

Blau direkt und Digital Insurance Group kooperieren

cash-online.de/berater/2018/blau-direkt-und-digital-insurance-group-kooperieren/417636

22. März 2018, 08:26

Berater

Die Digital Insurance Group & Blau direkt bündeln ihre Stärken, um Vertrieben, Versicherern und Banken digitale Kundenlösungen zu bieten. Die Versicherungsbranche braucht digitale Kundennähe und soll sie nun bekommen.



Oliver Pradetto, Blau direkt: "Die Digital Insurance Group ist der ideale Partner für digitale Angebote."

Die Digital Insurance Group (DIG) ist aus der Fusion zweier führender Insurtechs, der deutsch-schweizerischen Knip und dem niederländischen Softwarehaus Komparu, entstanden. "Knip und die DIG waren die wesentlichen Trendsetter unter den Insurtechs und haben als Erstes erkannt, dass der Fokus vom Abschlussgeschäft sich immer mehr auf eine laufende Betreuung verlagern wird", meint Oliver Pradetto, Geschäftsführer von blau direkt. "Das macht die DIG zu einem idealen Partner für digitale Angebote. Denn DIG hat das Gespür dafür Kundenanwendungen sexy zu machen und sich von abschlussfokussiertem Denken hin auf eine digitale Top-User-Experience in der laufenden Betreuung zu konzentrieren."

"Technische und organisatorische Kompetenz"

Ebenso positiv wird die Kooperation von DIG-CEO Ingo Weber gesehen: "Ein effektives Touchpoint-Management ist nur mit einer starken technischen und organisatorischen Kompetenz möglich. blau direkt kann uns dabei nicht nur als in der Branche extrem gut vernetzter Pool unterstützen, sondern verfügt über die technologischen Fundamente, die uns Datensynchronisation und Dokumententransporte an der Grenze des heute technisch machbaren gewährleisten."

Vertriebe, Versicherer und Banken als potenzielle Kunden

Zusammen wollen die Unternehmen Vertriebe und Versicherer aber auch Banken und anderen Großunternehmen moderne Kundenbindungsinstrumente bereitstellen. Aus den heutigen Apps mit digitalen Kundenordnern sollen dabei richtige "PIMs" entstehen: Personal Information Manager, mit

denen der Kunde seinen Vertragsbestand nicht nur einsehen, sondern eigenverantwortlich managen kann. Dabei sind die eigentlichen Apps nur ein geringer Teil des Gesamtpakets. Vielmehr wird jede Lösung individuell mit den Unternehmen geplant und realisiert. Der Kunde kann dabei auf umfassende Modul-Lösungen zurückgreifen. So wird die DIG nicht nur für Mobile- & Web-Apps sorgen können, sondern kundennahe Dienste im First-Level-Support und Angebotswesen darstellen können.

Dazu greift die DIG auf ihre umfassende technologische Erfahrung sowohl als Europas erste Makler-App als auch durch den Aufbau von führenden Versicherungsportalen und Vergleichsrechnern zurück. Blau direkt stellt auf Anfrage hingegen die "Middleware", sichert Datenqualität, Backoffice-Dienste und kann über seine Maklerorganisation – sofern durch den Kunden gewünscht – bei Bedarf auch die persönliche Beratung vor Ort sicherstellen.

"Komplettlösungen im Angebot"

"Wir erarbeiten mit den Interessenten exakt die Lösung, die es benötigt und ergänzen nur die Elemente, die dem jeweiligen Unternehmen fehlen", erläutert Weber, der seine Wurzeln in der Versicherungsbranche hat. "Durch die Zusammenarbeit haben wir aber auch die Möglichkeit, Komplettlösungen anzubieten. Wir versetzen jedes Unternehmen in die Lage, seinen Kunden mobile und digitale Versicherungslösungen bereitzustellen, ohne dass sie dafür eine eigene Infrastruktur oder Expertise vorhalten müssen. Dies verstärkt die Kundenbindung, erhöht das Umsatzpotential und führt somit zu einem höheren Customer Lifetime Value.

"In den letzten zwei Jahren haben uns mehr als 20 Banken und Versicherer darauf angesprochen, ob sie unsere Lösung "simplr" nutzen können. Am Ende ist die Zusammenarbeit aber immer an unserer sehr verhaltenen Reaktion gescheitert", so Poolchef Pradetto. "Das Problem ist immer das Gleiche. Technische und organisatorische Lösungen können wir liefern, aber diese individuell auszuarbeiten und auf die sehr speziellen Anwendungsbereiche hin anzupassen, war nicht unsere Sache. Dazu fehlten uns die glaubwürdige Marke, die Ausrichtung auf den Nicht-Makler-Kunden und teilweise auch schlicht die Ressourcen. Zusammen haben wir jetzt alles berücksichtigt, um auch das lösen zu können." (fm)

Foto: Florian Sonntag