

Folgende Customer Journeys sind im B2B besonders relevant bei Versicherungen:

Versicherung abschliessen

Trigger: Gründung einer Firma, substantielle Veränderung (mehr/weniger Mitarbeitende, neuer Standort, neuer CFO, neues Risiko)

Relevante Treiber für ein gutes Kundenerlebnis:

Verständnis des Versicherers für die Situation des Unternehmens/der Branche, Fachkompetenz der Gesellschaft/der Repräsentanz, Referenzen von Kunden in ähnlicher Situation

Geschäftsbeziehung aufsetzen

Trigger: Entscheid für Versicherungsangebot

Relevante Treiber für ein gutes Kundenerlebnis:

reibungslose Prozesse, Einhaltung der Versprechen, persönliche Beziehung gefestigt (vor allem bei Grosskunden, Brokern)

Proaktiv beraten

Trigger: Ausnahmesituation (z.B. Langzeitausfall Mitarbeiter), Änderungen im Umfeld/in der Firma (z.B. neue regulatorische Anforderungen)

Relevante Treiber für ein gutes Kundenerlebnis:

proaktives Ansprechen von Möglichkeiten bei veränderten Rahmenbedingungen, proaktives Anpassen von Produkten (gerade auch nach unten), Begleitung und Beratung bei Nicht-Standardsituationen

Anliegen haben

Trigger: Anpassung Schadenssumme, Mutation Destinatäre, Rechnung/Mahnung bezahlen, Provisionsabrechnung (Broker), Offert- und Antragsprozess (Broker)

Relevante Treiber für ein gutes Kundenerlebnis:

reibungslose und zeitnahe Abwicklung, klare Kommunikation vor und während der Interaktion

Krise in Kundenbeziehung bewältigen (vor allem bei Grosskunden/Brokern)

Trigger: Emotionale oder fachliche Auseinandersetzung-

Relevante Treiber für ein gutes Kundenerlebnis:

proaktives Ansprechen von Krisen, gemeinsame Lösungsfindung im Vordergrund, Fehler eingestehen

Schaden abwickeln

Trigger: Schadensereignis

Relevante Treiber für ein gutes Kundenerlebnis:

ganzheitliche Betreuung von Eintreten bis Regulierung des Schadens, Vermittlung von Partnern, Unterstützung von Verhandlungen mit Drittstellen, Einhalten von Versprechen, Vertrauen in Firma, Nachfassen nach Regulierung

