

Vertriebsabläufe mit High-speed

“Wir wollten den Verkaufsprozessen am Point of Sale (PoS) richtig Dampf machen”, so Heinz Willemsen von der Westfälischen Provinzial in Münster, “und suchten eine Vertriebslösung, die Standardabläufe weitestgehend automatisiert.” Dabei wurde ein echter Spagat verlangt: “Gleichzeitig sollte die Anwendung so flexibel sein, dass jederzeit vom Standard-Prozess abgewichen werden kann. Um zum Beispiel bei Bedarf sofort Angebote zu anderen Versicherungsprodukten zu erstellen: Mit dem von der BRAIN FORCE Financial Solutions AG entwickelten Agentursystem Prima verfügt der Versicherer längst über das gesuchte Tool.

Maßgeschneiderte Lösung

“Prima, das Provinzial-Agentur-System für die Geschäftsstellen, wurde von der BRAIN FORCE Financial Solutions AG auf der Grundlage unserer Anforderungen maßgeschneidert”, berichtet der Experte aus der Abteilung Marketing/Technische Verkaufsunterstützung: “Teilweise waren über 20 Informatiker der BRAIN FORCE Financial Solutions AG – der damaligen NSE Software AG – an dem Projekt beteiligt.”

Blitzschnelle Implementierung

Dann fiel der Startschuss für die Einführung bei den mehr als 500 Agenturen mit über 2.200 Mitarbeitern: “Der Roll-out dauerte dank hervorragender Vorbereitung seitens der BRAIN FORCE-Spezialisten lediglich vier Monate”, freut sich Willemsen noch heute. So stand die neue Lösung schnellstmöglich zur Verfügung – um einen raschen Return on Investment (RoI) zu erreichen.

Prozesse mit Turbo

Prima unterstützt die Business-Abläufe des Außendienstes umfassend: “Routinetätigkeiten werden drastisch beschleunigt”, erklärt der Marketing-Fachmann, “dank einer vollständigen Abbildung des Verkaufsprozesses.” Vom Angebot an den Kunden über die automatische Generierung des Antrags – wenn tatsächlich ein Vertrag abgeschlossen werden soll – bis zur Einstellung des policierten Dokuments sowie der Provisionen. Zum Abschluss erfolgt noch eine automatische Antragskontrolle.

Höchstflexibler Verkaufsprozess

Beim Kundengepräch sind alle Informationen über den Versicherten im Aktenprofil zu finden. Prima bietet den optimalen Überblick auf alle im Haushalt lebenden Personen: “Unter Akquisegesichtspunkten können zum Beispiel auch die Oma, die Kinder oder die Ehefrau mit einbezogen werden”, lobt Willemsen, “ganz nach Bedarf.” Der Mitarbeiter hat alle Angaben zum Versicherungssta-



tus der Personen sofort im Blick: “Farbige Schalter signalisieren eine Unterdeckung bei der Hausrat-, Gebäude-, Lebens- oder einer anderen Versicherung. Besonders ausgefeilt ist das “Barometer”, wo in den Farben einer Ampel der Beratungsbedarf zu einzelnen Versicherungsprodukten angegeben wird.” Sofort kann dann während des Beratungsgesprächs in den Tarifrechner gewechselt werden, um ein durchgerechnetes, individuelles Angebot zu erstellen: Mit wenigen Klicks lassen sich einzelne Bausteine hinzufügen. “Flexibler geht es nicht”, so der Provinzial-Fachmann.

Kräftige Kostenreduzierung

Das Agentursystem hat für sämtliche Versicherungsprodukte des Privatkundengeschäfts die Geschwindigkeit des Verkaufsprozesses am PoS radikal gesteigert. Außer den Agenturen profitiert aber auch die Hauptstelle in Münster von Prima: Nach der Bearbeitung werden die Antragsdaten elektronisch an die Zentrale übermittelt. Dort müssen die Anträge im nächsten Schritt policiert werden – das geschieht zumeist vollautomatisch, ohne dass ein Sacharbeiter manuell eingreifen müsste. Eine enorme Kostenersparnis ist die Folge.

Täglich aktualisierte Daten

Jede Agentur verfügt über eine Direktleitung zur Münsteraner Zentrale, die den Zugriff auf verschiedene Online-Informationssysteme ermöglicht – zum Beispiel im Bereich der Schadenversicherung. Email, Internet, spezielle Lotus-Notes-Datenbanken sowie das interne Bestellwesen stehen den Außenstellen ebenfalls über diesen Weg zur Verfügung. Außerdem erhalten sie Programm-Updates mit maximal 10 MB von der Zentrale. Umgekehrt fließen die Antragsdaten der Agenturen per automatischem Transfer über diese Leitung an den Großrechner – der im Gegenzug jeden Tag frische Daten bereit stellt.



Controlling-Funktionalität inklusive

Parallel zur Aktualisierung erfolgt auch ein Abgleich des Antragsregisters der jeweiligen Agentur. Es stellt die Datenbasis für das interne Controlling dar. "Somit besteht in den Geschäftsstellen jederzeit ein vollständiger Überblick, ob die Vertriebsmitarbeiter ihre Ziele erreicht oder sogar überschritten haben", freut sich Heinz Willemsen, "und zwar immer auf dem neusten Stand!"

Mobiler Zugriff

Dank Prima sind die Agentur-Mitarbeiter absolut mobil. Denn sie können ihre Notebooks auch vorort beim Kunden nutzen – also außerhalb des lokalen Netzwerkes. Nach ihrer Rückkehr ins Büro erfolgt ein Datenabgleich, die offline erfassten Informationen stehen anschließend in der Geschäftsstelle voll zur Verfügung. So lassen sich die beim Kunden ausgefüllten Anträge weitgehend papierlos bearbeiten. "Das spart viel Zeit und Geld", lobt der Experte.

Perfekte Kampagnen-Unterstützung

Mit zahlreichen Highlights glänzt Prima bei der Planung von Vertriebsaktionen: "Zum Beispiel kann bei dezentralen Kampagnen auf die vordefinierten Selektionen zurück gegriffen werden. In Sekundenschnelle steht dann die gewünschte Kundengruppe zur



Verfügung", erklärt Willemsen. "Alle männlichen oder weiblichen Singles mit oder ohne bestehendem Vertrag, junge Familien oder andere." Sogar eine exakte Beschreibung mit Hintergrundinformationen ist enthalten.

Basis für zukünftige Weichenstellungen

Zur Zeit wird an dem neuen Konzept "Prima II" gearbeitet. "Wir wollen eine Rezentralisierung durchführen", blickt Heinz Willemsen in die Zukunft. "Gleichzeitig soll die Internet-Technologie verstärkt Einzug halten." Alle Vertriebsparten werden zentral in einem System und auf einem Server verankert – die Agenturen greifen dann per Web Services darauf zu. "So können wir noch weiter die Kosten senken", sieht er voraus. "Wir sind froh, dass wir auch bei diesem Projekt auf das tiefe Know-how und die umfangreiche Erfahrung der Consultants der BRAIN FORCE Financial Solutions AG vertrauen können."



Die Nr. 1 in Westfalen

Mit rund 1,8 Millionen Kunden ist die Westfälische Provinzial Versicherung unangefochtener Marktführer in Westfalen. Im Geschäftsjahr 2003 beliefen sich die Beitragseinnahmen auf knapp 2 Milliarden Euro, der Versicherungsbestand wuchs auf rund 6,3 Millionen Verträge. Als serviceorientierter Rundumversicherer bietet die Provinzial in einem starken Verbund mit den Sparkassen und der LBS maßgeschneiderten Versicherungsschutz für Privat- und Firmenkunden. Entscheidend für den Erfolg ist das dichte Vertriebsnetz, das auch in Zukunft dazu beitragen wird, die führende Marktposition weiter auszubauen. "Immer da – immer nah" lautet der Slogan der Provinzial: So erreichen 95% aller Kunden ihre Geschäftsstelle in weniger als zehn Minuten. Die enge und dynamische Zusammenarbeit mit jeder einzelnen Geschäftsstelle ermöglicht es, den Kunden an jedem Ort die gleiche kompetente und individuelle Beratung zu gewährleisten. Und dies in jeder der fast 500 Geschäftsstellen sowie beim Verbundpartner Sparkasse.