

Customer Data Management in der Versicherungsbranche



BUSINESS PAINS

- ▶ Heterogene Systemlandschaften – bei vielen Versicherungen sind die IT-Systeme historisch gewachsen. Individuell implementierte Lösungen für Detailprobleme machen die Systemlandschaft zusätzlich heterogen und unüberschaubar
- ▶ Fehlende Sicht auf den Kunden über alle Versicherungssparten hinweg – oft ist nicht bekannt, ob er noch andere Versicherungen abgeschlossen hat
- ▶ Datensilos: Derselbe Kunde ist oft in unterschiedlichen Systemen erfasst
- ▶ Solvency II erfordert vollständige und richtige Daten, auf deren Grundlage Versicherer kalkulieren und berichten

VORTEILE

- ▶ 360°-Sicht auf den Versicherten = Zusammenfassung von Informationen aus fragmentierten Systemen und aus allen Sparten und Kanälen zu einer umfassenden Sicht
- ▶ Bereitstellung einer einzigen Quelle, in der alle Daten bspw. zur weiteren Analyse oder Risikokalkulation zur Verfügung stehen
- ▶ Verbesserte Möglichkeiten, dem Versicherten weitere passende Versicherungen anzubieten, da alle relevanten Informationen vorliegen
- ▶ schlanke Management-Lösung, die kein komplexes Integrationsprojekt erfordert

HERAUSFORDERUNGEN

Häufig hat ein Kunde mehrere Versicherungen bei einer Gesellschaft abgeschlossen. Dies weiß das Assekuranzunternehmen aber oft gar nicht, da verschiedene Sachbearbeiter den Kunden betreuen und seine Daten in unterschiedliche IT-Systeme und Kundendatenbanken eintragen. Heterogene, über Jahre gewachsene Systemwelten erschweren eine einheitliche Sicht auf die Kunden zusätzlich. Vieles ist doppelt und dreifach vorhanden, eine zentrale Datenhaltung und ein unternehmensweites Datenmodell fehlen meist.

Für eine langfristige Kundenbindung, effiziente Policenverwaltung, belastbare Analysen zum Risikomanagement, Vertragsabschlüsse oder die optimale Beratung und Betreu-

ung von Bestandskunden ist aber eine Kundensicht über alle Versicherungssparten hinweg die Voraussetzung. Erst qualitativ hochwertige Daten, die sinnvoll über alle Versicherungssparten hinweg miteinander verknüpft werden, ermöglichen einen perfekten Kundenservice und damit auch eine erfolgreiche Neukundengewinnung.

Auch die Umsetzung der Solvency-II-Richtlinien der Europäischen Union mit ihren hohen Anforderungen hinsichtlich des Risikokapitals stellt die Branche vor besondere Herausforderungen. Solvency II erfordert vollständige und hochwertige Daten, auf deren Basis Versicherungsunternehmen kalkulieren und berichten. Schon verhältnismässig geringe Abweichungen in den Ausgangsdaten können sich stark auf die Risikobewertung auswirken.

SMART CUSTOMER MDM

Uniserv bietet mit Smart Customer MDM eine Lösung, mit der Sie Ihre Kundendaten effizient verwalten. Smart Customer MDM konsolidiert Kundendaten über alle Kanäle hinweg und liefert so eine ganzheitliche Sicht auf den Kunden. Die MDM-Lösung für Kundenstammdaten extrahiert dazu Kundenstammdaten aus einer Vielzahl heterogener Datenquellen.

Bevor die Informationen aber aus den unterschiedlichsten Quellen zu einer allumfassenden Kundensicht zusammengefasst werden, sorgen die Datenqualitätstools von Uniserv für bereinigte, strukturierte und aktuelle Daten. So greifen bereits bei der Datenerfassung die Datenqualitätsmechanismen: Die Konsistenz der Kundendaten ist über alle Datenquellen hinweg sichergestellt. Wann immer eine Änderung bei einem Kunden in irgendeinem System eintritt, wird dies erfasst, verarbeitet und an die anderen Systeme weitergegeben. So schafft Smart Customer MDM die Voraussetzungen, um die hohen Anforderungen von Solvency II an die Qualität der Unternehmensdaten zu erfüllen.

Mit der MDM-Lösung vermeiden Sie Redundanzen in Ihrer Datenhaltung und bestimmen die Identitäten Ihrer Kunden eindeutig über Prozesse, Sparten und Systeme hinweg. So

können die qualitativ optimierten Daten zu einem Golden Record zusammengefasst werden. Dieser besteht dann aus den vollständigen, korrekten und aktuellsten Informationen, die über den Versicherten im Unternehmen bekannt sind. Auch externe Daten, wie Vertrags- und Schadensdaten, Daten aus dem Rechnungswesen, Informationen aus Aktuariat sowie Sterbetafeln, Robinsonlisten und andere Zulieferungen externer Dienstleister, können einfach, sauber und schnell importiert werden.

Die Implementierung von Uniserv Smart Customer MDM verbessert die Produktivität im gesamten Unternehmen. Es ermöglicht Rationalisierung der Arbeitsabläufe wie Rechnungsstellung, Schadenabwicklung, Verteilung der Jahresberichte etc. Dabei erfordert die Einführung von Smart Customer MDM kein komplexes Integrationsprojekt und keine Veränderungen der vorhandenen Datenmodelle. Die auf dem Prinzip der Lean Integration basierende Vorgehensweise reduziert die Kosten, das Projekt bleibt schlank. Die schnelle Implementierung der MDM-Lösung, die hohe Skalierbarkeit und unser gezielter Umgang mit den Daten bringen schon nach den ersten drei Monaten einen handfesten Mehrwert. Der ROI ist also zeitnah nachvollziehbar.

UNISERV

Rastatter Str. 13, 75179 Pforzheim, Germany, T: +49 7231 936-0, +31 2030 80 371, +44 7535 418 180
E: info@uniserv.com, www.uniserv.com © Uniserv GmbH, Pforzheim, All rights reserved

