



Mit sicherem Gefühl

Überblick

Kundenprofil

Die CONCORDIA Schweizerische Kranken- und Unfallversicherung AG ist einer der grössten Kranken- und Unfallversicherer des Landes. Das Unternehmen versichert Privatpersonen, Familien, Unternehmen und Verbände.

Ausgangslage

Telemarketing-Aktivitäten werden von externen Call-Centers durchgeführt. Aus Qualitäts- und Kostengründen überlegt sich CONCORDIA, künftig eigene Telemarketing Centers zu betreiben. Ein Pilotprojekt soll die nötigen Entscheidungsgrundlagen liefern.

Lösung

In Lausanne wird ein CONCORDIA Telemarketing Center als Pilotprojekt eingerichtet. Das technische Fundament bildet Microsoft Dynamics CRM 4.0. Als wichtigste Neuerung besteht jetzt eine nahtlose Verbindung zwischen Call-Center-Lösung und CONCORDIA-IT-Infrastruktur, was durchgängigere Prozesse ermöglicht.

Resultate

Weil die Tele-Agents jetzt direkten Zugriff auf die Outlook Kalender der Aussendienstmitarbeiter haben, können Termine effizienter vereinbart werden. Es treten weniger Terminverschiebungen auf und der Aussendienst profitiert von einem besseren Zeit-Management. Die Verantwortlichen generieren per Knopfdruck Reports und Auswertungen für die Performance-Messung.

Mehr Neukunden-Termine dank Microsoft Dynamics CRM 4.0 als Call-Center-Lösung

Im Rahmen eines Pilotprojektes hat der Schweizer Kranken- und Unfallversicherer CONCORDIA erfolgreich ein eigenes Call-Center (Telemarketing Center) auf der Basis von Microsoft® Dynamics® CRM 4.0 realisiert.

«Wir konnten mit markant reduziertem Zeit- und Kostenaufwand mehr und qualitativ bessere Kundenkontakte herstellen.»

Heinz Lerch, Projektleiter CONCORDIA Schweizerische Kranken- und Unfallversicherung AG

Die CONCORDIA Schweizerische Kranken- und Unfallversicherung AG setzt bei der Neukunden-Akquisition stark auf Telemarketing. Im Rahmen eines Pilotprojektes wollte das Unternehmen prüfen, ob die bis anhin extern vergebenen Telemarketing-Aktivitäten nicht kostengünstiger und qualitativ besser im eigenen Haus durchgeführt werden können. Da der Versicherer bereits seit Längerem erfolgreich Microsoft Dynamics CRM für das Leistungserbringer- und das Vertrags-Management einsetzt, fiel der Entscheid, auch die Pilot-Call-Center-Lösung mit dieser Technologie umzusetzen. Mit Unterstützung des Microsoft Gold Certified Partner und CRM-Spezialisten iTrust wurde in Lausanne das erste eigene CONCORDIA Telemarketing Center eingerichtet. Schnell zeigte sich, dass durch die nahtlose Integration der Call-Center-Lösung in die bestehende IT-Landschaft Prozesse optimiert und Kosten eingespart werden konnten.

«Wir haben viel weniger Terminverschiebungen, weil die Tele-Agents jetzt direkten Zugriff auf den Outlook Kalender der Aussendienstmitarbeiter haben.»

Heinz Lerch, Projektleiter CONCORDIA Schweizerische Kranken- und Unfallversicherung AG

Partner

iTrust
Because we do IT

iTrust ist ein Microsoft Gold Certified Partner, der mit über 50 Mitarbeitenden Grosskunden aus verschiedenen Branchen sowie rund 450 KMU schwerpunktmässig in den Regionen Zentralschweiz und Zürich betreut. Im Bereich CRM hat sich iTrust auf Microsoft Dynamics CRM 4.0 spezialisiert. iTrust unterstützt Unternehmen von der Beratung über die Definition der Anforderungen und Prozesse bis hin zur Implementierung der fertigen Lösung.

iTrust

Gewerbstrasse 6
CH-6330 Cham
Telefon +41 (0)41 798 00 11
Fax +41 (0)41 798 00 10
info@no-spam.iTrust.ch

Weitere Informationen

Für weitere Informationen über Produkte und Services kontaktieren Sie bitte die lokale Microsoft Niederlassung:

Microsoft Schweiz GmbH

Richtstrasse 3
CH-8304 Wallisellen
Telefon +41 (0)848 22 44 88
Fax +41 (0)43 456 44 44
www.microsoft.com/switzerland
www.microsoft.ch/references

Kennzahlen

Projektdauer	Frühjahr bis Sommer 2009
Arbeitsplätze	20

Verbesserungen

Mehr und bessere Kontakte bei der Neukunden-Akquisition; markante Zeit- und Kosteneinsparungen dank durchgängigen, automatisierten Prozessen; weniger Terminkollisionen und besseres Zeit-Management im Aussendienst; bessere Vorbereitung des Aussendienstes für das Beratungsgespräch; schneller und einfacher Zugriff auf Kennzahlen; zuverlässige Performance-Messung bei Tele-Agents und Aussendienst; einfache Bedienung und geringer Schulungsaufwand; nahtlose Integration in die Microsoft® Office Umgebung; einfache und schnelle Anpassungen von Eingabemaschinen; hohe Zukunftssicherheit, Ausbaufähigkeit und Flexibilität durch Standard-Technologie

Kundenprofil

Mit über 700 000 Versicherten gehört die CONCORDIA Schweizerische Kranken- und Unfallversicherung AG zu den grössten Kranken- und Unfallversicherern des Landes. Rund 1220 Personen arbeiten als Voll- oder Teilzeitangestellte am Hauptsitz in Luzern, im Servicecenter sowie in den gegen 300 Agenturen und Geschäftsstellen. Die CONCORDIA bietet Privatpersonen, Familien, Unternehmen und Verbänden die obligatorische Krankenpflegeversicherung, Zusatzversicherungen sowie Unfallversicherungen an.

Ausgangslage

Das Telemarketing spielt bei der CONCORDIA eine wichtige Rolle. Im Rahmen konzertierter Marketing-Aktionen werden potenzielle Neukunden telefonisch mit dem Ziel kontaktiert, einen Beratungstermin mit einem CONCORDIA Aussendienstmitarbeiter zu vereinbaren. Da das Unternehmen bisher über keine eigene Infrastruktur verfügte, wurde diese Aufgabe durch externe Call-Centers wahrgenommen. Um die Kosten einer Inhouse-Lösung abzuklären und um Optimierungspotenziale auszuloten, wurde beschlossen, in Lausanne ein eigenes Telemarketing Center als Pilotprojekt einzurichten.

Lösung

Die neue, mit Unterstützung des CRM-Spezialisten iTrust implementierte Call-Center-Lösung basierte auf Microsoft Dynamics CRM 4.0. Heinz Lerch, Projektverantwortlicher bei CONCORDIA: «Mit Microsoft Dynamics CRM 4.0 wählten wir bewusst eine Standard-Lösung, die wir nach der Pilotphase schnell und einfach an weiteren Standorten ausrollen können. Der Entscheid fiel uns auch deshalb leicht, weil wir

Microsoft Dynamics CRM seit mehreren Jahren erfolgreich für das Leistungserbringer- und das Vertrags-Management einsetzen. Es war uns auch wichtig, dass die Lösung später über die Call-Center-Funktionalität hinaus zu einem umfassenderen CRM-System erweitert werden kann.» Um die eigene IT zu entlasten und Zeit zu gewinnen, wurde die Pilotlösung extern gehostet. In der halbjährigen Testphase zwischen Frühjahr und Sommer 2009 arbeiteten rund 20 Tele-Agents im neuen CONCORDIA Telemarketing Center in Lausanne.

Resultate

Als grösster Vorteil des internen Telemarketing Center auf der Basis von Microsoft Dynamics CRM 4.0 erwies sich die nahtlose Integration in die CONCORDIA-IT-Landschaft. Früher mussten die vom externen Call-Center angelieferten Termine jeweils «manuell» auf die einzelnen Aussendienstmitarbeitenden verteilt werden, was einen hohen administrativen Aufwand und gelegentliche Terminkollisionen mit sich brachte. Mit der neuen Lösung können die Tele-Agents während des Kundengesprächs direkt auf den Outlook-Kalender des zuständigen Aussendienstmitarbeiters zugreifen und dort den Termin eintragen. Zu jedem Termin generiert das System automatisch ein Terminblatt mit den wichtigsten Angaben über den Kunden. Diese Informationen werden vom Tele-Agent, unterstützt durch das System, abgefragt. Kommt kein Termin zustande, werden die Gründe detailliert in einem Report festgehalten. Heinz Lerch ist mit dem Verlauf des Pilotprojektes sehr zufrieden: «Wir konnten mit markant reduziertem Zeit- und Kostenaufwand mehr und qualitativ bessere Kundenkontakte herstellen. Die integrierten Tools ermöglichten zudem per Knopfdruck präzise Auswertungen und Performance-Messungen.» Concordia prüft aufgrund der gemachten guten Erfahrungen, den Telemarketingprozess für das ganze Geschäftsgebiet inhouse durchzuführen.

Software und Services

- Microsoft Dynamics CRM 4.0
- Microsoft Office
- Microsoft Windows Server
- Microsoft SQL Server