

SAP White Paper
SAP for Insurance



SAP® CRM 4.0: KUNDENSERVICE-CENTER FÜR DIE VERSICHERUNGS- BRANCHE

EIN LÖSUNGSANSATZ

© Copyright 2003 SAP AG. Alle Rechte vorbehalten.

Weitergabe und Vervielfältigung dieser Publikation oder von Teilen daraus sind, zu welchem Zweck und in welcher Form auch immer, ohne die ausdrückliche schriftliche Genehmigung durch SAP AG nicht gestattet. In dieser Publikation enthaltene Informationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden.

Die von SAP AG oder deren Vertriebsfirmen angebotenen Softwareprodukte können Softwarekomponenten auch anderer Softwarehersteller enthalten.

Microsoft®, WINDOWS®, NT®, EXCEL®, Word®, PowerPoint® und SQL Server® sind eingetragene Marken der Microsoft Corporation.

IBM®, DB2®, DB2 Universal Database, OS/2®, Parallel Sysplex®, MVS/ESA, AIX®, S/390®, AS/400®, OS/390®, OS/400®, iSeries, pSeries, xSeries, zSeries, z/OS, AFP, Intelligent Miner, WebSphere®, Netfinity®, Tivoli®, Informix und Informix® Dynamic Server™ sind Marken der IBM Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

ORACLE® ist eine eingetragene Marke der ORACLE Corporation.

UNIX®, X/Open®, OSF/1® und Motif® sind eingetragene Marken der Open Group.

Citrix®, das Citrix-Logo, ICA®, Program Neighborhood®, MetaFrame®, WinFrame®, VideoFrame®, MultiWin® und andere hier erwähnte Namen von Citrix-Produkten sind Marken von Citrix Systems, Inc.

HTML, DHTML, XML, XHTML sind Marken oder eingetragene Marken des W3C®, World Wide Web Consortium, Massachusetts Institute of Technology.

JAVA® ist eine eingetragene Marke der Sun Microsystems, Inc.

JAVASCRIPT® ist eine eingetragene Marke der Sun Microsystems, Inc., verwendet unter der Lizenz der von Netscape entwickelten und implementierten Technologie.

MarketSet und Enterprise Buyer sind gemeinsame Marken von SAP AG und Commerce One.

SAP, R/3, mySAP, mySAP.com, xApps, xApp und weitere im Text erwähnte SAP-Produkte und -Dienstleistungen sowie die entsprechenden Logos sind Marken oder eingetragene Marken der SAP AG in Deutschland und anderen Ländern weltweit. Alle anderen Namen von Produkten und Dienstleistungen sind Marken der jeweiligen Firmen. Die Angaben im Text sind unverbindlich und dienen lediglich zu Informationszwecken. Produkte können länderspezifische Unterschiede aufweisen. Gedruckt auf umweltfreundlichem Papier.

INHALT

Versicherungskunden gewinnen und binden	4
Umgesetzte Prozessschritte	5
Die Prozessschritte im Ablauf	5
Technisches Lösungskonzept – Überblick	8
Ausbaustufen	9
Implementierungsstrategie	11

VERSICHERUNGSKUNDEN GEWINNEN UND BINDEN

Die Veränderung der gesellschaftlichen Strukturen im privaten wie auch beruflichen Umfeld eines jeden Einzelnen hat große Auswirkungen auf die Neuausrichtung im Finanzdienstleistungssektor.

Im gesellschaftlichen Umfeld ist eine Generation entstanden, die, nicht zuletzt auf demografischen und politischen Tendenzen basierend, stärker selbst ihre Lebensphasen und hierbei insbesondere den Berufsausstieg frühzeitig planen und gestalten muss. Der familiäre Alltag ist heute mehr als früher dadurch geprägt, dass Häufigkeit und schnelle Abfolge der unterschiedlichen Lebensphasen, beispielsweise Heirat, Scheidung und erneute Heirat, zunehmen. Auch das Berufsleben stellt immer größere Anforderungen an den Einzelnen, viele Informationen aufzunehmen, zu verarbeiten und über große Flexibilität bezüglich Arbeitsplatz und -zeit zu verfügen. Die beschriebenen Änderungen haben zur Konsequenz, dass sich der Einzelne, wann immer er kann, diesem Sog an sich beschleunigender Veränderung und Reizüberflutung entziehen möchte. Gleichzeitig aber fordert er, dass die angebotenen Finanzdienst- und Versicherungsleistungen seine individuelle Lebenssituation mit allen Veränderungen berücksichtigen. Dies spiegelt sich u. a. darin wider, dass der Bedarf an einer umfassenden Beratung über ein vielfältiges Produktportfolio aus der Hand eines einzigen zuverlässigen Beraters immer größer wird.

Demzufolge steigt ebenso die Anforderung an die Qualifikation des Versicherungsaußendienstes wie die Beratungsintensität des einzelnen Kundengesprächs kontinuierlich. Somit führt die gestiegene Beratungsdauer aufgrund der komplexer gewordenen Beratungssituation und Produktverfügbarkeit zu geringerer Kontaktfrequenz und einer niedrigeren Anzahl an Vertragsabschlüssen. Dieser Rückgang an Abschlüssen führt des Weiteren zu Verdienstaufschlägen bei dem Außendienstmitarbeiter, wie auch beim Versicherungsunternehmen. Folglich müssen Möglichkeiten gefunden werden, den Außendienst bei seinen Tätigkeiten zu entlasten.

Eine vom Versicherungsunternehmen heute erkannte Möglichkeit, den Außendienst in weniger komplexen Kundenvorgängen zu entlasten, ist die Einrichtung eines Kundenservice-Centers (KSC). Es unterstützt den Außendienstmitarbeiter z. B. bei einfachen Prozessen wie Adressänderung, Produktinformation u. ä. Ein weiterer Vorteil des Kundenservice-Centers ist zudem die Erhöhung der Kundenzufriedenheit durch schnellere Erledigung von Vorgängen, es gewährleistet eine gute und einfache Erreichbarkeit, sowie eine fallabschließende Prozessbearbeitung. Letztlich wird die Prozesseffizienz gesteigert und damit Kosten deutlich eingespart, denn die oben beschriebenen Kundenvorgänge können direkt im Kundenservice-Center bearbeitet und erledigt werden und bedürfen somit weder einer Bearbeitung durch den Außendienst noch durch hochspezialisierte Fachkräfte im Innendienst.

Im Folgenden werden exemplarisch die Prozessschritte, ausgehend vom Kundenvorgang einer Adressänderung dargestellt, um die Vorteile des Kundenservice-Centers zu verdeutlichen.

UMGESETZTE PROZESSSCHRITTE

Die Lösung für die Implementierung eines Kundenservice-Centers in der Versicherungsbranche orientiert sich an den Prozessanforderungen, die von unterschiedlichen Versicherungsunternehmen an die SAP® Deutschland herangetragen wurden. Diese Lösung wird nun anhand eines Beispielszenarios vorgestellt.

Besonders berücksichtigt werden operative Bestandssysteme der unterschiedlichen Versicherungssparten. Schwerpunkt des Lösungsansatzes ist das Management von eingehenden Anrufen von Kunden bzw. Interessenten im Kundenservice-Center. Im Beispielszenario werden relevante versicherungsspezifische Prozesse und deren systemtechnische Lösung beschrieben.

Im ersten Schritt identifiziert ein Mitarbeiter des Kundenservice-Centers einen Anrufer mit Hilfe der Kunden-Suchfunktion von mySAP™ Customer Relationship Management (mySAP CRM). Er erhält über das Versicherungsinfoblatt eine Anzeige der Kunden- und Vertragsdaten. Handelt es sich um einen Interessenten, der in mySAP CRM noch nicht bekannt ist, legt der Mitarbeiter diesen neu an.

Der Mitarbeiter des Kundenservice-Centers kann sich über das Versicherungsinfoblatt benötigte Kunden- und Vertragsdaten anzeigen lassen. Das Versicherungsinfoblatt liefert eine komprimierte Übersicht über sämtliche für das KSC relevanten Kundeninformationen, die aus mehreren Quellen stammen können. So ist es möglich, schnell und problemlos die wesentlichen Details zu Kunden und deren Beziehungen anzuzeigen.

Eine Hinweisfunktion weist den Mitarbeiter auf Besonderheiten zum Kunden automatisch hin (z. B. Kundenstatus: Gold). Der Agent hat darüber hinaus die Möglichkeit, einen Gesprächsleitfaden zu nutzen, um den Kunden strukturiert durch das Gespräch zu führen. Dieses Werkzeug bietet ihm die Möglichkeit, einfach Kundendaten aufzunehmen, zu ändern und Folgeprozesse anzustoßen.

Die hier dargestellten Prozessschritte sollen einen Eindruck des Lösungsansatzes für ein versicherungsspezifisches Kundenservice-Center vermitteln. Dieser Lösungsansatz beruht hierbei auf der aktuellen sechsten Standardversion SAP CRM 4.0.

DIE PROZESSSCHRITTE IM ABLAUF

Annahme eines eingehenden Kundenanrufs und Identifikation des Kunden

Ein Mitarbeiter des KSC's identifiziert einen Anrufer mit Hilfe der Kunden-Suchfunktion von mySAP CRM Interaction Center (ICWC). Er erhält über das Versicherungsinfoblatt eine Anzeige der Kunden- und Vertragsdaten. (Handelt es sich um einen Interessenten, der in mySAP CRM noch nicht bekannt ist, legt der Mitarbeiter diesen neu an.)

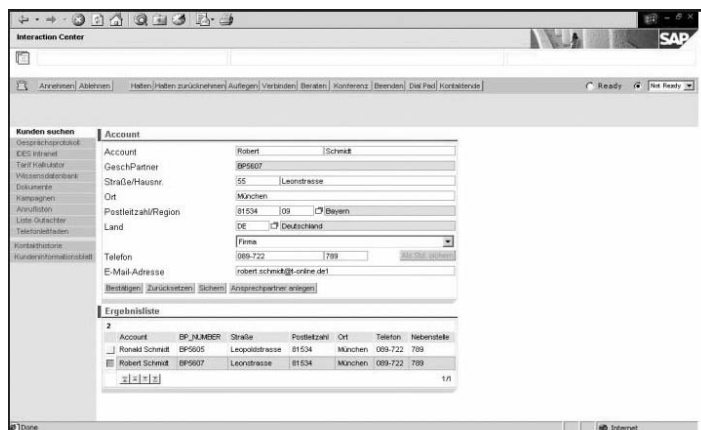


Abb. 1: Eingehender Kundenanruf im KSC

Adressänderung mit Hilfe des Interaktiven Skripts

Geführt vom Interaktiven Skript ändert der Kundenservice-Center-Agent die Kundenadresse (hier: Umzug des Kunden in eine andere Stadt) im CRM-System ab. Ebenfalls werden die Adressdaten in allen weiteren betroffenen Systemen mittels Master Data Management geändert.

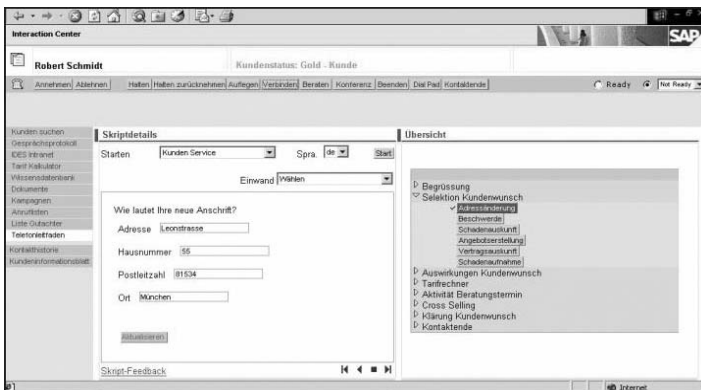


Abb. 2: Adressänderung

Automatische Auswirkungen der Adressänderung

Mit Einverständnis des Kunden wird auf Basis der neuen Adressdaten ein neuer Außendienstmitarbeiter zugeordnet. Zusätzlich wird, basierend auf der 360° Sicht aus dem Kundeninformationsblatt, die bestehende Hausratversicherung mit den neuen Daten versehen und die neue Versicherungsprämie berechnet.

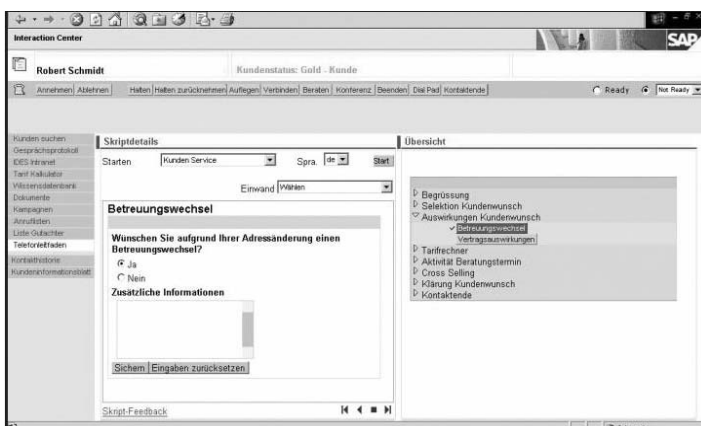


Abb. 3: Prüfung Betreuungswechsel

Wahrnehmen von Cross Selling Möglichkeiten

Cross Selling-Möglichkeiten aus der Analyse der Kunden und Vertragsdaten (mittels der mySAP CRM „Customer Analytics“ Komponente) werden dem KSC-Mitarbeiter angezeigt. Dieser bietet dem Kunden ein Informationsgespräch über Lebensversicherungen an und erstellt eine Aktivität „Kundenbesuch“ für den zuständigen Außendienstmitarbeiter, der per Mail informiert wird.

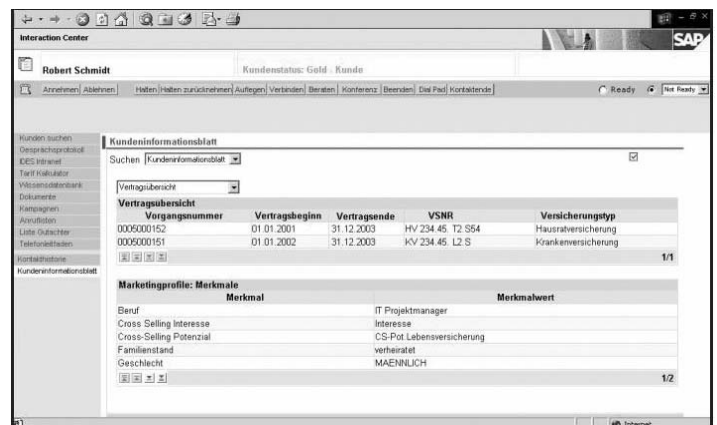


Abb. 4: Auswertung des Kundeninformationsblattes

Nutzung der Wissensdatenbank zur Beantwortung einer Kundenfrage

Der Mitarbeiter nutzt die Eingabe „Riester“ in der Wissensdatenbank, um die Kundenfrage nach Kriterien zur Riester-Förderung zu beantworten. Er gibt die Information an den Kunden weiter und speichert eine E-mail zum späteren Versand.

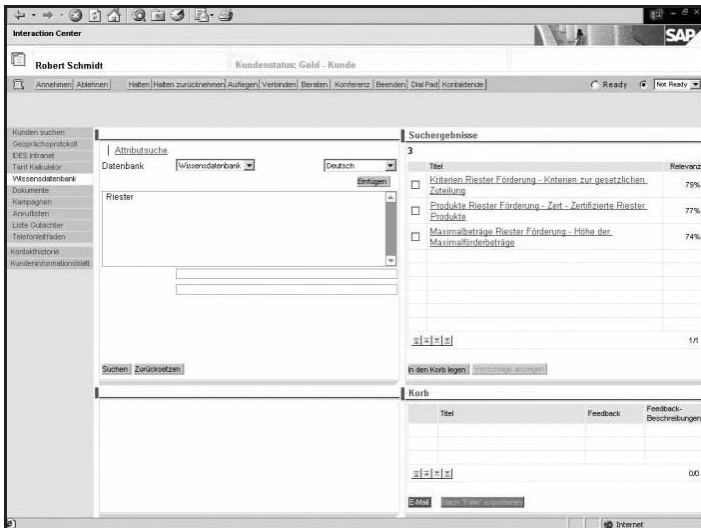


Abb. 5: Nutzung der Wissensdatenbank

Nachbereitung des Kundenkontaktes

Der KSC-Mitarbeiter stößt den Versand der Informations-E-Mail zur Riester-Förderung direkt aus der Wissensdatenbank an und komplettiert das Gesprächsprotokoll.

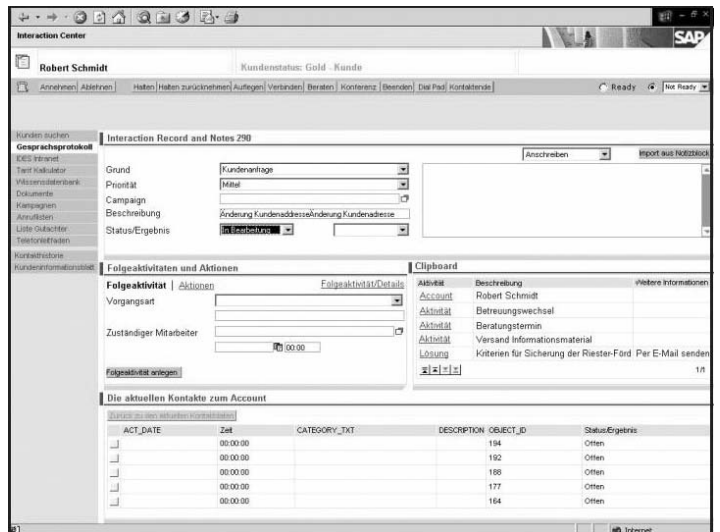


Abb. 6: Abschluss und Dokumentation des Kundenkontaktes

TECHNISCHES LÖSUNGSKONZEPT – ÜBERBLICK

Die dargestellte Lösungsarchitektur bedient sich der Funktionalitäten der SAP-Technologieplattform SAP NetWeaver™ als systemtechnischer Basis. Die Technologieplattform SAP NetWeaver ist eine umfassende Integrations- und Anwendungsplattform, die das Versicherungsunternehmen dabei unterstützt, seine Total Cost of Ownership (TCO) zu senken. SAP NetWeaver ist hierbei dafür verantwortlich, dass versicherungsspezifische Informationen über systemtechnische Grenzen hinweg miteinander ausgetauscht werden können. Die wesentlichen Komponenten des SAP NetWeaver für diesen Lösungsansatz sind das Master Data Management (MDM) und die Exchange Infrastructure (XI).

Die oben beschriebene SAP-Plattform ist mit den marktgängigen Technologien - Microsoft .NET und IBM WebSphere – kompatibel und erweiterbar und unterstützt die Java 2 Plattform, Enterprise Edition (J2EE). Weitere Informationen unter <http://www.sap.com/solutions/netweaver>

Die Nutzung des Datenaustausches über verschiedene Systeme stellt sicher, dass das Versicherungsunternehmen alle relevanten Informationen schnell zur Verfügung hat, um die Wünsche des Kunden in einem **Kundenservice-Center** (KSC) effizient bedienen zu können.

Der im Kundenservice-Center eingesetzte Interaction Center Web Client (ICWC) nimmt eine Schlüsselposition innerhalb der Lösung SAP CRM 4.0 ein. Als integriertes Multi-Channel-Interaction-Center zur Bearbeitung von Geschäftsprozessen ermöglicht es im KSC, ein Höchstmaß an Kundenservice zu gewähren.

Die einheitliche Oberfläche des ICWC von SAP CRM 4.0 unterstützt die Mitarbeiter in versicherungsspezifischen und allgemeinen Kundenservice-Center-Prozessen. Versicherungsspezifische Daten und Anwendungen aus Backend-Systemen werden nahtlos in die KSC-Prozesse integriert und verfügbar gemacht. Für die Bearbeitung von Kundendaten werden die konsolidierten und um versicherungsspezifische Attribute erweiterten Stammdaten (Verträge, Schadendaten) aus den Bestandssystemen übernommen. Es werden lediglich die Kopfdaten angezeigt. Falls diese Informationen zur abschließenden Bearbeitung einer Kundenanfrage nicht ausreichen, kann der Mitarbeiter aus mySAP CRM in das entsprechende Bestandssystem abspringen.

Adressänderungen können uni- und bidirektional zwischen CRM und den Backend-Systemen ausgetauscht werden. Als Datenkonsolidierungsplattform dient das Tool SAP Master Data Management (MDM), in dem die erforderlichen Datenaustausch- und Mapping-Szenarien flexibel einstellbar sind. MDM basiert auf der Integrationsplattform SAP Exchange Infrastructure (XI) unter Verwendung von XML als Nachrichtenformat (XML Message).

Datenbasis für versicherungsspezifische Prozesse im KSC sind Vertrags- und Schadendaten, die im mySAP CRM als Geschäftsvorgänge abgelegt werden. Die Versicherungslogik verbleibt weiterhin in den dafür vorgesehenen Backend-Systemen und wird nicht im mySAP CRM abgebildet. Als Integrations- und Anwendungsplattform wird XI verwendet.

Weitere Geschäftsvorgänge wie Beratungstermin, Betreuungswchsel, Versand Informationsmaterial, sowie die Protokollierung des Kundenkontaktes werden nur im mySAP CRM als eigene Objekte gehalten und haben keine Entsprechung in den Bestandssystemen.

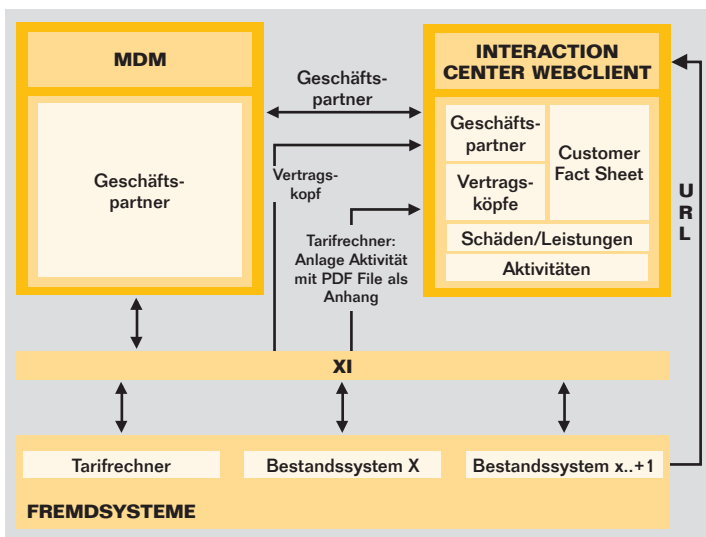


Abb. 7: Lösungsüberblick KSC mit mySAP CRM

Eine konsolidierte Sicht auf den Geschäftspartner erlaubt das Versicherungsinfoblatt: Hier werden sämtliche Kundeninformationen übersichtlich dargestellt. Mittels des Versicherungsinfoblatts kann der Mitarbeiter schnell und kompetent den Kunden beraten.

AUSBAUSTUFEN

Das dargestellte Lösungskonzept fügt sich nahtlos in die mySAP CRM Strategie ein. Zukünftige Weiterentwicklungen und Verwendung von weiteren Komponenten sind berücksichtigt.

mySAP CRM ist eine zentrale und strategische Ausrichtung der SAP in eine integrierte Systemlandschaft mit SAP-Systemen (Out of the box Integration) wie SAP® R/3® oder SAP for Insurance Inkasso/Exkasso (versicherungsspezifische Lösungen), sowie Systemen anderer Anbieter. Hierbei wird eine offene Infrastruktur zur Verfügung gestellt.

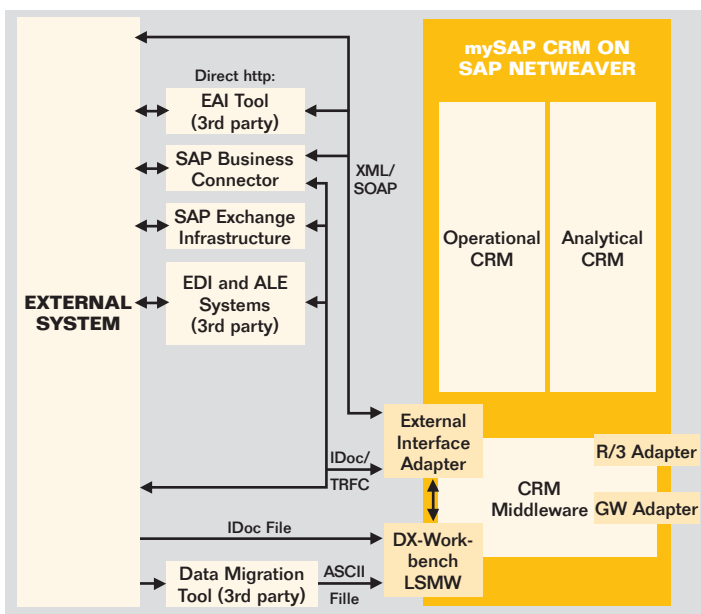


Abb. 8: Integration externer Systeme

Innerhalb des vorgestellten KSC-Lösungskonzeptes wird nur ein Teil der möglichen Funktionalitäten von mySAP CRM genutzt. Die vollständige mySAP CRM Lösung bietet im operativen Bereich Unterstützung für Marketing-, Vertriebs- und Serviceprozesse. mySAP CRM integriert alle Vertriebs- und Kommunikationskanäle (wie Partner, Außendienst, Internet, Telefon) und stellt umfassenden Inhalt – wie Standardabfragen und Data Mining Tools – für die Nutzung des analytischen CRM zur Verfügung.

In einer weiteren Ausbaustufe können diese Funktionalitäten von mySAP CRM aktiviert werden – sie sind Bestandteil der Auslieferung – sprich der mySAP CRM Lizenz.

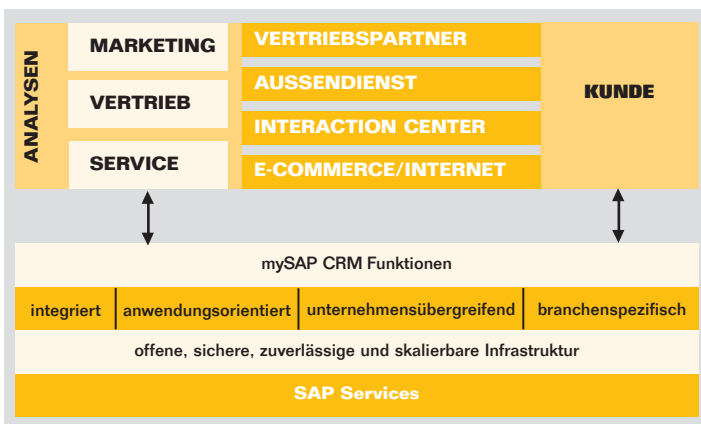


Abb. 9: Komplettlösung mySAP CRM

Speziell für Outbound-Prozesse in Ihrem Interaction Center stehen beispielsweise Analytical CRM, Marketing und Kampagnenmanagement sowie Internet Sales zur Verfügung. Als weitere Kontaktkanäle können Portale und Mobile Clients eingebunden werden. Der dargestellte Lösungsansatz ist durch die Verwendung von SAP-Standards und einer offenen Schnittstellenarchitektur zukunftssicher.

SAP ist aber nicht begrenzt auf CRM. SAP bietet ein umfassendes Angebot für versicherungsspezifische Prozesse wie Bestands- oder Schaden-/Leistungsmanagement und unternehmensübergreifende Prozesse wie das Management Ihrer Personaldaten in mySAP HCM.

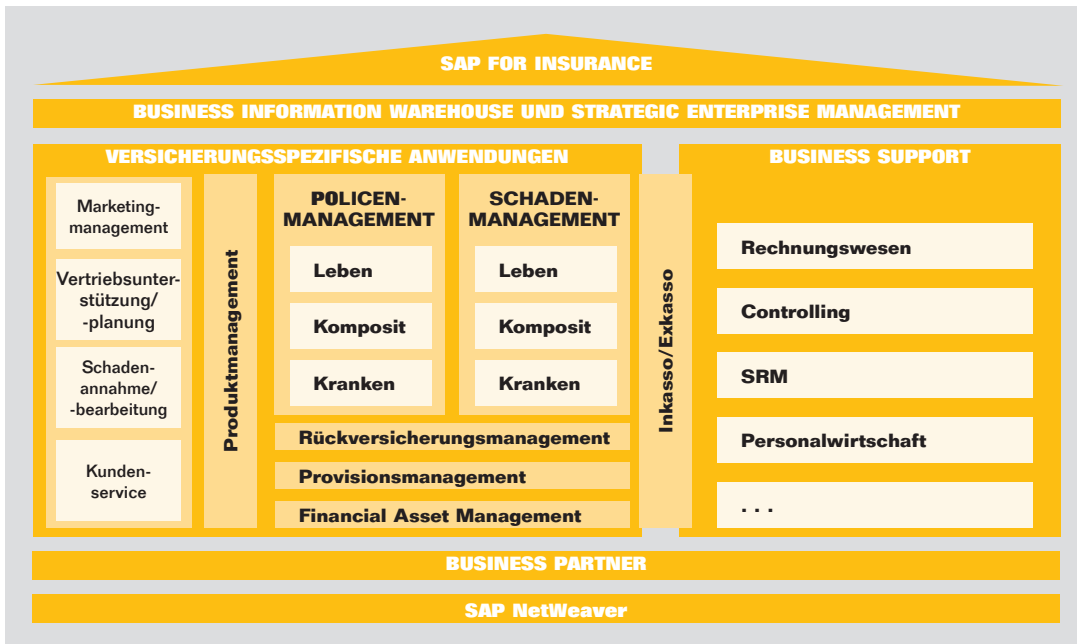


Abb. 10: Das Angebot der SAP für den Versicherungsmarkt

IMPLEMENTIERUNGSTRATEGIE

Um das vorgestellte Lösungskonzept umzusetzen, wird von SAP die im folgenden skizzierte Vorgehensweise vorgeschlagen. Die Implementierung selbst besteht hierbei aus mehreren Projektstufen, um das Projekt straff und termingerecht umzusetzen. Es wird der Ablauf des Projektes vom Business Blueprint bis hin zu den Change-Management-Prozessen kurz erläutert.

PHASE 1: BUSINESS BLUEPRINT

Im ersten Schritt ist gemeinsam von SAP und dem Kunden das Sollkonzept zu erarbeiten, das letztendlich für beide Seiten eine verbindliche Grundlage für die daraus folgende Implementierung darstellt.

Folgende Aspekte sind hierbei von besonderer Bedeutung:

- Definition Sollprozesse
- Künftiges Systemdesign
- Künftige Systemlandschaft
- Definition Strategie Roll out und Change Management
- Unterstützung Spezifikation künftige Organisation

PHASE 2: IMPLEMENTIERUNG

In dieser Phase beginnt die Umsetzung des erarbeiteten Konzeptes.

Folgende Aspekte sind hierbei von besonderer Bedeutung:

- Schnittstellen CRM-Bestandssysteme
- Konsolidierung Geschäftspartnerdaten
- Web-Enabling Host Systeme
- Customizing CRM
- Customizing BW
- Realisierung Multi Channel-Integration
- Testing

PHASE 3: PILOT

In dieser Phase wird mit der Optimierung und der Unterstützung des Aufbaus der erforderlichen Organisation innerhalb des Versicherungsunternehmens begonnen.

PHASE 4: ROLL OUT

Durchführung von Trainings-Maßnahmen und User Support

PHASE 5: CHANGE MANAGEMENT

Änderung der Prozesse in organisatorischer Hinsicht und User Support

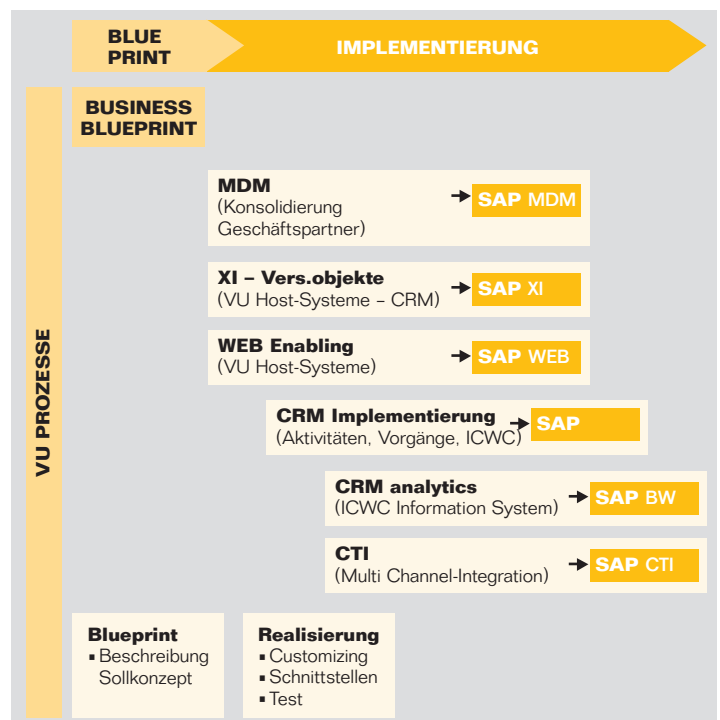


Abb. 11: Implementierungsstrategie und Stufenkonzept Realisierung

THE BEST-RUN BUSINESSES RUN SAP



**SAP Deutschland
AG & Co. KG**

Neurottstraße 15a

69190 Walldorf

T 08 00/5 34 34 24 *

F 08 00/5 34 34 20 *

* gebührenfrei in Deutschland

T +49/18 05/34 34 24 **

F +49/18 05/34 34 20 **

** gebührenpflichtig

E info.germany@sap.com

www.sap.de/insurance

Kostenloser Online Newsletter

www.sap.de/sapimfokus