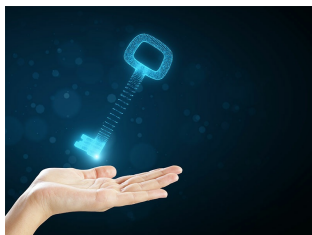


# blau direkt & DIG mit mobiler Kundenlösung

 [experten.de/2018/03/26/blau-direkt-dig-mit-mobiler-kundenloesung](https://www.experten.de/2018/03/26/blau-direkt-dig-mit-mobiler-kundenloesung)

March 26, 2018



**Die Digital Insurance Group (DIG) und blau direkt bündeln ihre Stärken, um weniger agilen Häusern schneller Zugang zu digitalen Kundenlösungen bieten zu können.**

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.

Aber die Apps sind dabei nur ein geringer Teil des Gesamtpakets, denn jede Lösung wird individuell mit den Unternehmen geplant und realisiert. Der Kunde kann dabei auf umfassende Modul-Lösungen zurückgreifen. DIG wird nicht nur für Mobile- & Web-Apps sorgen können, sondern kundennahe Dienste im First-Level-Support und Angebotswesen darstellen können.

blau direkt stellt auf Anfrage hingegen die „Middleware“, sichert Datenqualität, Backoffice-Dienste und kann über seine Maklerorganisation, wenn von dem Kunden gewünscht, bei Bedarf auch die persönliche Beratung vor Ort sicherstellen.

**Ingo Weber**, CEO bei DIG, dazu:

„Wir erarbeiten mit den Interessenten exakt die Lösung, die es benötigt und ergänzen nur die Elemente, die dem jeweiligen Unternehmen fehlen. 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.“

**Oliver Pradetto**, Geschäftsführer von blau direkt, ergänzt:

„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. 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.“

Bild: © peshkov / fotolia.com