

## Digitalisierung – der Kunde bestimmt

**Das digitale Zeitalter hat erst begonnen. In den kommenden Jahren greifen immer mehr „digital natives“ aktiv ins Wirtschaftsgeschehen ein und werden als Kunden auch für die Versicherungsbranche relevant. Ihr Anspruch ist klar: Kommunikation und Interaktion sollen wo immer möglich digital abgewickelt werden.**

Wer die Kunden der Zukunft erreichen will, muss dem gerecht werden. Jochen Razum, Vicepresident Sales and Operations Central & Eastern Europe (CEE), GMC Software Technology, zu den Konsequenzen für die etablierten Versicherungsanbieter.

Kein Zweifel: Die Digitalisierung stellt nicht nur den Handel und produzierende Unternehmen vor immense Herausforderungen – auch Dienstleister wie die Versicherungsbranche müssen sich dem Wandel des Verbraucherverhaltens stellen, wollen sie im Kampf um Kunden bestehen.

Seit Jahren ist zu beobachten, dass neue, schnell und flexibel agierende Direktversicherer den etablierten Anbietern mit ihren eingefahrenen Prozessen zunehmend das Wasser abgraben. Konsequenter nutzen die neuen Mitspieler digitale Technologien, um Kunden zu gewinnen und ihre Abläufe zu straffen und zu automatisieren. Dadurch sind sie häufig in der Lage, ihre Leistungen deutlich günstiger anzubieten.

Selbst das Schließen eines rechtsgültigen Vertrags ist inzwischen digital möglich – per Online-Identifikation und gesicherter digitaler Signatur. Wer solche Wege geht, hat den entscheidenden Vorsprung, um die strategisch wichtigen jungen und wechselwilligen Zielgruppen zu erreichen. Der Kunde lässt per Smartphone oder Tablet PC die Kosten einer Versicherung online berechnen und kann sofort abschließen – eine klassische Win-Win-Situation für beide Seiten.

Die Konsequenz für traditionelle Anbieter ist klar: So schnell und konsequent wie möglich weg von ausgedruckten Vertragswerken und langwierigen Kommunikationsprozessen – hin zur digitalen Kommunikation auf allen Kanälen. Entscheidend dabei: Der Kunde bestimmt selbst, wann und wie er mit seiner Versicherung in Kontakt tritt. Das heißt auch, dass die etablierten Unternehmen lernen müssen, das veränderte Kundenverhalten zu verstehen und ihm gerecht zu werden.

Das Problem vieler Versicherer beginnt bereits bei ihren vorhandenen IT-Systemen. Denn diese sind oft nicht dafür geschaffen, die zeitgemäße digitale Kundenkommunikation zu unterstützen. Und ein Umbau kommt aus wirtschaftlichen Gründen meist nicht in Frage.

Was die Unternehmen in dieser Situation brauchen, sind Kommunikationslösungen, die sich in ihre bestehenden Systeme integrieren lassen. Damit können sie ihre IT-Struktur weiter nutzen und zugleich effizienter und effektiver kommunizieren. Die

heute verfügbaren Technologien sorgen unter anderem automatisch dafür, dass Daten und Informationen aus den Altsystemen auf jedem Endgerät optimal dargestellt werden.

Kaum vorstellbar, dass ein Versicherer angesichts solcher Möglichkeiten seinen Kunden künftig noch zumuten will, zum Beispiel nach einem Verkehrsunfall mit Blechschaden den Hergang auf Papier zu schildern und dazu eine Zeichnung per Hand anzufertigen. Der „digital native“ wird dem Versicherer den Vorzug geben, der seine Schadensmeldung online entgegennimmt und statt einer Zeichnung Smartphone-Fotos akzeptiert.

### **Über GMC Software Technology AG**

GMC Software Technology AG: bietet nahtlose CCM (Customer Communications Management)- und Outputmanagement-Lösungen, die Prozesse der Dokumentenerstellung straffen und alle Arten von Kommunikation mit mehr Relevanz und in besserer Qualität produzieren, sei es in Print, auf elektronischen oder interaktiven Kanälen.

GMC hilft weltweit tausenden ihrer Kunden im Bereich Banken, Versicherungen, Einzelhandel, Dienstleistungen, der Telko/Versorgungsindustrie sowie im Gesundheitswesen dabei, die Kommunikationswünsche ihre Kunden besser zu verstehen. GMC hilft Ihnen, Kommunikationsmaßnahmen um bis zu 70% schneller auszuführen, dabei die Effizienz um mehr als 50% zu erhöhen und sorgt so dafür, dass sich ihre Kunden auf Tätigkeiten fokussieren können, die das Up- und Cross-Selling fördern.

Weitere Informationen finden Sie auch unter: <http://www.gmc.net>

### **Pressekontakt:**

Alev Yildiz

Telefon: +49 7071-93872-105

Fax: +49 7071-93872-29

E-Mail: [a.yildiz@storymaker.de](mailto:a.yildiz@storymaker.de)

### **Unternehmen**

Storymaker Agentur für Public Relations GmbH

Derendinger Straße 50

72072 Tübingen

Internet: [www.storymaker.de](http://www.storymaker.de)