

Real-Time CRM im Versicherungswesen

17. AMC-Meeting
07./08.11.2002
Hamburg

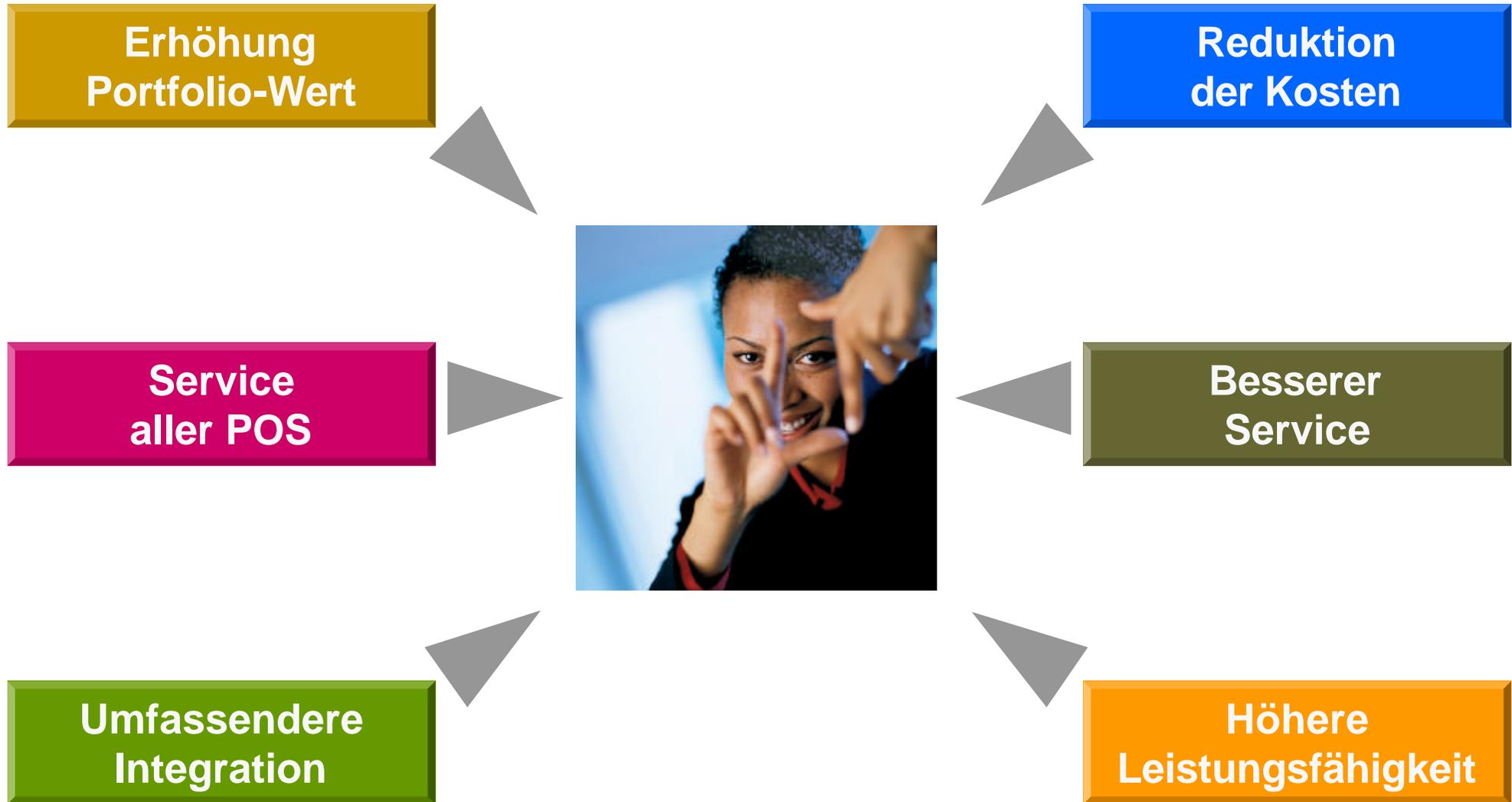
Dieter Roskoni
Director Strategic Product Marketing EMEA
dieter_roskoni@peoplesoft.com
+49 172 6162646
November 2002



AGENDA

- Markt Herausforderungen und Geschäftsimplikationen
- Antwort Kundenbeziehungsmanagement (CRM)
- Real-Time Business
- Real-Time CRM für Versicherungen
- PeopleSoft
- Q&A

Real-Time CRM für Versicherungen



AGENDA

- Markt Herausforderungen und Geschäftsimplikationen
- Antwort Kundenbeziehungsmanagement (CRM)
- Real-Time Business
- Real-Time CRM für Versicherungen
- PeopleSoft
- Q&A

Markt Herausforderungen und Geschäftsimplikationen

Wettbewerb um den größten Portfolio-Wert (Wallet-Share) des

- ▼ Kunden nimmt zu
- ▼
 - Wechselwilligkeit der Kunden
 - Altersvorsorge/Riester-Rente
 - Angebote von Versicherungsfremden im privaten Kompositgeschäft (Banken, Internetanbieter, Automobilherstellern, Versorger...)

Erhöhung Portfolio-Wert

By connecting sales and marketing, we can understand what leads are being generated, how to convert those into sales, and how we can better target out marketing."

Craig Berkson, CIO Portfolio Solutions Group, Thomson Financial

▶ Drang zum Alles aus einer Hand „One-Stop-Shop“

- Stärkung und Verteidigung der Schlüsselkompetenzen
- Ausweitung der Angebotspalette über traditionelles Angebot hinaus
- Verkürzung der Prozesszeit: Entwicklung -> Markteinführung
- Flexiblere Produkte
- Fertigungstiefe

Markt Herausforderungen und Geschäftsimplikationen

Komplexität des Angebotes nimmt zu

- ... Produkte (Riester-Rente)
- ... Prozess und Services (aktives Schadensmanagement)
- ... Vertriebskanäle (Agent, Vertreter, Vermittler, web, ...)
- ... Vergütungsthematik

Service aller POS

“PeopleSoft CRM Sales provides us with a fully functional client relationship framework and the ability to manage every aspect of interactions with current and potential clients.”

Craig Thomson, TOWER Managed Funds Limited

Zunahme der Kundenkontaktpunkte am POS

- Firmeneigener Vertrieb, unabhängiger Makler/Vermittler, Call Center Agent, Internet Self-Service

Internet ändert Produkte und Prozesse

- Das Internet macht die Produkte zur einfach vergleichbaren Massenware
- Ohne funktionale Internetpräsenz verliert das Unternehmen an Attraktivität

Markt Herausforderungen und Geschäftsimplikationen

Verstärkte Mergers&Aquisitions

- Innerhalb der Versicherungsbranche
- Innerhalb der Finanzbranche

Umfassendere Integration

“With PeopleSoft, we no longer need to manipulate data in spreadsheets. When it 's time to make changes, we turn them around in hours instead of days. PeopleSoft is beyond anything we could have comprehended.”

Andree Bourgon, AXA Corporate Solutions

Komplexere Integration vorhandenerer Prozess-, Software- und IT-Lösungen

- Alt- und Neusysteme
- Benutzerschnittstelle
- Strukturen
- „Fremdprodukte“

Markt Herausforderungen und Geschäftsimplikationen

Ökonomischer Druck nimmt zu

- Baisse and den Kapitalmärkten
- Rentabilität/ROI (Riester-Rente)
- Schadenshäufigkeit (Umwelt)
- Einfluss des Staates (PKV Grenze und Strukturänderung)
- Sättigung des Marktes

Höhere Leistungsfähigkeit

Reduktion der Kosten

Besserer Service

“With a more flexible labor force, it ’s much easier to accommodate people with anytime, anywhere access on a browser. The cost savings, which we have yet to calculate in detail, will be huge. But the business efficiencies will have much more impact in the long term.”

Thomas Johansen, First Vice President, Danske Bank

- ▶ Erhöhung der Leistungsfähigkeit, Preissensibilität
- ▶ Senkung der Kosten
- ▶ Verbesserung des Kundenservice

AGENDA

- Markt Herausforderungen und Geschäftsimplikationen
- Antwort Kundenbeziehungsmanagement (CRM)
- Real-Time Business
- Real-Time CRM für Versicherungen
- PeopleSoft
- Q&A



CRM - Centrum für Reisemedizin - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Home Search Favorites History Print

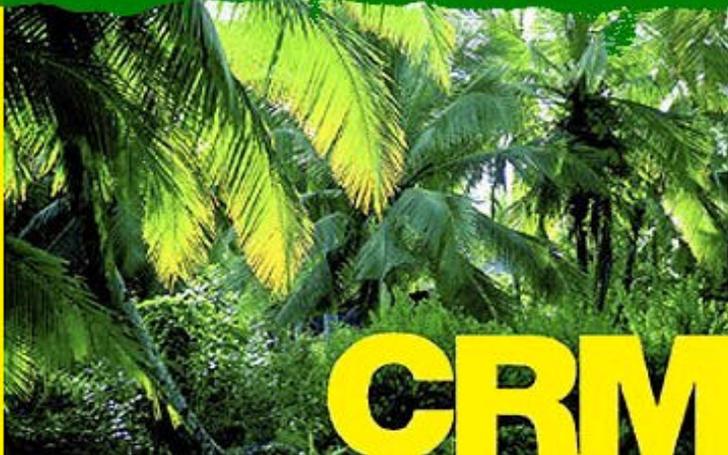
Address <http://www.crm.de/> Go

Links Consors Schwab Yahoo Telefon DB Google eReports DCX Days Zitate Media PR E-D LiveCharts Mktg C

Reiseländer
Krankheiten
Beratungsstellen
Aktuelle Meldungen
Reise-Brief
unsere Partner
Fortbildungen
Veranstaltungen
CRM Medien
wir über uns
Presse

**...gesund reisen -
gesund wiederkommen!**

Centrum für Reisemedizin



CRM

Das CRM stellt Ihnen hier aktuelle reisemedizinische Informationen zur Verfügung. Wir informieren über [Reiseländer](#) und [Krankheiten](#), nennen 2500 [Beratungsstellen](#) in Arztpraxen und Apotheken. Wenn Sie individuelle Informationen wünschen, dann können Sie unseren [Reise-Brief](#) anfordern.



Reiseimpfzentrum

CRM
Centrum
für Reisemedizin

Internet

Start | C:... | Di... | CR... | Mi... | Ac... | Sa... | Mi... | 14:26

Jeden Tag auf der 1. Seite der FTD

Qualifizierte Leads

Kein Wettbewerb, kein Vertriebszyklus

100% Kundenzufriedenheit

Mehr Leads

100% Fehlerfreiheit

... nur Deals grösser 3 Mill. €

Jeden Tag eine Ausstellung

Telemarketing für jeden Lead (24x7)

Und wir ändern unsere Strategie jeden Tag!

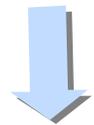
Antwort Kundenbeziehungsmanagement (CRM)



Mehr Umsatz



Höhere Kundenzufriedenheit



Reduzierung der Kosten



Höhere Profitabilität

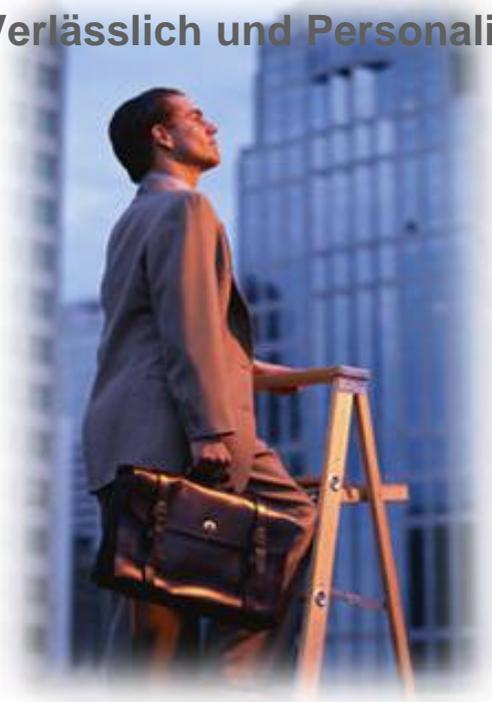
Antwort Kundenbeziehungsmanagement (CRM)

Antwort auf verschiedene Sichtweisen

Für Kunden und Partner

Ein einheitlicher und umfassender Blick auf das Unternehmen

- Unabhängig von der Interaktion
- Von jedem POS aus
- Sicher, Verlässlich und Personalisiert



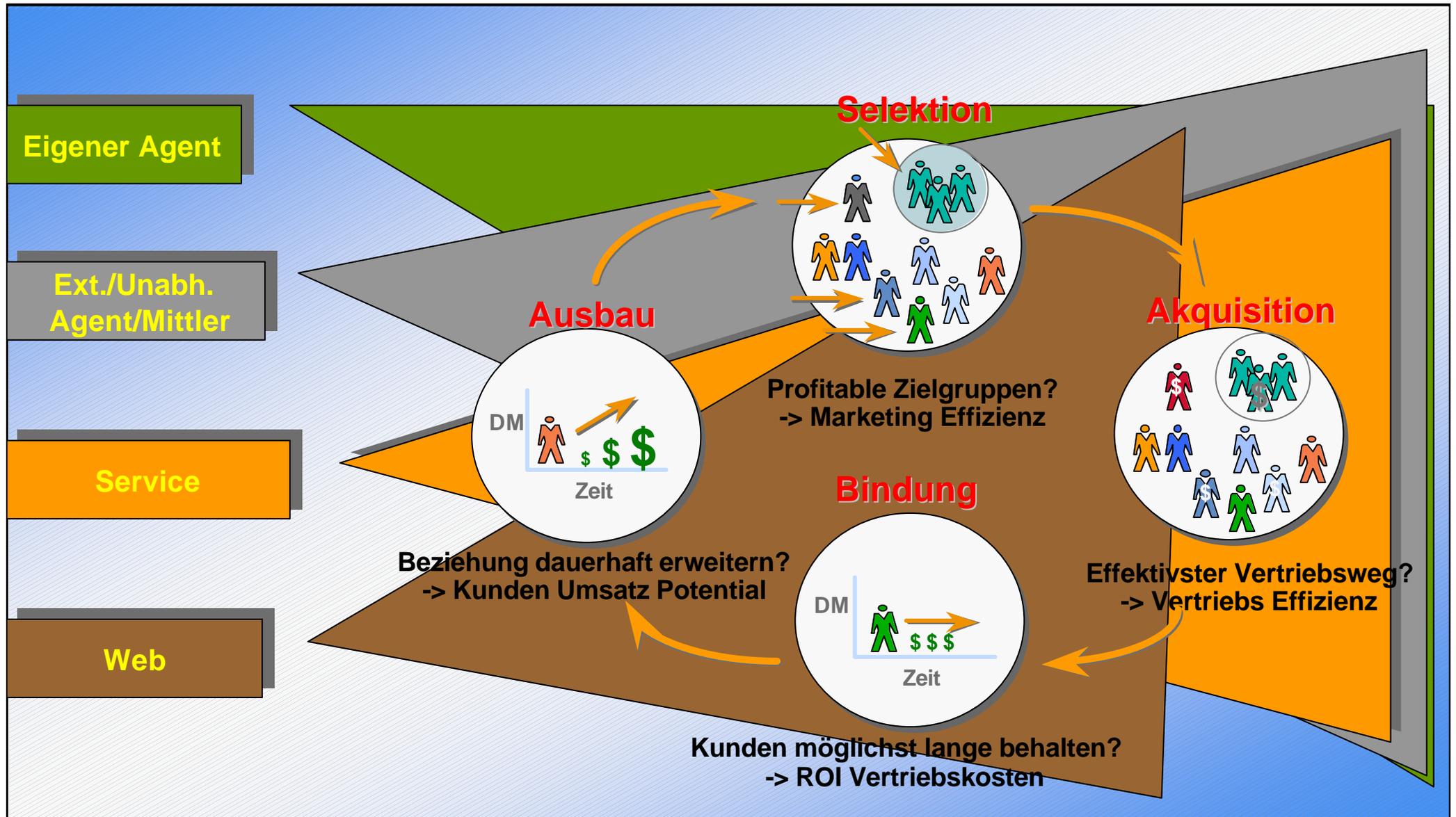
Für Mitarbeiter:

Ein einheitlicher Blick auf den Kunden

- Über Marketing, Vertrieb und Serviceabteilungen hinweg
- Vereinheitlichte unternehmensweite Prozesse und Daten
 - Mit integrierter Analyse zur Steigerung der Effektivität

Antwort Kundenbeziehungsmanagement (CRM)

Virtueller Vertriebs/Servicezyklus über alle Wege

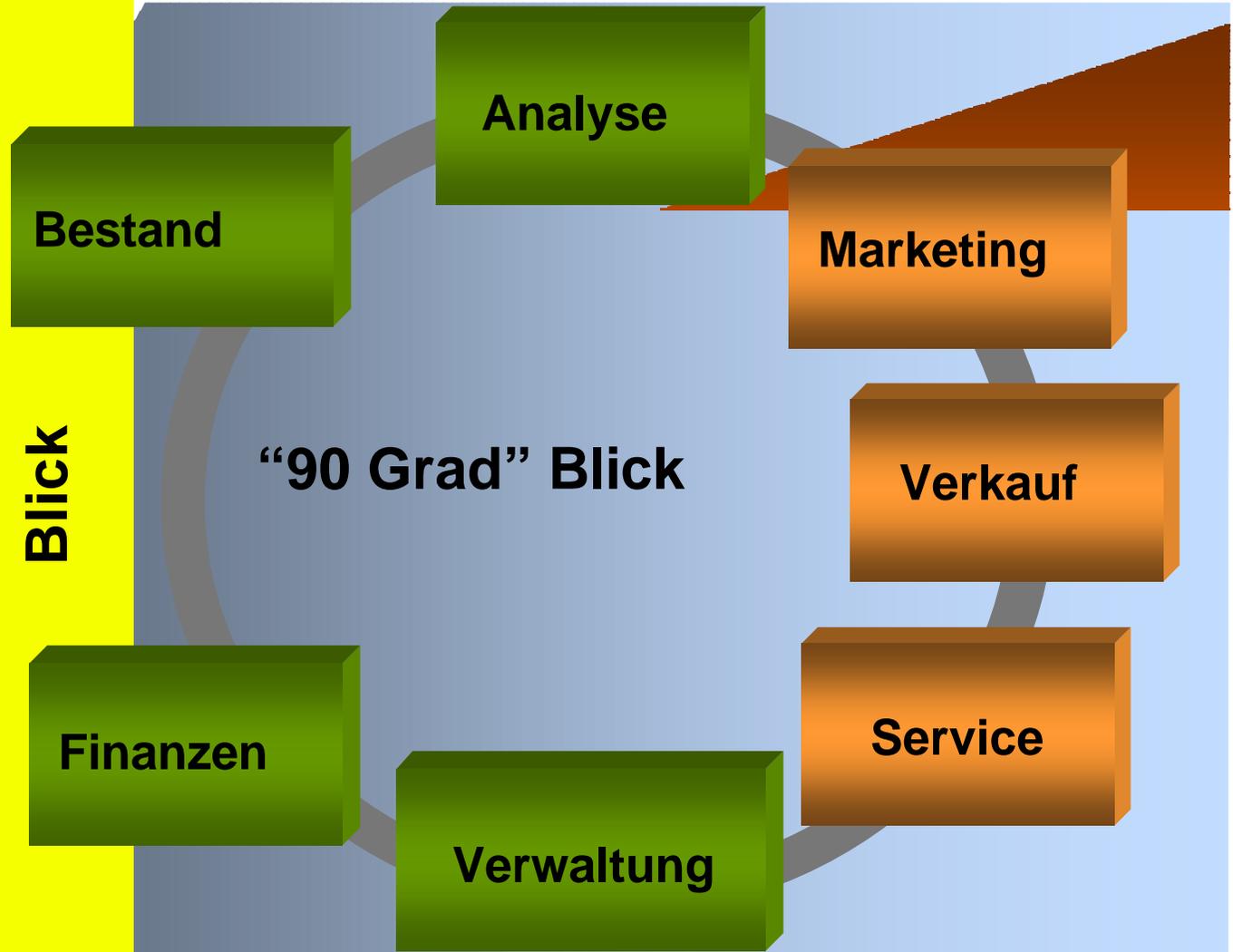


Antwort Kundenbeziehungsmanagement (CRM)

360 Grad Blick über alle Kommunikationskanäle

- Telefon
- Brief
- Fax
- Email
- Web
- Chat
- Funk

“360 Grad”
Blick



Antwort Kundenbeziehungsmanagement (CRM)

PORTAL

Rollenbasiert für Kunden, Partner, Mitarbeiter

Browser, PDAs, Telefon,
email, Zweigstellen, ...

Branchenlösungen

Versicherungen, Banken, Behörden, Kommunikation, Hi-Tech, Energie

Branchenspezifische:
Geschäftsprozesse,
Datenmodelle, Integration

Basis Anwendungen

Marketing

Vertrieb

Service

Grundlegende:
Geschäftsprozesse, Daten-
modelle, Platform Services

Analytics

Warehouse, Verhaltensmodellung, Scorecard

Analytische Anwendungen zur
Kunden- und Prozessanalyse

Antwort Kundenbeziehungsmanagement (CRM)

Marketing

- Klassisches Marketing
- Online Marketing
- Telemarketing
- Niederlassungsmarketing
- Kunden Verhaltens Modellierung
- Kunden Scorecard
- Marketing Profitabilitäts-Analyse

Sales

- Klassischer Vertrieb
- Mobiler Vertrieb
- Auftragsverarbeitung
- Konfiguration/Varianten
- Empfehlungen/Advisor
- Preisfindung/Aktionen
- Self Service
- Vertriebsaktivitäten-Analyse
- Service Profitabilitäts-Analyse

Service

- Klassischer Service
- Self-Service
- Wissensmanagement
- Interaktions-Management
- IT HelpDesk
- Mitarbeiter HelpDesk
- Qualitäts-Management
- Services Analyse
- Technischer Außendienst
- Mobiler T-Außendienst
- Kunden Zufriedenheits-Analyse
- Service Profitabilitäts-Analyse

AGENDA

- Markt Herausforderungen und Geschäftsimplikationen
- Antwort Kundenbeziehungsmanagement (CRM)
- Real-Time Business
- Real-Time CRM für Versicherungen
- PeopleSoft
- Q&A

Real-Time Business

“Real-time technology might even prove as important for speeding up the information flow in business as the telegraph”

The Economist, February 2nd, 2002

“For big, fat, slow companies, there's nothing better than digitization. It takes the little white lies out of the system”

Jack Welch, ex. CEO General Electric, Leadership Summit, April 2002

Arbeiten in Echtzeit heißt:

- Geschäftsprozesse ohne Verzögerungen
- (Ver)Mittler Schichten werden obsolete
- Permanentes Controlling der Unternehmensleistung
- Sofortige Antwort auf Geschäftsänderungen
- Alle relevante Information ist in Echtzeit vorhanden
- Verbesserte Datenqualität

Was ist mit CRM in Echtzeit möglich?

Real-Time Business: Ermöglicht

Kunden

- erfassen ihre Aufträge selber
- haben einen 360 Überblick über ihren Bestand
- können den Status Ihres Antrages selber verfolgen
- zahlen Rechnungen Online
- erfassen Anfragen und bekommen Lösungen on-line

Teilnehmer sind
direkt mit den
Geschäftspro-
zessen verknüpft

Alles im Internet, Alles in Echtzeit

Mitarbeiter

- managen Ihre eignen Stammdaten
- haben die volle Übersicht über Ihr Gehalt, Karriere, Trainings, ...
- kaufen ihren Bürobedarf selber ein
- buchen Ihre Reisen selber
- Bearbeiten ihre Expenses online

Teilnehmer sind
direkt mit den
Geschäftspro-
zessen verknüpft

Alles im Internet, Alles in Echtzeit

1. Denken in Geschäftsprozessen und dann Anwendungen

Real-Time Business: Auftrag → Zahlungseingang



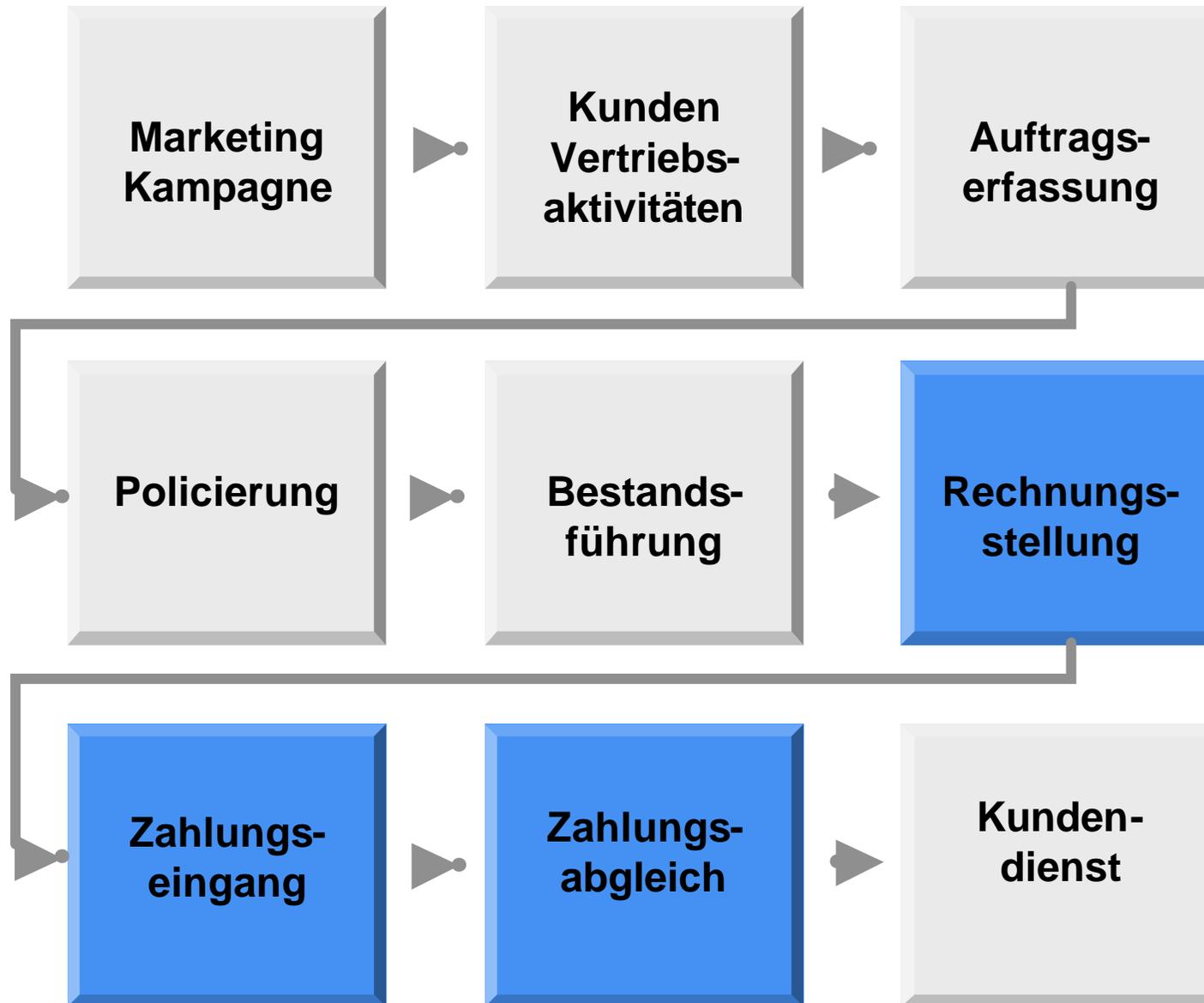
Real-Time Business: Auftrag → Zahlungseingang



Real-Time Business: Auftrag → Zahlungseingang



Real-Time Business: Auftrag → Zahlungseingang



Real-Time Business: Auftrag → Zahlungseingang



Wenn ein Kunde einen Auftrag erfasst...

- Wird der **Kundenstatus** automatisch auf Bonität, Außenstände und Servicefälle untersucht
- Die **Tarifberechnung/ Angebotsversand und Policierung** wird angestoßen



Mittler und Agenten ...

... haben einen kompletten Überblick über den jeweiligen **Status des Auftrages** und ihre Umsätze

... haben Zugriff und Einsicht in ihren **Bestand**



nach Eingang des Vertrages ...

...wird die Bestandsführung aktualisiert

...der Zahlungseingang aktiviert und Zahlungen abgeglichen



1. Denken in Geschäftsprozessen und dann Anwendungen
2. Höherer Integrationsgrad
3. Immer einsatzbereit

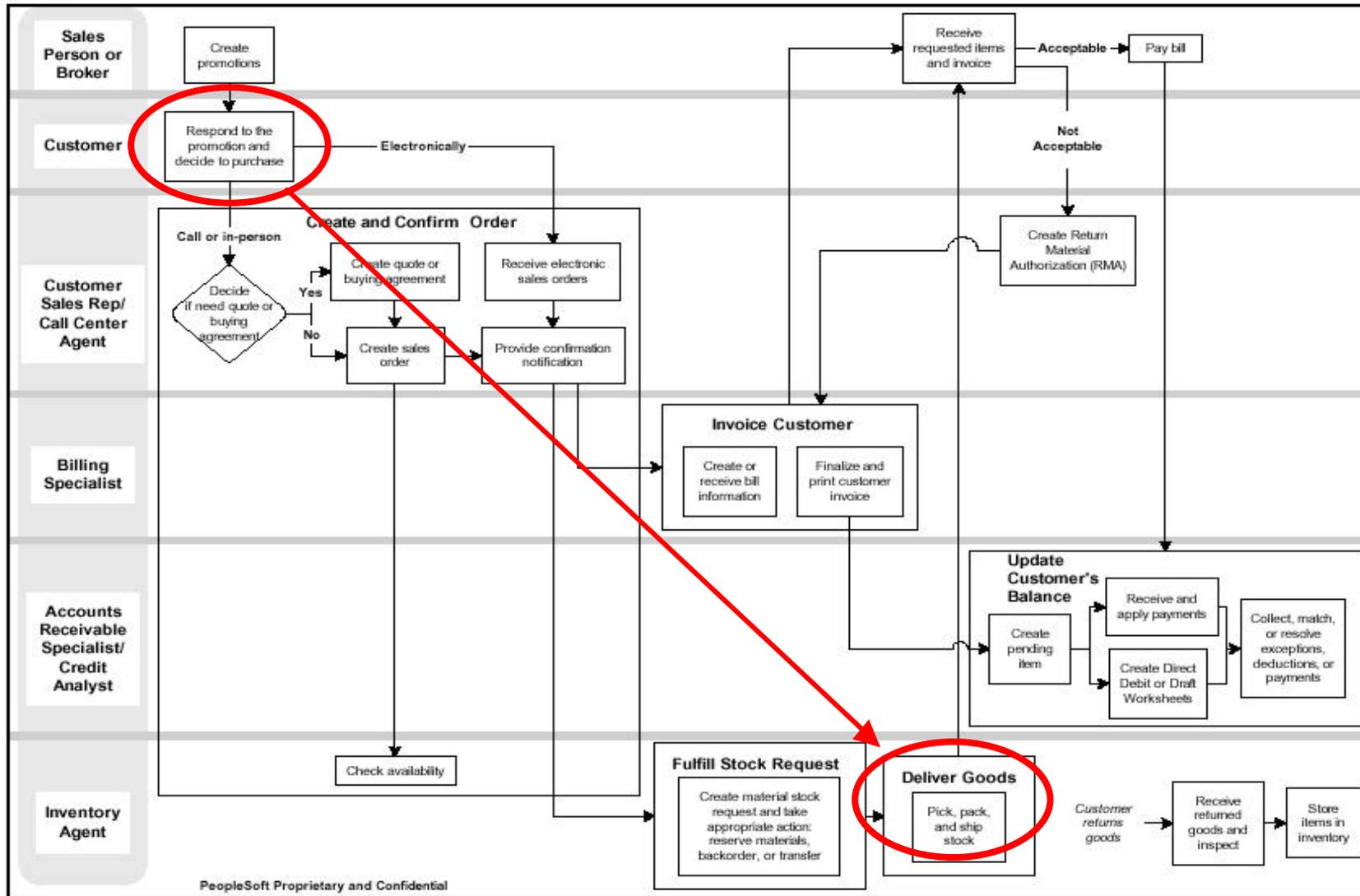
Real-Time Business: Was muss getan werden

- **Standardisierung der Geschäftsprozesse**
- **Verlagerung der Geschäftsprozessen in das Internet**
- **Geschäftspartner/Kunden werden direkt und in Echtzeit mit den Geschäftsprozessen verknüpft**
- **Es werden Echtzeit Analysen und Einblicke ermöglicht**

Real-Time Business: Beispiel

PeopleSoft

Order to Cash

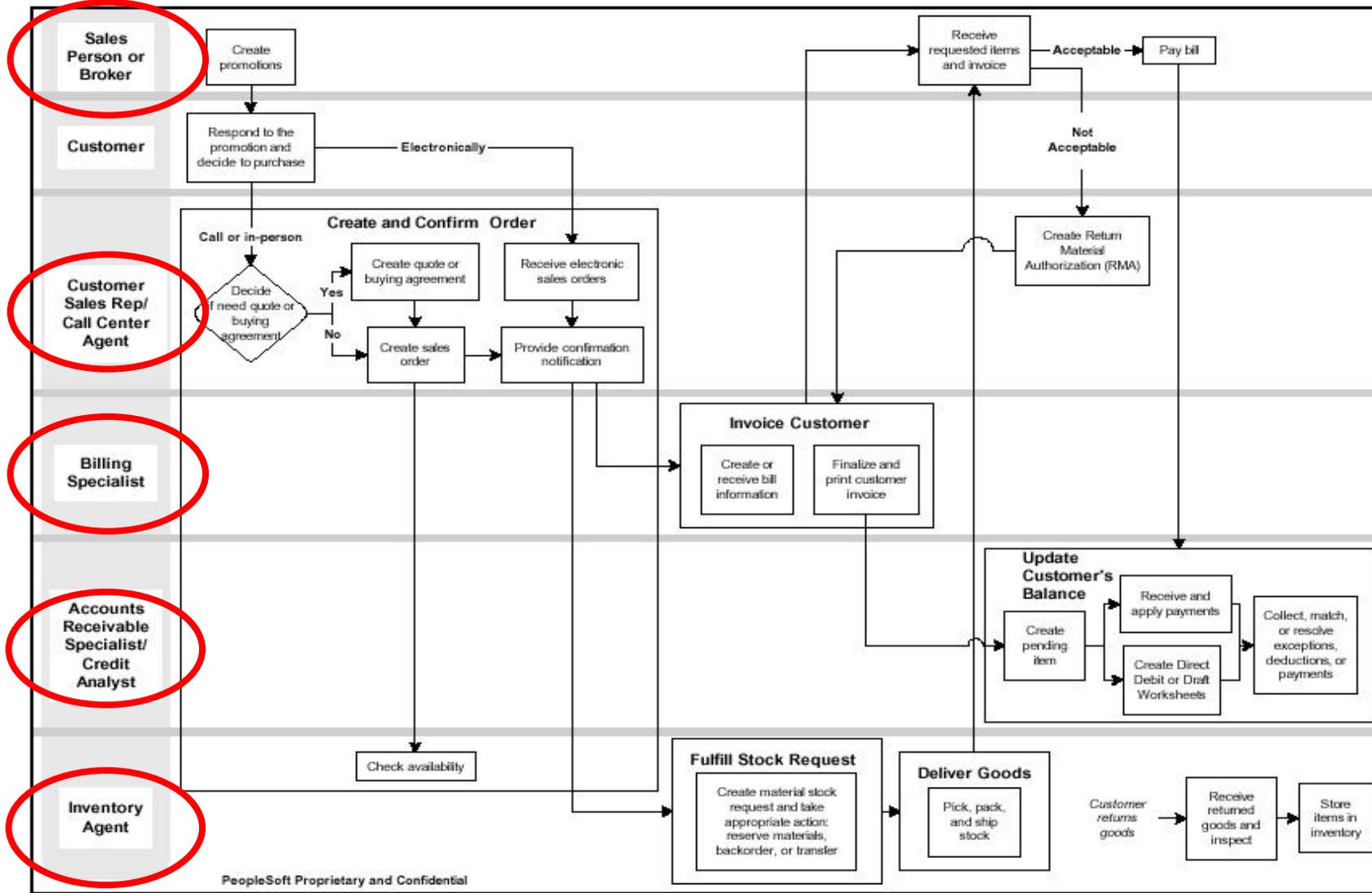


• Zeit

Real-Time Business: Beispiel

PeopleSoft®

Order to Cash

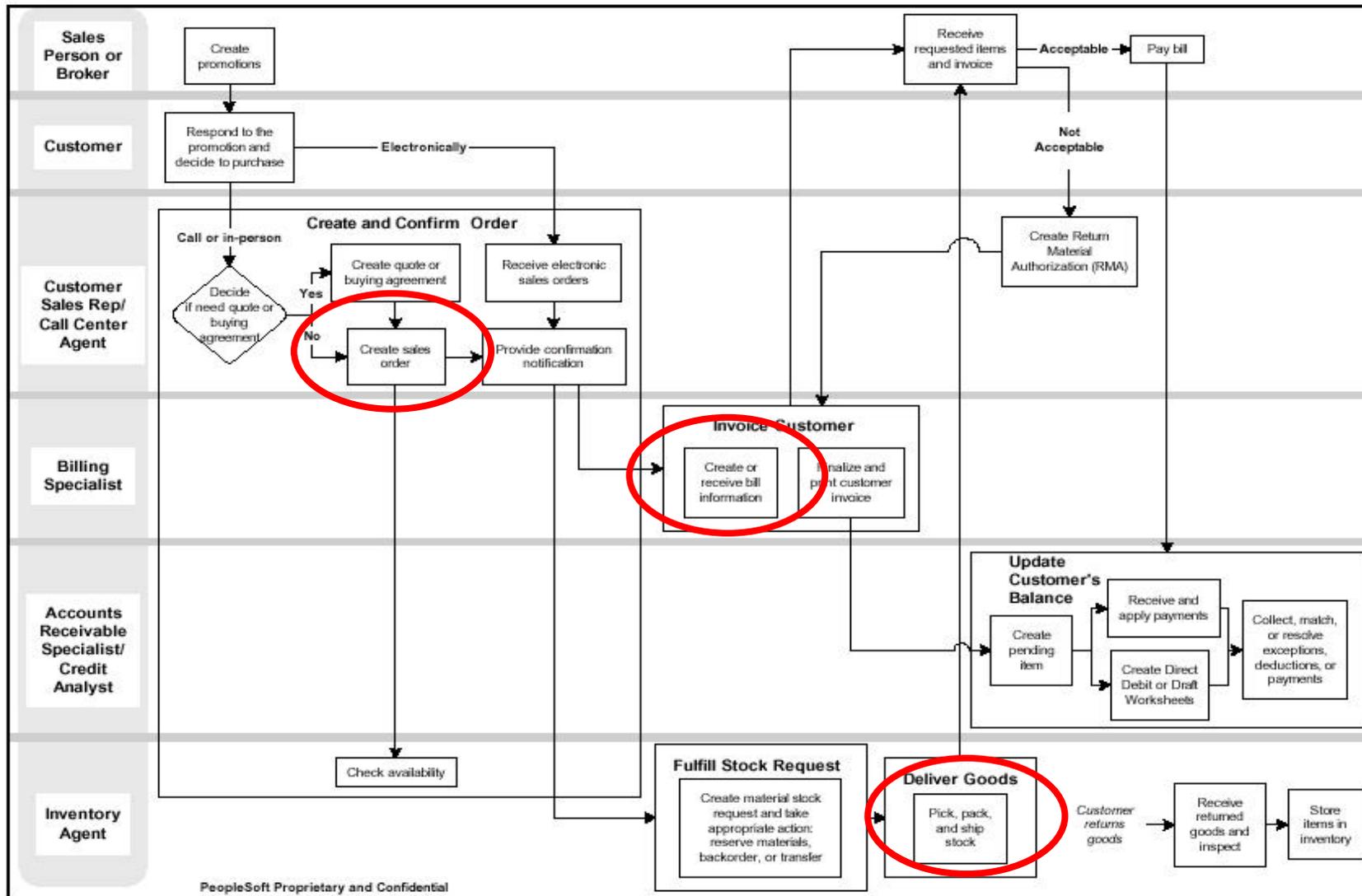


- Zeit
- Kosten

Real-Time Business: Beispiel

PeopleSoft

Order to Cash

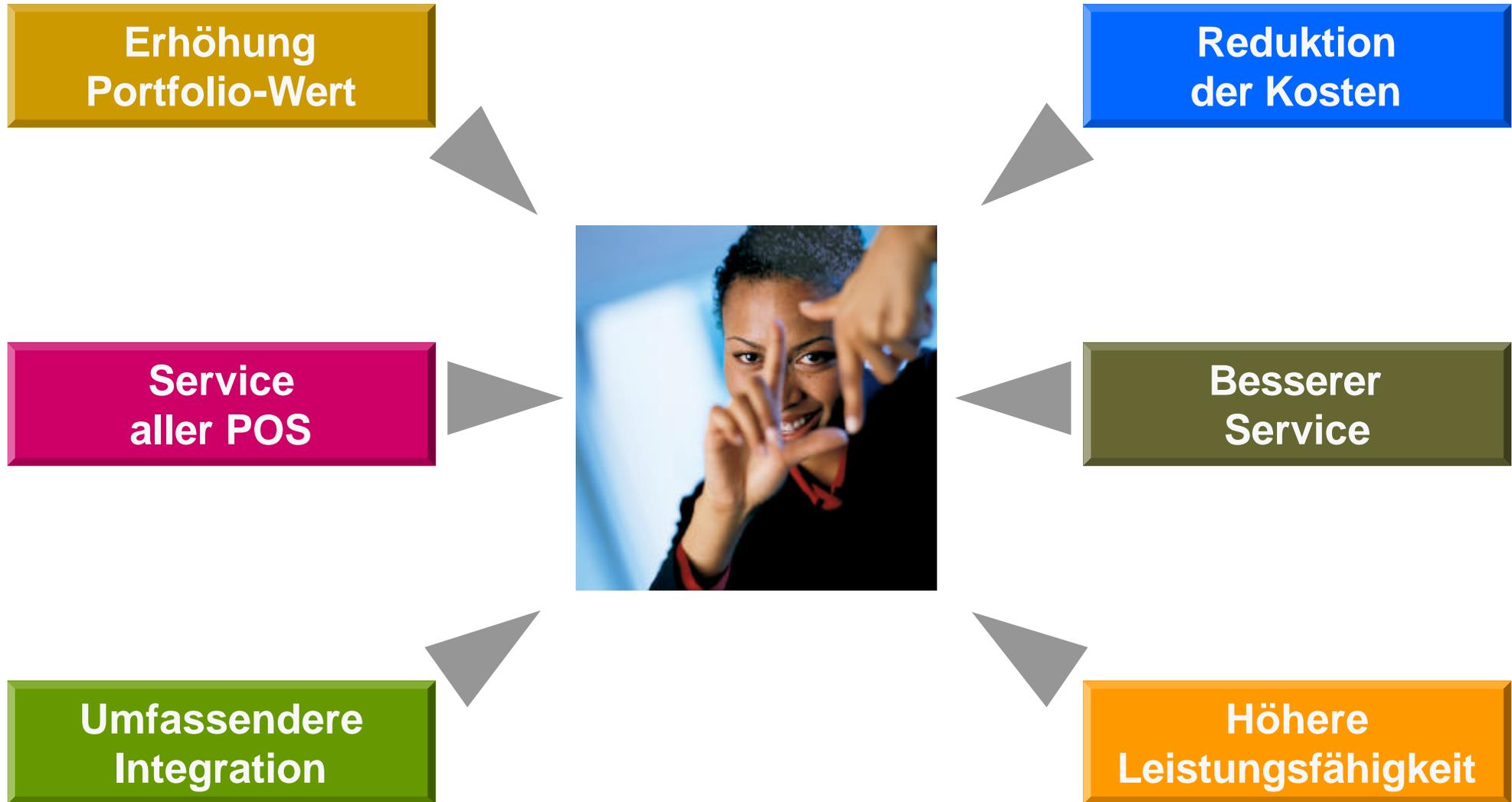


- Zeit
- Kosten
- Genauigkeit

AGENDA

- Markt Herausforderungen und Geschäftsimplikationen
- Antwort Kundenbeziehungsmanagement (CRM)
- Real-Time Business
- Real-Time CRM für Versicherungen
- PeopleSoft
- Q&A

Real-Time CRM für Versicherungen



Real-Time CRM für Versicherungen

Versicherungsunternehmen können diesen Herausforderungen begegnen indem sie:

**Erhöhung
Portfolio-Wert**

- Produkte und Leistungen auf den „ganzen“ Kunden und seinen kompletten Lebenszyklus abstimmen.
- Gezielte Ansprache und Fokus neuer Märkte und Kundenbedürfnisse.

**Besserer
Service**

- Umfassender Zugang zu in-house Policen und Schadensmeldungen

**Umfassendere
Integration**

- Bruchlose Abdeckung kompletter Geschäftsprozesse durch Einbezug der Back-Office Systeme

**Höhere
Leistungsfähigkeit**

- Direkte Einbindung von Agenten und Mittlern in die Unternehmensprozesse

**Service
aller POS**

- Abdeckung aller Service- und Vertriebspunkte durch Einsatz moderner mobiler und internetbasierter Geräte und Einbindung in die Geschäftsprozesse

**Reduktion
der Kosten**

- Automatisierung von Geschäftsprozessen und Integration der Systeme.
- Einsatz von Internettechnologien

Real-Time CRM für Versicherungen

CRM hilft Versicherungsunternehmen bei:

- Policen Management und Informationen an allen Kundenkontaktpunkten
 - Wer ist versichert, was ist versichert, ausgewählte Produkte/Services, Deckung, Selbstbehalt, Leistungen, Limitationen und Ausschlüsse
- Präsentation, Vergleich und Auswahl der Versicherungsprodukte im Selbst-Service für Kunden und Agenten
- Angebots und Policen Management
- Policen-, Schadens- Rechnungs-/Zahlungsstatus Details
- Verdichteter Sicht aller Kundentransaktionen und Verträge

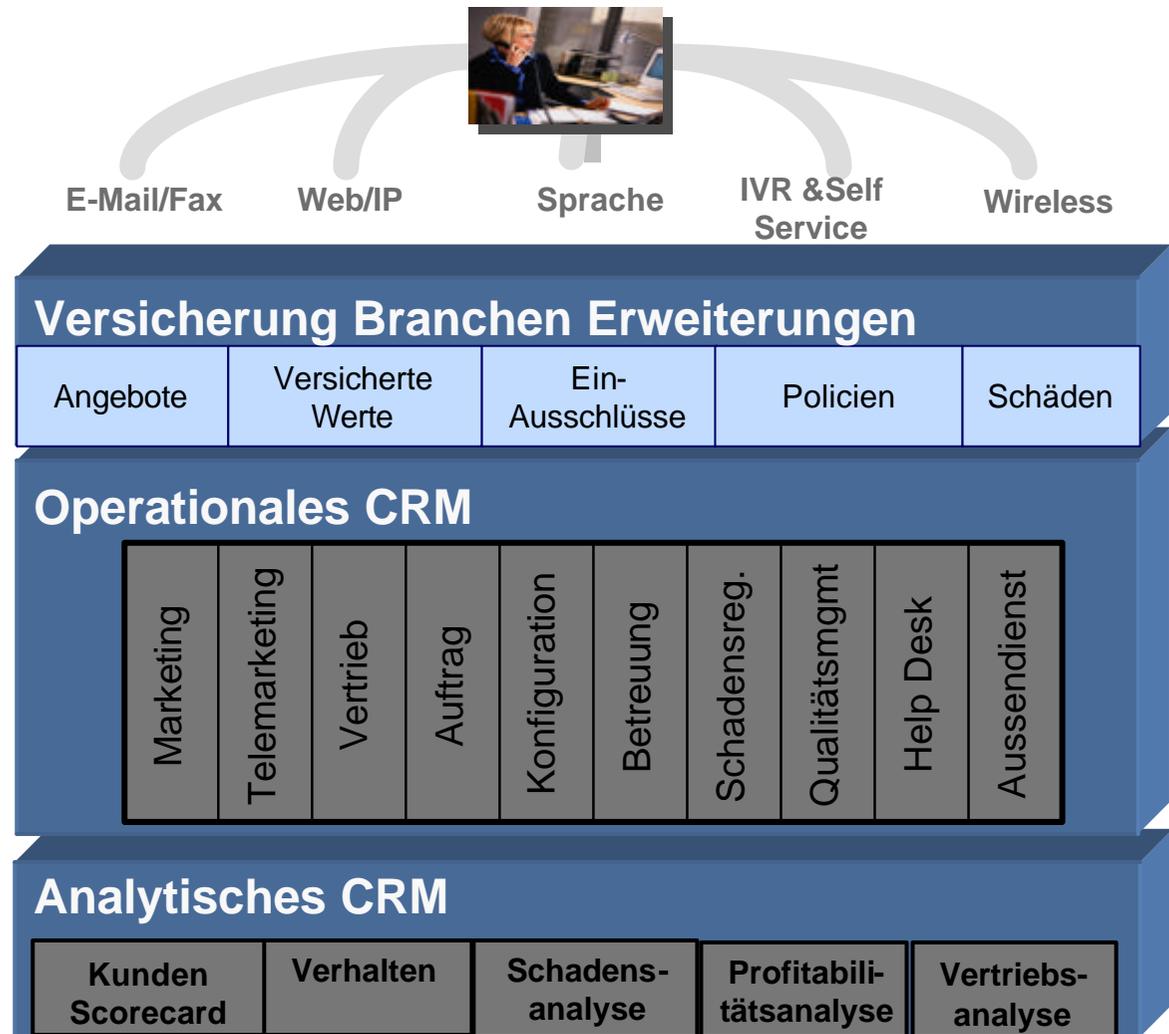
Real-Time CRM für Versicherungen

CRM hilft Versicherungsunternehmen durch

- Verknüpfung von Marketing- und Vertriebsanwendungen zur gezielten Ansprache und Aktivierung existierender und neuer Kunden als auch zur Zufriedenheitsanalyse
- Schadensmeldungen im Self-Service und durch Agenten
- Daten- und Prozessmodel Unterstützung des ACORD Standard
- Call Center- und Außendienstlösungen für die Kundenunterstützung

Real-Time CRM für Versicherungen

- ✓ Angebote
- ✓ Versicherte Personen und Gegenstände
- ✓ Deckung und Leistungen, Selbstbehalte, Ausschlüsse und Optionen
- ✓ ACORD Standards ...
- ✓ Verlust-/Schadensmeldung
- ✓ Policendetails
- ✓ Schadensdetails



Entwickelt für Versicherungsunternehmen

Real-Time CRM für Versicherungen: Produktauswahl, Angebot

- ✓ Produktdeckung, Leistungen, Geschäftsbedingungen
- ✓ Prämien
- ✓ FAQs und Produktempfehlungen (Advisor)
- ✓ Notizen/Bemerkungen
- ✓ Policen
- ✓ Anlagen

The screenshot shows the PeopleSoft CRM interface for insurance products. The main content area is titled "General Information" and contains several sections:

- About You:** Includes fields for "What state do you live in?*" (dropdown menu), "How did you hear about us?" (dropdown menu), "Do you have a valid drivers license?*" (radio buttons for No/Yes), and "Has your license ever been suspended?*" (radio buttons for No/Yes).
- Vehicle Overview:** Includes fields for "Zip code where you park your vehicles overnight*" (text input), "Are any vehicles parked overnight at a location other than the above zip code?*" (radio buttons for No/Yes), and "Are all vehicles registered to you and/or your spouse/domestic partner?*" (radio buttons for No/Yes).
- Current Insurance:** Includes fields for "Years of Continuous Insurance*" (text input), "Who is your current automobile insurance company?" (dropdown menu), and "If your residence is currently insured with Allegiance Insurance Company, what type of policy do you have?" (dropdown menu).

The interface also features a navigation bar with tabs for "General", "Driver", "Vehicle", "Coverages", and "Summary". A search bar and a "Menu" dropdown are visible on the left side.

Kostengünstiger Vertrieb und Service zum Kunden

Real-Time CRM für Versicherungen: Police

- ✓ Auskünfte zu Deckungs- und Leistungsfragen der Kunden
- ✓ Deckungszeitraum
- ✓ Rechnungshistorie
- ✓ Schadenshistorie
- ✓ Versicherte Personen und Gegenstände
- ✓ Gewählte Deckungen, Selbstbehalte und Ausschlüsse/Limits

The screenshot displays a CRM interface with the following sections:

- Navigation:** Home, Worklist, and a partial 'to Fav' link.
- Tabs:** Financial Account (selected), Relationships, Terms and Conditions, Address History.
- Header:** Search icon, '360' icon, and a 'Return' dropdown menu set to 'Return to Account'. The date and time are 08/20/2002 10:02:35AM PDT.
- Table:**

Customer	Account Number	Balance	Currency	Lifetime Value
William Brown	100001	660.00	USD	GOLD
- Account Information:**
 - Name: William Brown
 - Description: Personal Auto
 - Account Number: 100001
 - Account Type: Insurance
 - Registration Type: Individual
 - Registration Name: Auto Insurance Policy
 - New Nickname: Policy
 - Last Refresh: 07/31/2002 1:17PM
 - Address: 1200 Lake Drive, Circle Pines, MN, 55014, USA
 - Status: Open
 - Begin Date: 02/02/2002
 - End Date: 08/02/2002
 - Last Statement Date: 09/30/2002
 - Tax Ident. Number Type: Social Security Number
 - Tax ID: 134-56-0987
 - Currency Code: USD
- Insurance Account:**
 - Policy Type: Auto Insurance
 - Policy Status:
 - Insured Name: William Brown
 - Effective Date: 02/02/2002
 - Name: Jade Jordan
 - Premium Amount: 660.00
 - Policy Name: AUTO
 - Policy Version: 1
 - End Date: 02/02/2003
 - State: CA
 - Payment Terms: Monthly

Kundenfokussierter Service

Real-Time CRM für Versicherungen: Schadensregulierung

✓ Beantworten von Schadensstausanfragen der Kunden

✓ Zuweisen von Schadensregulierern

✓ Antragssteller Information

✓ Geschätzter Schadenswert

✓ Abfindungs-Zahlungsprozess

The screenshot displays a CRM interface for claim management. On the left is a navigation menu with options like 'My Favorites', 'Employee Self Service', 'Customers CRM', 'Customer Accounts', 'Products CRM', 'Marketing', 'Sales', 'Customer Contracts CRM', 'Orders and Quotes', 'Support', 'Workforce', 'Financial Services', 'Correspondence', 'Email Response Management', 'Catalog Management', 'Setup CRM', 'Solutions', 'Enterprise Utilities', 'Worklist', 'Tree Manager', 'Reporting Tools', and 'PeopleTools'. The '360-Degree View' option is selected. The main content area shows a claim summary with the following fields: 'Contact Name', 'Claim Date: 01/23/2002', and 'Claim Status: Open'. The 'Description' field contains the text: 'Claim filed for auto accident'. Below this is a 'Details' section with a search bar and pagination controls. The details include: 'CLAIM STATUS DATE: 04-04-2002', 'REPORTED DATE: 01-23-2002', 'LOSS DATE: 01-22-2002', 'LOSS TIME: 11:30 AM', 'WHERE OCCURRED: Northbound I-93 Burlington exit ramp.', 'PREVIOUSLY REPORTED: No', 'INCIDENT DESCRIPTION: Vehicle 1 driven by insured party John Smith struck Vehicle 2 driven by Matthew Jones at the north bound Interstate 93 exit ramp in Burlington, MA. Vehicle 1 sustained front-end body and engine damage, and driver 1 sustained a broken right leg. Vehicle 2 sustained rear-end body damage and suspension and drive train damage. Driver 2 was not apparently injured. State Police were notified. Both vehicles were towed to Al's Body Shop in Arlington. Driver 2 claims that personal property he left in his car was missing when he went back to the body shop to retrieve it.', 'ADDITIONAL CLAIM INDICATOR: Yes', 'VIOLATIONS/CITATIONS INDICATOR: Yes', and 'PROBABLE INCURRED AMOUNT: 32000 USD'. The 'ADJUSTER SECTION' lists two adjusters: 'Adjuster ID 1: HC-9938' (Kirk Mulholland, 412-B Market Street, Arlington, MA 01167, Tel: (508) 345-3233, Fax: (508) 345-3200, Assigned: Auto Loss, Assigned Date: 01-30-02) and 'Adjuster ID 2: KP-992' (Martha Lane, 82388 Front Street, Belmont, MA 01201, Tel: (508) 273-1875).

Kundenfokussierter Service

Real-Time CRM für Versicherungen: Verlustmeldung

- ✓ Verlustmeldung durch Self-Service und Agenten
- ✓ Deckungsprüfung
- ✓ Details der Verlustmeldung
- ✓ Datum, Zeit, Ort, Auftrag, Verletzungen, Beeinträchtigung anderer Parteien oder Sachen
- ✓ Aktivieren der Schadensmanagement Prozesse (Workflow)

Covered Assets Find First 1-3 of 3 Last

Asset Type: VEHICLE [Details](#)

Asset Description: 1998 Acura Integra LS

Coverages Find First 1-2 of 2 Last

Coverage Code: COLLISION INSURANCE

Start Date: 02/02/2002 **End Date:**

Current Term Amount: 10000.00 USD

Rate: 3.00 **Premium Basis Code:** PM

Territory Code: **Iteration number:**

Deductibles/Limits/Options

Deductibles Customize Find First 1 of 1 Last

Deductible Amount	Currency Code	Deductible Basis Code	Deductible Type Code	Deductible Applies to Code
250.00	USD	PM	AUT	COV

Limits Customize Find First 1 of 1 Last

Limit Amount	Currency Code	Limit Basis Code	Limit Applies to Code	Valuation Code
50000.00	USD	PM	COV	VAL

Options Customize Find First 1-2 of 2 Last

Option Code	Option Type Code	Option Value	Currency Code
PM	PM		50000.00 USD
PM	PM		50000.00 USD

Coverage Code: COMPREHENSIVE INSURANCE

Kundenfokussierter Service

Real-Time CRM für Versicherungen: Vertrieb&Marketing

- ✓ **Besseres Verständnis des Kundenverhaltens** durch Unternehmensweite Analysemöglichkeiten
- ✓ **Vorhersagen von Kundenbedürfnissen** ermöglicht fokussierte Produkte, Marketingprogramm, Sonderaktionen und erhöht die Responseraten
- ✓ **Messen der Effektivität der Marketingaktivitäten, des Vertriebs und des damit verbundenen ROI**
- ✓ **Analyse und Segmentierung der Kunden** und damit gezielte und effiziente Ansprache/Betreuung



Effizienter Fokus auf neue Märkte und Adressierung der Kundenbedürfnisse

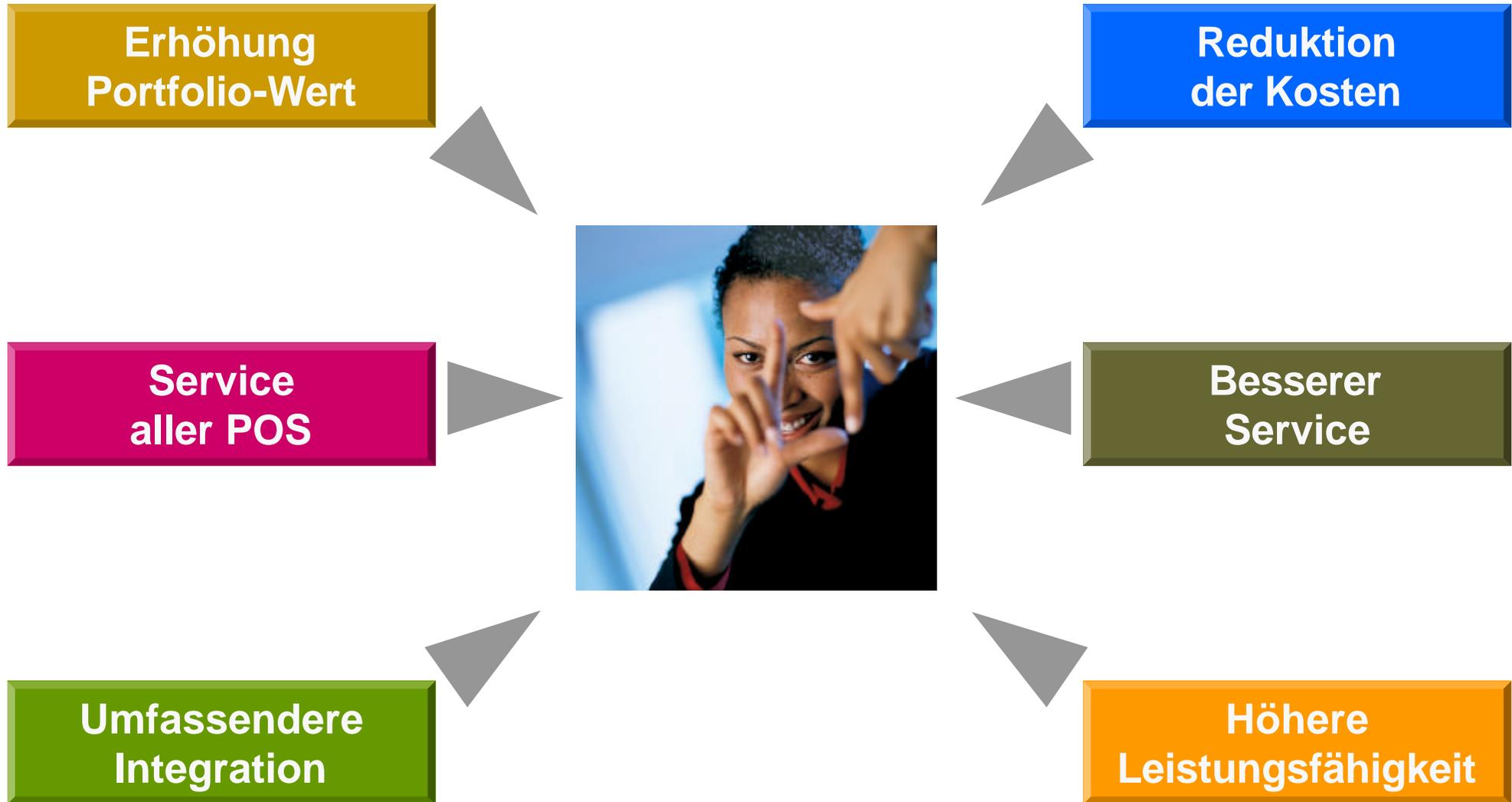
AGENDA

- Markt Herausforderungen und Geschäftsimplikationen
- Antwort Kundenbeziehungsmanagement (CRM)
- Real-Time Business
- Real-Time CRM für Versicherungen
- PeopleSoft
- Q&A



Navigation icons: left arrow, home icon, right arrow, TOC icon, and a series of menu items: Markt, CRM, RTB, RTB V, PSFT.

Real-Time CRM für Versicherungen



Fragen?

Real-Time CRM im Versicherungswesen

17. AMC-Meeting
07./08.11.2002
Hamburg

Dieter Roskoni
Director Strategic Product Marketing EMEA
dieter_roskoni@peoplesoft.com
+49 172 6162646
November 2002

