicklungsbedarf. Vielleicht ein Indiz dafür, dass die häufig eher pragmatischen Lösungen im Rahmen der

IT-Trends am PoSS



BISS Themenfokus Nr. 2

Im Dezember 2011 wurden Fach- und Führungskräfte um ihre Einschätzung der wichtigsten Trends in der technischen Vertriebsunterstützung gebeten.

Mobile Apps sind der wichtigste Trend!

Aufgeschlossen für Multimedia, zurückhaltend bei Social Media.

Wichtigste Aufgaben: Qualitätssicherung und ...

Umsetzung der Vermittlerrichtlinie vor einigen Jahren erst noch konsequent in die Kundenmanagementsysteme beim Außendienst und in den Servicecentern integriert werden müssen. Apropos Integration: Die Optimierung der Kundenprozesse durch verstärkte Vernetzung von Außendienst und zentralem Kundenservice, einfachere Verkaufsprozesse z.B. durch Risikoprüfung am PoSS, verbesserte Ressourcensteuerung in Vertrieb und Service sowie bessere Schnittstellen und Serviceintegration bei Maklern und Kooperationspartnern sehen knapp 60% der Befragten als wichtige Aufgaben für die kommenden 2 bis 3 Jahre. Besonders in der Zusammenarbeit mit unabhängigen Vertriebspartnern werden verstärkt Themen wie Standardisierung von Schnittstellen, Single-Sign-On und Integration von Tarifvergleichen genannt.

### Immer noch die Gewissensfrage: Online oder Offline?

Mit der rasanten Entwicklung der Netzwerk-Infrastruktur in den letzten 20 Jahren ist eine Frage in der Vertriebs-IT zum Dauerbrenner geworden: Welche Funktionen und Informationen sollten auch offline, welche können ausschließlich online zur Verfügung gestellt werden. Den Vorteilen reiner Onlinelösungen wie jederzeitige Aktualität, keine Redundanzen und Versionskonflikte stehen leider Probleme in der Praxis gegenüber: in vielen Regionen bleibt „always online“ immer noch ein Wunschtraum. Daher entscheiden sich die Experten auch mit deutlicher Mehrheit für ein "sowohl als auch". Zumindest was die Kernanwendungen wie Tarifierung, Angebot und Antrag, aber auch den Zugriff auf die Kunden- und Bestandsinformationen angeht, wird es noch lange beide Optionen geben müssen. Dabei werden komplexere und teurere Infrastrukturen zwar zähneknirschend, aber letztlich doch in Kauf genommen.

### Die Zauberwörter in der IT-Unterstützung am PoSS: Integration und Transparenz

Aus Managementsicht soll sie die Effektivität und Effizienz des Kundenmanagements spür- und messbar erhöhen, aus Vertriebsicht die Administration zugunsten der Marketing- und Vertriebsaktivitäten minimieren und aus Kundensicht an jedem Kontaktpunkt mit dem Unternehmen den vollen Leistungsumfang bieten: Das Zauberwort lautet „Integration“. Redundanzfreie Datenbestände und effektive Schnittstellen zwischen den einzelnen Anwendungen sollen auch komplexe Geschäftsprozesse automatisieren, die Qualität der Beratung verbessern und die Durchlaufzeiten verringern.

Das sind die Eckpunkte der Vision einer erfolgreichen IT-Unterstützung im Vertrieb, die am Ende der Befragung in unterschiedlichen Formulierungen von den Experten umrissen wurden. Zweifellos eine Herausforderung für den Ausbau bestehender Anwendungslandschaften aber vor allem für die Integration der Systemunterstützung an den heute so vielfältigen und unterschiedlichen Points of Sales and Service.

Die Voraussetzungen in Form von Infrastruktur, Hardware, integrativen Software-Plattformen und Brancheninitiativen waren allerdings für eine solch ehrgeizige Vision noch nie besser. Auf Seiten der Unternehmen erfordert das jedoch klare und weitsichtige Investitionsentscheidungen in neue Plattformen, die für viele Entscheider zurzeit noch mit hohen Unsicherheitsfaktoren behaftet sind. Solange diese Rahmenbedingungen noch im Fluss sind, muss sorgfältig bewertet und priorisiert werden. Eines ist jedoch sicher: Schon in wenigen Jahren dürften Vertrieb und Kundenservice ohne integrierte mobile Anwendungen und Multimediainhalte auf der Basis einer 360°-Sicht auf den Kunden ein Auslaufmodell sein.

### Über die Studie IT-TRENDS AM POINT OF SALE 2012:

Die Studie "IT-Trends an den Points of Sales and Service" in der Versicherungswirtschaft ist eine Expertenbefragung der BISS GmbH, die im Dezember 2011 zum ersten Mal durchgeführt wurde. Teilgenommen haben 24 Experten aus Versicherungs-, Vertriebs- und Beratungsgesellschaften aus den Funktionen Vertrieb, Marketing und IT/BO. Während die Anzahl der Befragten keine Repräsentativität zulässt, können die Ergebnisse als Trendaussagen thematisch besonders engagierter Fach- und Führungskräfte interessante Erkenntnisse liefern. Es ist geplant die Studie regelmäßig zu wiederholen.

... Optimierung kundenbezogener Prozesse.

Deutliche Mehrheit für "sowohl als auch".

Managementpriorität in der IT-Unterstützung des Vertriebs:

Effektivität und Effizienz des Kundenmanagements spür- und messbar erhöhen.

**Über BISS:**

Die BISS GmbH entwickelt seit über 20 Jahren – auf der Basis des multifunktionalen, fachspezifischen Software-Frameworks B-Wise – umfangreiche **maßgeschneiderte Lösungen für die Points of Sales and Service von Versicherungsunternehmen und Finanzdienstleistern**. Zum Leistungsspektrum gehören neben der Analyse und Beratung die Implementierung und Systemintegration sowie die Pflege und der Betrieb der fertigen Systeme. Dabei werden alle fachlichen (Ausschließlichkeit, Makler, Kooperationspartner, Internet) wie auch technischen (PCs, Tablets und Smartphones) Kanäle optimal unterstützt.

BISS-Lösungen sind wie keine anderen dazu geeignet, die **Produktivität und Effektivität von Geschäftsprozessen im Vertrieb und Kundenmanagement von Versicherungen und Finanzdienstleistern** zu steigern. Neutrale Instanzen wie VersicherungsMagazin, Charta-Qualitätsbarometer, Service-Rating, YouGov-Psychonomics haben die Qualität der BISS-Systeme durch Befragungen, Untersuchungen und Juryentscheidungen immer wieder bestätigt.

Als Branchenspezialist bietet BISS einerseits die Sicherheit einer **in der Praxis bewährten Software-Plattform**, andererseits die Möglichkeit, Funktionen und Geschäftsprozesse sowie wichtige technische Eigenschaften wie Schnittstellen exakt auf die individuellen Anforderungen der Anwender bzw. der Unternehmens-IT abzustimmen.



**BISS Gesellschaft für Büroinformationssysteme mbH**  
Marie-Curie-Straße 4  
D-26129 Oldenburg

Tel: +49 / 441 / 36 10 76-0  
Fax: +49 / 441 / 36 10 76-99

E-Mail: [vertrieb@biss-net.com](mailto:vertrieb@biss-net.com)  
Internet: [www.biss-net.com](http://www.biss-net.com)

BISS –  
Spezialist für effiziente Systeme  
im Kundenmanagement der  
Versicherungswirtschaft.

Der direkte Kontakt  
zu Ihrer individuellen  
Kundenmanagementlösung:

Sprechen Sie mit uns,  
wenn Sie Ihre IT-Unterstützung  
weiterentwickeln oder  
neu konzipieren wollen!