

SUCCESS STORY DIE STUTTGARTER

Einer der kritischen Faktoren für den Unternehmenserfolg ist die Entscheidung für die richtige Customer Relationship Management (CRM) Software. Die große Auswahl an verfügbaren Tools macht es schwierig, eine bedarfsgerechte Lösung zu finden. msg wurde von der Stuttgarter Lebensversicherung a.G. beauftragt, sie bei der CRM-Toolauswahl im Rahmen eines Expertencoachings zu unterstützen. Durch die Kombination aus fundiertem Know-how im Versicherungsvertrieb und hoher Expertise im Bereich CRM konnte msg mit der Auswahl geeigneter Tools einen wesentlichen Beitrag zur Modernisierung der Anwendungslandschaft leisten. Für eine höhere Mitarbeiterzufriedenheit und Vermittlerloyalität.

Der Kunde

Die Stuttgarter Lebensversicherung a.G. (Die Stuttgarter) mit Hauptsitz in Stuttgart sichert seit über 111 Jahren ihre Kunden mit individuellen Vorsorgelösungen finanziell ab. Sie bietet kompetenten persönlichen Service und Leistungen, die sich im Wettbewerb sehen lassen können.

Die Kunden der Stuttgarter vertrauen auf die persönliche Beratung durch unabhängige Vertriebspartner. Um diese bestmöglich zu betreuen und deren Bindung zur Stuttgarter noch weiter zu stärken, möchte das Unternehmen auf eine neue CRM-Software setzen.

Die Herausforderungen

Die Wahl des richtigen CRM-Tools zur Betreuung von freien Vertriebspartnern ist einer der entscheidenden Faktoren für den Unternehmenserfolg. Gerade die enorme Menge an verfügbaren Anwendungen macht es so schwierig, die passende und bedarfsgerechte Lösung zu finden. Daher beauftragte Die Stuttgarter Anfang des Jahres 2020 die msg, sie im Rahmen eines Expertencoachings bei der Auswahl eines neuen geeigneten CRM-Tools zu unterstützen. Die bisherige Eigenentwicklung stieß an ihre Grenzen, so dass sich Partner und Mitarbeiter eine leistungsfähigere Lösung wünschten. Da der Markt an möglichen CRM-Tools komplex und unübersichtlich geworden ist und zudem interne organisatorische Faktoren die Anforderungsaufnahme erschwerten, wurde msg mit der Durchführung von Anforderungs-Workshops und nachgelagerten Audits beauftragt. Die Kombination aus fundiertem Know-how im Versicherungsvertrieb und hoher Expertise im Bereich CRM und Vertriebsmanagement machte msg zum passenden Coaching-Partner.



„Die Zusammenarbeit mit msg hat unsere Erwartungen übertroffen. Ein frischer und sehr agiler Workshop unterstützte unsere Kollegen dabei, äußerst interessante und produktive Ideen zu entwickeln. Die Vorbereitung, Durchführung und Aufbereitung des Workshops haben wir als hervorragend erlebt. Wir sind sehr zufrieden und können uns über das Coaching hinaus eine weitere Zusammenarbeit gut vorstellen.“

Ulf Schäfer, Leiter Vertriebssteuerung, Stuttgarter Lebensversicherung a.G.

Der Lösungsansatz

msg unterstützt mit fokussierter Beratung, einem erprobten Toolauswahl-Vorgehensmodell und Best Practices für den Projekterfolg bei der Auswahl von CRM-Tools. Das Vorgehensmodell der msg Toolauswahl gliedert sich in vier Stufen. In der ersten Stufe, der Anforderungsaufnahme, werden im Rahmen von Workshops die Anforderungen an das neue CRM-Tool erarbeitet und konsolidiert. Im zweiten Schritt, dem Toolauswahl-Prozess, wird eine detaillierte Marktübersicht erstellt, aus der eine Long List an relevanten Anbietern abgeleitet wird. Darauf folgt das Short Listing aus zwei bis drei Anbietern und das Proof of Concept. Den dritten und vierten Schritt bilden die Pilotierung und das Roll-out des neuen CRM-Tools.

In dem Toolauswahl-Projekt der Stuttgarter lag der Fokus auf der Anforderungsaufnahme im Rahmen von zwei Anwender-Coachings. Dabei wurden die Anwender in zwei Zielgruppen aufgeteilt, sodass im ersten Coaching die Ergebnisse gemeinsam mit den Innendienst-Mitarbeitern erarbeitet wurden und im zweiten mit den Maklerbetreuern.

Um die Workshops effizient zu gestalten, wurde zur Vorbereitung die bestehende Anwendung durch msg-Experten im Detail analysiert und die IST-Prozesse und Features visualisiert. Anschließend wurden im Rahmen von zwei Coachings die Schwachstellen der IST-Prozesse erarbeitet und Lösungen mit Hilfe der „1-2-4-Eins-zu-eins-Methode“ und „Silent Brainstorming“ abgeleitet. Insgesamt wurden 36 Schwachstellen des verwendeten CRM-Tools aufgedeckt und bewertet. Im zweiten Teil des Coachings wurde eine umfassende SOLL-Prozessmodellierung entlang der vertrieblichen Wertschöpfungskette durchgeführt, in der 108 Anforderungen an das neue CRM-Tool identifiziert und bewertet wurden.

Die Berater der msg arbeiteten auf Basis von Projekterfahrungen und Best Practices optimierte SOLL-Prozesse aus, die sie in die Workshops mitbrachten. Diese Prozesse erleichterten es, die fachlichen Anforderungen der einzelnen Benutzergruppen strukturiert aufzunehmen und die Ausarbeitung zu beschleunigen. Die Ergebnisse des Workshops wurden anschließend mit msg-Expertise angereichert und zur weiteren Verwendung aufbereitet. Bei der Qualitätssicherung von Anforderungen, Schnittstellenkonzepten und Fragestellungen steht msg mit einfallreichem Consulting der Stuttgarter im Toolauswahl-Prozess weiterhin zur Verfügung.

Der Nutzen

Durch die Unterstützung der msg bei der Auswahl geeigneter Tools konnten die Anforderungen der Anwender identifiziert und strukturiert ausformuliert werden. Mithilfe externer Expertise konnte ein wegweisender Schritt hin zur Modernisierung der Anwendungslandschaft und zur Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit und der Vermittlerloyalität gegangen werden. Durch die methodische Finesse konnten die Anwender den Blick über den Tellerrand wagen und ihren Arbeitsplatz der Zukunft mitgestalten. Die zukunftsfähige Technologie wird den Vorsorgeversicherer Die Stuttgarter auch in Zukunft zum Partner erster Wahl machen, auf den Vermittler, Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen zählen können.



PROJEKTSTECKBRIEF

Kunde: Stuttgarter Lebensversicherung a.G.

Branche: Versicherung

Ausgangssituation

- Selbsterstellte Softwarelösung nicht mehr zeitgemäß und nicht durch Fachbereiche konfigurierbar
- Einschränkungen durch Performance der Softwarelösung und umständliche Bedienbarkeit
- Mobiles Arbeiten nur eingeschränkt möglich

Aufgabe

- Unterstützungsleistungen beim CRM-Toolauswahlprozess durch ein msg-Expertencoaching
- Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von zwei User-Workshops zur Aufnahme und Validierung der Anforderungen
- Qualitätssicherung des von der Stuttgarter erarbeiteten Anforderungskatalogs
- Technische Qualitätssicherung des Schnittstellenkonzeptes

Lösung

- Unter Einsatz moderner Moderationsmethoden konnten in zwei ganztägigen Workshop-Sessions die Anforderungen der verschiedenen User-Gruppen identifiziert werden
- Entlang der von msg-Experten aufbereiteten IST-Prozesse konnten Schwachstellen identifiziert und Lösungsvorschläge erarbeitet werden
- Mithilfe eines msg-Frameworks wurden die funktionalen und nichtfunktionalen Anforderungen an den SOLL-Prozess erarbeitet

Nutzen

- Schnelle und wertstiftende Vor- und Aufbereitung der User-Workshops garantierte der Stuttgarter einen sehr guten Projektstart
- Begleitung des Toolauswahlprozesses durch msg-Experten-Coaching sicherte Entscheidungsfindungsprozess ab

Ihr Ansprechpartner



Steffen Bolenius

Senior Vice President CX Strategy & Transformation
Insurance SAP Consulting
Max-Planck-Str. 40, 50354 Hürth/Köln
+49 173 300 85 22
steffen.bolenius@msg.group

msg systems ag

Robert-Bürkle-Str. 1 | 85737 Ismaning/München | Telefon: +49 89 96101-0 | www.msg.group | info@msg.group