



Kundenmanagement in der GKV

BearingPoints Multikanal-Ansatz

Servicequalität ist wichtiger Differenzierungsfaktor

Das Geschäftsfeld der Gesetzlichen Krankenversicherungen (GKV) unterliegt in vielerlei Hinsicht eigenen Besonderheiten und Regeln. Dennoch sieht sich die GKV – genau wie andere Dienstleister des Finanz- und Versicherungsbereichs – konfrontiert mit generell steigender Kundenerwartung an die Qualität von Service und Beratung. Kundenzufriedenheit und Wechselbereitschaft sind eng miteinander verbunden. In einem aus Kundensicht eher homogenen Anbieterfeld (aufgrund des einheitlichen Beitragssatzes) ist der Zusatzbeitrag ein eindeutiges Differenzierungsmerkmal. Leistung und Service sind jedoch wichtige Begeisterungsfaktoren: Positive bzw. negative Erfahrungen bei der Beratung oder Bewilligung von Leistungsanträgen beeinflussen die Kundenzufriedenheit und Wechselbereitschaft enorm.

Multikanalmanagement unterstützt Kundenbindung

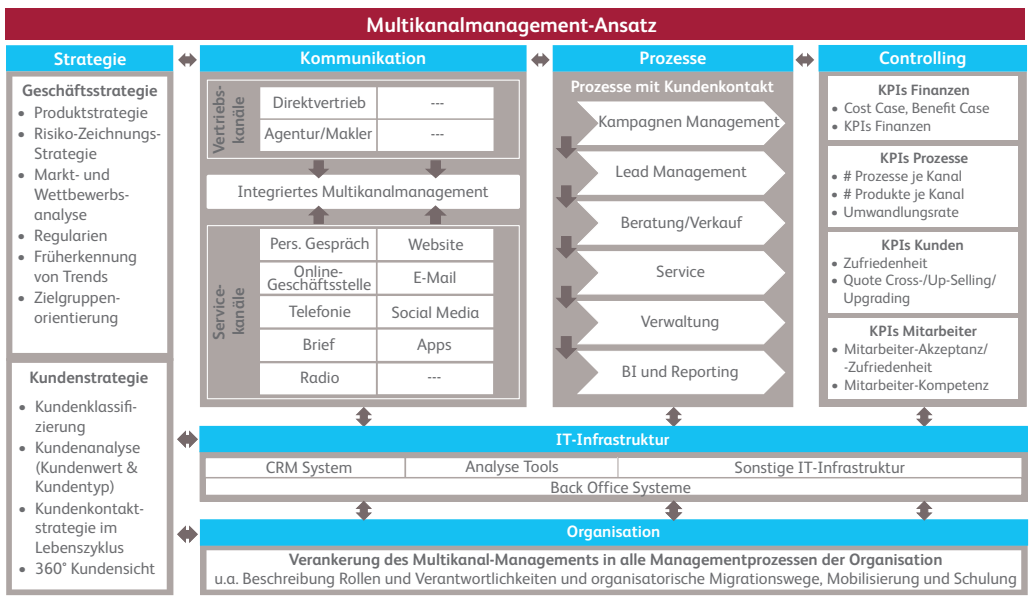
Sowohl strategische als auch operative Elemente des Kundenmanagements zielen auf eine nachhaltige Steuerung und Umsetzung der Kundenbeziehung und sind grundsätzlich folgenden drei Bereichen zuzuordnen (siehe Abbildung):

Für Dienstleistungsunternehmen sind eng am Kunden ausgerichtete Geschäftsprozesse essenziell, um im Wettbewerb zu bestehen. Ein stringentes Kundenmanagement schafft die Basis für eine kundenorientierte Unternehmensausrichtung, generiert Effizienzpotenziale und trägt zur langfristigen, nachhaltigen und für beide Seiten nutzenstiftenden Interaktion bei.



Trends wie Digitalisierung, Web 2.0 und die verstärkte Nutzung mobiler Endgeräte öffnen neue Wege der Kundeninteraktion. Kunden nutzen zunehmend – je nach Situation und Präferenz – die Vorteile verschiedener online und offline Kanäle.

Um neue Potenziale und Effizienzsteigerungen zu realisieren, müssen sich Krankenkassen veränderten Rahmenbedingungen anpassen. Eine ganzheitliche Evaluation des Ist-Zustands von Kommunikationskanälen und deren Einflussfaktoren bildet dabei die Grundlage zur Identifizierung tragfähiger Lösungsansätze.

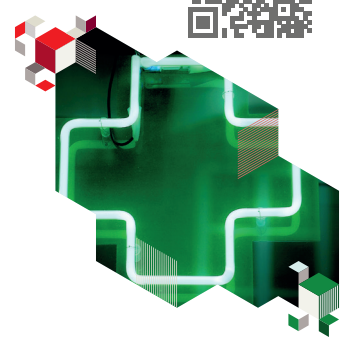


Mit unserem integrierten Multikanal-Ansatz unterstützen wir Sie bei der Analyse, Konzeption, Optimierung und Umsetzung Ihres Multikanalmanagements zur Steigerung der Wertschöpfung bestehender Kanäle und Ressourcen, der Prozesseffizienz sowie der Schaffung positiver Kundenerlebnisse zur langfristigen Kundenbindung.

Sechs Erfolgsfaktoren des Multikanalmanagements

- **Strategie:** Die Berücksichtigung zentraler Einflussfaktoren und Aufgabenstellungen vor dem Hintergrund aktueller Markttrends sowie der Geschäfts- und Kundenstrategie liefert die Basis für einen nachhaltigen Erfolg.
- **Kommunikation:** Die Harmonisierung bestehender Kommunikationskanäle unterstützt die situationsgerechte Kombination und den wertschöpfenden Einsatz. Das an Kundenkontaktpunkten gewonnene Wissen kann für Analysen und die Produkt- und Serviceentwicklung genutzt werden.
- **Prozesse:** Die Integration bestehender und neuer Kommunikationskanäle in die Prozesslandschaft schafft Automatisierungspotenzial, verhindert Medienbrüche und ermöglicht es, Produkte und Services gezielt Kunden und Kanälen zuzuordnen.
- **IT-Infrastruktur:** Die Evaluation der IT-Infrastruktur hinsichtlich aktueller und künftiger Anforderungsprofile bzw. Multikanalfähigkeit identifiziert Systemlücken und Erweiterungsbedarf.
- **Organisation:** Die Verankerung des kanalübergreifenden Kundenmanagements in Organisation, Prozessen und Unternehmenskultur ist ein wichtiger Faktor für Nachhaltigkeit und Effizienz.
- **Controlling:** Ein kontinuierliches Ergebniscontrolling, das sich wesentlich auf die Operationalisierung von Kundendaten stützt, sichert den langfristigen Erfolg des Multikanalmanagements.

Bestes eHealth Projekt 2015 – die Finalisten im Video-Porträt



Über BearingPoint

BearingPoint Berater haben immer im Blick, dass sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen permanent verändern und die daraus entstehenden komplexen Systeme flexible, fokussierte und individuelle Lösungswege erfordern. Unsere Kunden, ob aus Industrie und Handel, der Finanz- und Versicherungswirtschaft oder aus der öffentlichen Verwaltung, profitieren von messbaren Ergebnissen, wenn sie mit uns zusammenarbeiten. Wir kombinieren branchenspezifische Management- und Fachkompetenz mit neuen technischen Möglichkeiten und eigenen Produkt-Entwicklungen, um unsere Lösungen an die individuellen Fragestellungen unserer Kunden anzupassen. Dieser partnerschaftliche, ergebnisorientierte Ansatz bildet das Herz unserer Unternehmenskultur und hat zu nachhaltigen Beziehungen mit vielen der weltweit führenden Unternehmen und Organisationen geführt. Unsere 3.500 Mitarbeiter unterstützen zusammen mit unserem globalen Beratungs-Netzwerk Kunden in über 70 Ländern und engagieren sich gemeinsam mit ihnen für einen messbaren und langfristigen Geschäftserfolg.

www.bearingpoint.com

Kontakt

Tobias Liebscher
 Partner
 tobias.liebscher@bearingpoint.com

