

Verbessern Sie das Kundenerlebnis bei Policen und Schadensfällen mit GenAI-SaaS-Content-Management

Bewährte Verfahren für intelligentere, schnellere und konforme Versicherungsprozesse



Inhalt

Einleitung	3
1. Eine 360-Grad-Ansicht von Kundeninformationen bereitstellen	4
2. Den Versicherungsprozess aufrechterhalten mit KI-Automatisierung	5
3. Dank integrierter Inhalte und GenAI schneller Erkenntnisse bereitstellen	6
4. Informationen schützen, um die wachsenden Datenschutz- und Sicherheitsanforderungen zu erfüllen	7

30 %

Schon gewusst?

Vertriebsmitarbeiter verbringen nur 30 % ihrer Woche mit dem Verkaufen.¹

Kurztipp:

Sparen Sie Storage-Kosten und vermeiden Sie Fehler, Zeitverschwendung und verlorene Daten, indem Sie den Lebenszyklus von versicherungskritischen Dokumenten automatisieren.

Einleitung

Versicherungsunternehmen müssen Wege finden, um das Kundenerlebnis bei Policen und Schadensfällen zu verbessern, Versicherungsprozesse schneller und unter Einhaltung der Vorschriften zu verwalten und umsatzsteigernde Aufgaben zu priorisieren, um Wachstumsziele zu erreichen. Versicherungsagenten und Serviceteams sind jedoch an sich wiederholende manuelle Aufgaben und endlose Suchvorgänge aufgrund verschiedener Anwendungen, Silos und Systeme gefesselt, um die Informationen und Erkenntnisse zu finden, die Kunden in komplexen Prozessen für Versicherungsabschlüsse, Policen und Schadensfälle am besten unterstützen.

Durch die Kombination von SaaS-Content-Management mit der leistungsstarken Integration von Inhalten, Automatisierungstools und generativer KI (GenAI) können Versicherer wichtiges Wissen in den Mittelpunkt stellen, sodass Agenten und Servicemitarbeiter schnell und zuverlässig auf relevante Kundendaten zugreifen können und so die Effizienz und das Kundenerlebnis zu verbessern und Risiken und Betrug in kritischen Versicherungsprozessen zu reduzieren.



Schaffen Sie ein vernetztes Ökosystem durch umfassende Integrationen mit wichtigen Systemen und Anwendungen für Versicherungsteams, darunter SAP, Salesforce, Microsoft® und Google Workspace.

¹ Salesforce, *State of Sales, 6th Edition, 2024*

61 %

Schon gewusst?

61 % der Zeit der Servicemitarbeiter wird nicht für Kunden verbracht.²
Salesforce, State of Service, 6th. Ausgabe, 2024

Kurztipp:

Nehmen Sie sich bei der Integration von **Cloud-Content-Management** in Ihr CRM Zeit, um zu prüfen, wie Benutzer die benötigten Informationen finden. Ein GenAI-gestützter **intelligenter Content-Assistent**, der sowohl integrierte CRM-Daten als auch Kundenversicherungsdokumente durchsuchen kann, spart enorm viel Zeit.



Was ist eine 360-Grad-Kundenansicht?

Eine 360-Grad-Kundenansicht muss CRM-Daten enthalten, aber auch Inhalte, die sich auf wichtige Versicherungsdokumente und -prozesse beziehen. Diese konsolidierte Ansicht der Kundeninformationen verbessert die Policen- und Schadensfallprozesse, verbessert das Kundenerlebnis und ermöglicht tiefere Einblicke. Agenten erhalten dadurch Zugriff auf alle Kundenkontaktpunkte und das nötige wertvolle Wissen, um mehr Geschäftschancen zu erschließen und das Vertrauen und die Verbindung zu Kunden zu fördern.

Welche potenziellen Chancen könnten Ihren Versicherungsteams entgehen, wenn Daten nicht vernetzt sind?

Durch die Zusammenführung isolierter Informationen in einer zentralen Ansicht durch die **Integration von Inhalten** und die Nutzung eines intelligenten GenAI-Assistenten für die Suche und Zusammenfassung von Kundendaten, können Agenten, Schadenregulierer, Makler, Marketing- und Servicemitarbeiter schnell auf die Informationen zugreifen, die sie benötigen, um neue Policen zu erstellen oder Schadensfälle schneller zu klären und Produkte und Dienstleistungen zu verkaufen, die für den Kunden am wichtigsten sind. Mit einer Plattform für die Inhaltsverwaltung können Daten über verschiedene Versicherungskanäle verwaltet werden, um mehr Kundeneinblicke zu gewinnen.

1 Eine 360-Grad-Ansicht von Kundeninformationen bereitstellen

Isolierte Abteilungen mit abgeschotteten Daten resultieren in unvernetzten Prozessen und Kundenerlebnissen. 79 % der Kunden erwarten Einheitlichkeit zwischen den Abteilungen, aber 56 % müssen Informationen oft an verschiedene Servicemitarbeiter weitergeben.³ Kein Wunder also, dass 58 % der Servicemitarbeiter zwischen mehreren Bildschirmen wechseln müssen, um zu finden, was sie brauchen.⁴ Diese Erfahrung der fehlenden Vernetzung kann verheerend sein und die Fähigkeit von Versicherungsagenten und Serviceteams beeinträchtigen, effizient auf Kundenanfragen zu reagieren und vertrauenswürdige Beziehungen zu knüpfen. Versicherer müssen Frustration und Kundenverluste vermeiden, indem sie sicherstellen, dass alle Zugang zu einer vollständigen Ansicht der Kundendaten haben.

Um Versicherungsteams zu unterstützen, müssen Versicherer eine integrierte Infrastruktur bereitstellen, die die Produktivität steigert – durch besser vernetzte Mitarbeiter, Inhalte und Systeme. Benötigt wird eine Lösung, die eine 360-Grad-Ansicht der Kundendaten bietet und es Vertriebsmitarbeitern über einen intelligenten GenAI-Assistenten ermöglicht, schneller mehr Kundeneinblicke zu gewinnen.

² Salesforce, *State of Sales, 6th Edition, 2024*

³ ibid

⁴ ibid

98 %

Schon gewusst?

98 % der Technologie-Käufer sind daran interessiert, generative KI mit einer Content-Management-Lösung zu nutzen.⁵

Kurztipp:

Nutzen Sie KI-gestützte Technologien und Analysetools, um potenzielle Versäumnisse, Risiken oder sogar Betrug in Versicherungsdokumenten, wie z. B. Ansprüche, aufzudecken und anzugehen, die unentdeckt bleiben und zu Verlusten führen könnten.



2 Den Versicherungsprozess aufrechterhalten mit KI-Automatisierung

Versicherungsvertreter, Vertriebs- und Servicemitarbeiter sowie Kunden möchten sich wiederholende und papierbasierte Aufgaben reduzieren. Der Großteil einer typischen Woche besteht für Vertriebsmitarbeiter aus nicht-vertriebsbezogenen Aufgaben, wie z. B. der manuellen Eingabe von Kundendaten. Aktuelle Salesforce-Daten zeigen, dass Vertriebsmitarbeiter nur in 30 % ihrer wöchentlichen Arbeitszeit tatsächlich Verkaufstätigkeiten ausführen.⁶ 61 % der Zeit der Servicemitarbeiter kann aufgrund von Verwaltungsaufgaben und alltäglichen Aufgaben nicht den Kunden gewidmet werden.⁷ Versicherer beginnen mit der Einführung von GenAI, um viele vertriebsbezogene Aufgaben zu automatisieren und umfassende Einblicke zu liefern, damit Vertriebs- und Servicemitarbeiter Kunden schneller, effizienter und persönlicher versorgen können, um lebenslange Kunden zu erhalten.

Fünf Vorteile der Automatisierung für Versicherer

- Sie gewinnen Zeit, weil statt verschiedener Repositories nur eine einzige, zentrale Quelle für Kundeninformationen durchsucht werden muss.
- Sie können eine Zusammenfassung der Transaktionen und Interaktionen von Versicherungsprozessen anfordern, um sich schnell einen Überblick über die Erfahrung des Kunden zu verschaffen.
- Basierend auf einem aktuellen Einblick in die Kundenhistorie können Sie automatisch Antworten auf Kundenanfragen zu Policen und Schadensfällen erstellen – indem Sie Ihre CRM-Daten mit KI-gestütztem SaaS-Content-Management integrieren.
- Beschaffen Sie ganz einfach Policen- oder Schadensfallinformationen, um auf Kundenanfragen zu reagieren und automatisch Service-Antworten zu generieren, Policen zu aktualisieren oder zu verlängern und fehlerfreie Schadensfälle schnell zu klären.
- Dank intelligenter Erkenntnisse, wie z. B. Kundenhistorie und Trends, können Sie mehr Upsell-Möglichkeiten nutzen.

Dabei sollte nicht vergessen werden, dass KI und Automatisierungstechnologien die Frontline-Mitarbeiter nicht ersetzen können. Stattdessen erhalten die Versicherungsteams die Zeit und die Tools, um ihr Bestes zu geben, während sie gleichzeitig auf menschliche Art zusammenarbeiten und vertrauensvolle Beziehungen aufbauen.

⁵ Foundry Research, von OpenText gesponsert, *MarketPulse Survey: SaaS Content Management Solutions*, Februar 2024

⁶ Salesforce, *State of Sales, 6th Edition*, 2024

⁷ *ibid*

Schon gewusst?

Versicherungsteams, von Vertretern, Schadenprüfern oder Schadenregulierern, Bewertern bis hin zu Maklern, sind nur so gut wie die Informationen, auf die sie zugreifen können.

Kurztipp:

Berücksichtigen Sie die Arbeitsumgebung der Mitarbeiter und die ihnen zur Verfügung stehende Technologie. Verteilte Versicherungsmitarbeiter interagieren mit höherer Wahrscheinlichkeit über ein mobiles Gerät oder Tablet. Der Bedarf an cloudbasierten Lösungen, die den Zugriff überall, jederzeit und von jedem Gerät aus unterstützen, ist also deutlich höher.



3 Dank integrierter Inhalte und GenAI schneller Erkenntnisse bereitstellen

Kunden wünschen sich einen besseren, schnelleren Service, der genau auf sie zugeschnitten ist. Tatsächlich geben 82 % der Servicemitarbeiter und 76 % der mobilen Mitarbeiter an, dass Kunden mehr verlangen als früher.⁸ Die gute Nachricht ist, dass Dienstleistungsunternehmen diese Nachfrage immer besser erfüllen können.⁹ 69 % der Agenten geben an, dass es schwierig ist, die Geschwindigkeit und Qualität des Kundenservice in Einklang zu bringen – gegenüber 76 % im Jahr 2022.¹⁰ 93 % der Serviceexperten in Unternehmen, die in KI investieren, geben an, dass die Technologie ihnen Zeit bei der Arbeit spart.¹¹ Um am effektivsten verkaufen zu können, benötigen Vertriebsmitarbeiter einen zuverlässigen, sicheren Zugriff auf Informationen von jedem Gerät oder Standort aus.

Veraltete, inkonsistente oder widersprüchliche Kundeninformationen führen zu Interaktionen, die das Kundenvertrauen beeinträchtigen können. Dazu gehören falsche Policen und Verlängerungen oder ungeklärte und unbezahlte Ansprüche, verpasste Upsell-Möglichkeiten oder längere Lieferzeiten.

Auch Bestandskunden können eine wichtige Quelle für neue Umsatzmöglichkeiten sein. Versicherungsvertreter und Serviceteams benötigen Zugang zu vollständigen und genauen Kundenprofilen, um bei Vertriebschancen sinnvoll zu interagieren. Vertriebsmitarbeiter brauchen ein Tool, das wichtige Kundeninformationen aus allen Quellen aufzeigt, einschließlich CRM-Daten, Kundenkorrespondenz und Versicherungsdokumente wie Policen, Schadensfälle oder Verträge.

Die Nutzung dieser Informationen über eine einheitliche, KI-gestützte Plattform verhindert typische Herausforderungen, die dazu führen, dass Kunden sich anderen Versicherern zuwenden. Dazu gehören:

- Falsche und ungeklärte Schadensfälle und Zahlungen.
- Längere Zyklen bei Versicherungspolicen und Schadensfall-Support.
- Schlechte Erlebnisse von Versicherungskunden.
- Entgangene Account-Erkenntnisse und langsame Reaktion auf Kundenanforderungen.
- Kunden sind aufgrund isolierter Daten gezwungen, sich zu wiederholen.

Wenn Versicherungsteams aktuelle Daten und Erkenntnisse zu Transaktionen, Verhalten und Demografie bereitgestellt werden, können Versicherer die Agenten mit wichtigen Informationen ausstatten, um mithilfe von positiven Erlebnissen wiederkehrende Kunden zu gewinnen.

Und nicht vergessen—Self-Service-Tools, mit denen Kunden schnell und einfach erforderliche Versicherungsdokumente wie Identitätsnachweise und Belege für den Schadensfall, z. B. Fotos, einreichen und hochladen können, beschleunigen den Prozess und gestalten ihn sowohl für die Kunden als auch für die Dienstleister effizienter und angenehmer. Laut Salesforce löst Self-Service im Durchschnitt schätzungsweise 54 % aller Kundenprobleme in Unternehmen, die ihn anwenden.¹²

⁸ Salesforce, *State of Sales, 6th Edition, 2024*

⁹ *ibid*

¹⁰ *ibid*

¹¹ *ibid*

¹² *ibid*

Kurztipp:

Bei der Bewertung der Compliance müssen sowohl die Daten in Versicherungsdokumenten als auch die im CRM enthaltenen Informationen berücksichtigt werden. Eingehende Dokumente und generierte Mitteilungen enthalten vermutlich vertrauliche Informationen über Einzelpersonen, wie etwa personenbezogene Daten.

Bleiben Sie in Verbindung:

[Blog von OpenText CEO Mark Barrenechea](#) ›

[X \(ehemals Twitter\)](#) ›

[LinkedIn](#) ›

4 Informationen schützen, um die wachsenden Datenschutz- und Sicherheitsanforderungen zu erfüllen

Das Vertrauen der Kunden kann über den Erfolg einer Versicherungspolice oder eines Schadenprozesses entscheiden. Angesichts neuer Datenschutzvorschriften und der Berichterstattung über Datenkompromittierungen in den Medien müssen Unternehmen Käufern zunehmend versichern, dass ihre Daten sicher sind.

Für Versicherungsteams bedeutet dies, dass sie Kundendaten, die oft personenbezogene und vertrauliche Informationen umfassen, sorgfältig und gemäß den neuesten Datenschutzgesetzen – darunter die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) – verarbeiten müssen.

Die Kunden erwarten, dass ihre Daten ethisch korrekt verwendet und im Einklang mit den sich ständig weiterentwickelnden Vorschriften verwaltet werden. Bei der Handhabung der Daten ist sicherzustellen, dass sie nicht kompromittiert werden und sowohl gemäß den Regeln der Einwilligung als auch der rechtmäßigen Nutzung verwendet werden. Lösungen, die dank einem verbesserten Datenzugriff die Zusammenarbeit fördern, müssen funktionieren, ohne die ordnungsgemäße Governance der Daten zu beeinträchtigen. Versicherer müssen nachweisen, dass sie Daten sicher, genau und in Übereinstimmung mit den Audit-Anforderungen verwalten.

Durch die Integration zuverlässiger Information Governance mit rollenbasierten Berechtigungen in cloudbasierte Plattformen für die Inhaltsverwaltung kann die Einhaltung von Vorgaben und Vorschriften vereinfacht werden – durch Schutz der Kundeninformationen, genaue Audit-Trails und sicheren Zugriff.

[OpenText Core Content Management](#) ›

[Beschleunigen Sie die Verarbeitung von Policen und Schadensfällen und verbessern Sie das Kundenerlebnis mit SaaS-Content-Management und Salesforce CRM-Integration. Starten Sie jetzt.](#)

Über OpenText

OpenText, das Informationsunternehmen, ermöglicht es Unternehmen, durch marktführende Informationsmanagement-Lösungen vor Ort oder in der Cloud Einblicke zu gewinnen. Weitere Informationen zu OpenText (NASDAQ: OTEX, TSX: OTEX) finden Sie unter opentext.com.