



Bindungsenergien nutzen

WWK-Kundenmanagement integriert neue CRM-Software.

Die Versicherungsgruppe nutzt ADITO online, um ihre Kundendaten besser managen zu können. Der Versicherer hat die Anwendung an Kern- und Dokumentenmanagement sowie Angebotssoftware angebunden. Auch die hauseigene Telefonie wurde integriert.

„Eine starke Gemeinschaft“ – unter diesem Leitspruch zählt die WWK mit ihren 10.000 Vertriebspartnern und rund einer Million Kunden zu den Marktführern im Segment der fondsgebundenen Lebensversicherung. Als sich die Versicherungsgruppe entschloss, ein spezialisiertes CRM-System einzuführen, um ihre Kundendaten noch effizienter managen zu können, rückte der Bereich Kundenkommunikation in den Mittelpunkt des Interesses: „Unser Wunsch war es, diesen wichtigen Knotenpunkt für die Gewinnung und Betreuung von Kunden IT-seitig nachhaltig zu unterstützen“, erklärt Julius Spörl, Bereichsleiter Kundenkommunikation, die Ausgangssituation. Die bisher genutzte Software war in der Handhabung nicht mehr zeitgemäß und daher nicht mehr länger geeignet.

Schnittstellenlösung gesucht

Die neue CRM-Lösung sollte webbasiert, anwenderfreundlich und über Schnittstellen flexibel anpassbar sein. Umsysteme wie Dokumentenmanagement, Versicherungsverwaltung und Angebotserstellung wollte der Versicherer



Julius Spörl, WWK-Bereichsleiter Kundenkommunikation.

daran anbinden. „Um hohe Wartungskosten zu reduzieren, war es uns außerdem wichtig, das Customizing weitestgehend selbst durchführen zu können“, ergänzt Gerhard Schultka, Leiter der Gruppe IT-Business-Systeme Vertriebsunterstützung. „Darüber hinaus sollte es möglich sein, die Telefonfunktionalitäten für die Kundenkommunikation zu integrieren.“ Vier von ursprünglich acht Anbietern wurden zu einer Produktpräsentation eingeladen, bei

der sie konkrete Lösungen zu den Geschäftsprozessen vorstellen sollten. Zwei CRM-Experten verblieben und stellten sich einer weiteren intensiven Prüfung in einem Workshop zu Themen wie Umsetzungsstrategie, Analyse und Umsetzung von Geschäftsvorfällen, Systemarchitektur und dem Szenario einer eventuellen Zusammenarbeit. Am Ende konnte ADITO in allen geforderten Punkten überzeugen und erhielt den Zuschlag.

Wie bei nahezu allen CRM-Projekten spielte auch bei WWK der „menschliche Faktor“ eine wichtige Rolle. Die Projektleitung ernannte daher einige Keyplayer, die ihre Eindrücke und Erfahrungen mit der neuen Lösung auf die restlichen Mitarbeiter multiplizierten. Auf diese Weise versuchten die Verantwortlichen, eventuell bestehende Vorbehalte von vornherein abzufangen und die Mitarbeiter von Beginn an zu überzeugen, die Umstellung als positiv und gewinnbringend anzunehmen.

IT-seitig lagen potenzielle Probleme in der Einbindung der Umsysteme, die auf unterschiedlichen Technologien wie Webservice, XML oder Legacy-Anbindung basieren. Auch hier ergaben sich im Nachhinein keinerlei Schwierigkeiten



Gerhard Schultka, Leiter der Gruppe IT-Business-Systeme Vertriebsunterstützung.

innerhalb der Kommunikation von ADITO online mit den anderen IT-Lösungen.

Eigenständiger Ausbau

WWK hat das Funktionalitätsspektrum von ADITO online sukzessive ausgebaut. So hat der Versicherer die Anwendung an die Systeme für das Kern- und Dokumentenmanagement sowie für die Angebotssoftware angebunden. Auch wurde die Software in die hauseigene Telefonie integriert – mit automatischer Gesprächsannahme und gleichzeitiger Kundensuche.

Heute greifen insgesamt 715 Mitarbeiter der WWK auf die Lösung zu: 460 aus den Servicefachbereichen, 240 aus dem Partnervertrieb sowie 15 aus dem Bereich Pensionsfondsverträge – sowohl in der Zentrale in München als auch in den Vertriebsdirektionen und in der Maklerbetreuung. Besonders intensiv nutzen die Mitarbeiter dabei die Programmfunktionen für das Management der Kontakte und die Vorgänge rund um die Kundenhistorie. Auch die umfassenden Möglichkeiten, auf Knopfdruck Auswertungen und Reports zu erstellen, sind entscheidend für das Versicherungswesen. Zudem profitiert das Marketing im täglichen Geschäft unter anderem durch die bedienerfreundliche Serienbrief- und Serien-E-Mail-Funktion.

Ganz aktuell bildet ADITO online die Datenbasis bei der Einbindung des Eigenvertriebs der WWK sowie zeitgleich bei der Zusammenlegung

der CRM-Anwendungen Kundenkommunikation, Eigenvertrieb und Partnervertrieb. „Unsere Positionierung am Markt und der Erfolg unserer Dienstleistung bauen auf optimalen Services auf, um nachhaltig die Kundenzufriedenheit und -bindung zu gewährleisten“, bringt es Julius Spörl, WWK-Bereichsleiter Kundenkommunikation, auf den Punkt.

Fazit: Höheren Standard erreicht

„Die über ADITO online bereitgestellten Informationen, die optimierten Geschäftsprozesse und die flexible Ablaufsteuerung ermöglichen es den Mitarbeitern, die Kapazitäten wesentlich effizienter zu nutzen.“ Ein wesentlicher Faktor sei zudem, dass die WWK Erweiterungen und Anpassungen eigenständig vornehmen könne. Pluspunkte für die Lösung sind darüber hinaus eine unkomplizierte Anbindung der Anwendung an die im Haus vorhandenen Fremdsysteme und der reibungslose Support durch das Softwarehaus. „Sowohl für die Kunden als auch für die Vermittler haben wir über den Einsatz von ADITO online ganz klar einen deutlich höheren Servicestandard erreicht – ein wichtiger, wenn nicht der wichtigste Punkt im Management der vertrieblichen Prozesse“, resümiert Gerhard Schultka, Leiter der Gruppe IT-Business-Systeme Vertriebsunterstützung. ■

Autorin: Sabine Sturm

ADITO online: Weitere Informationen

Die CRM-Lösung ADITO online vereint Funktionalitäten für Vertrieb, Marketing und Service im Innen- und Außendienst. Auf diese Weise sollen die Anwender zu jeder Zeit und an jedem Ort Zugriff auf sämtliche relevanten Daten erhalten.

Die Software setzt auf allen gängigen SQL-Datenbanken auf, lässt sich mit beliebigen Fremdsoftwaresystemen einsetzen und ermöglicht als generisches System Anpassungen und Erweiterungen.

Aktuelle Kundendaten lassen sich via Internet, auch mit Mobile Devices, in Echtzeit pflegen und sind dabei auch offline nutzbar.

www.adito.de