

Wie Self-Service-Technologie die Customer Journey in der Versicherungsbranche verändert

In der Versicherungsbranche findet ein digitales Erwachen statt.

Mehr als ein Drittel der Kunden wäre heutzutage bereit, Versicherungen bei BigTech-Unternehmen wie Google oder Amazon abzuschließen – mehr als doppelt so viele wie 2016.

17%

im Jahr 2016

36%

im Jahr 2020

Eine Präferenz digitaler Technologien ist generationsübergreifend.

Wo stehen Versicherer heutzutage?

79%

der Führungskräfte in der Versicherungsbranche gaben in einer Umfrage an, dass die Pandemie Schwächen in den digitalen Transformationsplänen ihres Unternehmens aufgedeckt hat.

95%

der Befragten gaben an, dass sie die digitale Transformation ihres Unternehmens aktiv beschleunigen wollen.

40%

der Versicherer rechnen mit steigenden Investitionen im Online-Direktvertrieb.

Darum ist Self-Service-Technologie ein wesentlicher Bestandteil der Customer Journey bei Versicherungen

Self-Service und digitale Technologien können mehr als nur Leads generieren und Einkäufe automatisieren. Sie verbessern jede Phase der Customer Journey, indem sie kundenorientierten Komfort und Effizienz bieten.

3.5Mrd.

MENSCHEN BESITZEN SMARTPHONES.

WAHRNEHMUNG

Ihre Website sollte für Mobilgeräte optimiert sein.

Potenzielle Kunden sollten in der Lage sein:

- sich problemlos auf Ihrer Website zurechtzufinden
- Informationen leicht zu finden
- online ein Angebot anzufordern

Mehr als 50% der Kunden rufen bei der Vorabrecherche Preisvergleichs- und Unternehmenswebsites auf.

82%

DER KÄUFER WOLLEN EINE DIREKTE ANTWORT AUF IHRE FRAGEN.

BERATUNG

Finden Sie die richtige Balance zwischen digitalen und menschlichen Interaktionen.

Chatbots können einfache Fragen sofort beantworten. Chatbots können den Kunden innerhalb der gleichen Benutzeroberfläche an einen persönlichen Berater weiterleiten, ohne das Benutzererlebnis zu stören.

81% der Verbraucher würden ein komplizierteres Problem lieber mit einem Menschen besprechen.

34%

BEVORZUGEN EINE ONLINE-KONTOERÖFFNUNG ÜBER IHR MOBILTELEFON.

KAUFABSCHLUSS

Ein Online-Portal kann Kundeninformationen sammeln und automatisierte Genehmigungsprozesse auslösen. Nach der Anmeldung kann der Kunde den Anmeldestatus einsehen.

48% der Verbraucher ziehen es vor, ein Konto online über einen Desktop-Computer oder Laptop zu eröffnen, 34% würden dies gerne über eine Mobile-App oder -Website tun.

69%

DER KUNDEN SIND BEREIT, IHRE GESUNDHEITS-, BEWEGUNGS- UND FAHRGEWOHNHEITEN PREISZUGEBEN, UM GÜNSTIGERE VERSICHERUNGSPRÄMIEN ZU ERHALTEN.

SERVICE

Self-Service-Kundenportale personalisieren das Kundenerlebnis. Kunden sollten in der Lage sein:

- ihren Versicherungsschutz einzusehen oder anzupassen
- Kontoinformationen bei Bedarf zu aktualisieren
- Daten einzusehen, die für verhaltens- oder nutzungsbasierte Versicherungen verwendet werden

71%

DER ÄLTEREN KUNDEN BEVORZUGEN ONLINE-CHATS/ANTRAGSPROZESSE PER VIDEO.

ANSPRÜCHE UND RECHNUNGEN

Kunden können Ansprüche einreichen und deren Status überprüfen oder Abrechnungen selbstständig einsehen, statt am Telefon in Warteschleifen festzusitzen.

Dank der Verfügbarkeit digitaler Kanäle zur Bearbeitung von Ansprüchen und Rechnungen, wird dieser Wandel nicht nur vom jüngeren Publikum positiv aufgenommen.

Fazit

Self-Service-Technologien sind eine Win-Win-Situation für Versicherer und Verbraucher. Denn Kunden erhalten sofort die gewünschten Informationen und Dienste, während Versicherer aus den Daten wertvolle Schlüsse ziehen können, um Kosten zu senken.



Nächster Schritt

Finden Sie heraus, wie unsere Self-Service-Portale Ihre Kunden unterstützen und Ihre Abläufe optimieren:

liferay.com/solutions/customer-portals

 Liferay®

QUELLENANGABEN

World Insurance Report 2020, 2021 insurance outlook – Accelerating recovery from the pandemic while pivoting to thrive, Statista: Number of smartphone users worldwide from 2016 to 2023, Inventive insurer strategy: Seamless omnichannel engagement with digital and emotional connection, Does Your 2020 Marketing Strategy Include Conversational Marketing?, Do Consumers Prefer to Talk to Chatbots or Humans for Service Needs [New Data], Accenture's Global Insurance Consumer Study 2021