

Digitale Kommunikation mit dem Versicherer? Deutschlands Kunden: Nein Danke!

Köln, 27.10.2016 Das Thema Digitalisierung ist in aller Munde. Rund 49 Millionen Kunden in Deutschland nutzen ein Smartphone. Immer mehr Versicherungen ermöglichen es, Verträge digital zu unterschreiben, programmieren Kunden-Apps und bieten online Kommunikation per Livechat oder ähnliche Lösungen an. Doch die Kunden scheinen andere Wünsche zu haben. Für sie bleiben die Kommunikation per E-Mail, Brief und die direkte Kommunikation mit einem Berater die wichtigsten Kanäle in der Kommunikation. Dies ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage der ServiceRating GmbH.

Digitalisierung ist in unserer modernen Gesellschaft wichtig. Sowohl Kunden als auch Unternehmen investieren in Technologie. Die Spanne reicht von Smartphones über Smart Watches bis hin zu Computerprogrammen. Dadurch ändert sich auch die Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden. Wollen die Versicherungskunden mit ihren Versicherungen digital kommunizieren?

Die Kundenerwartungen und die digitalen Angebote der Versicherungen zu Kommunikationsmitteln weichen stark voneinander ab. Während viele Versicherungen in Livechats, Apps, sozial Media und Digitale Unterschriften investieren, sind die Kunden bislang noch zurückhaltend, diese Angebote zu nutzen. Aktuell wollen Kunden vor allem per E-Mail (79%), durch persönliche Beratung (74%) und Kommunikation per Brief (72%) mit Ihren Versicherungen kommunizieren.

Per APP (35%), in Skype Gesprächen (20%) und auf Social Media Seiten (14%) wollen bislang nur wenige Kunden kommunizieren. Offensichtlich ist der Nutzen dieser Kanäle beim Kunden noch nicht etabliert. Kunden schätzen persönliche Angebote und die persönliche Beratung. Deswegen sollten Unternehmen individuell auf den Kunden eingehen. Denn der Kunde darf im Digitalisierungsprozess nicht verloren gehen.

Wenn Unternehmen in neue digitale Kommunikationswege investieren wollen, sind Livechat-Angebote und APP's eine Möglichkeit. Spannend sind hierbei die Möglichkeiten von Zusatzleistungen, ergänzend zu der Kommunikationsmöglichkeit, die eine APP bietet. Gefragt nach den konkreten Vorstellungen, wünschen sich Kunden von einer App ihrer Versicherung z.B. eine Möglichkeit Schadensfälle per Foto digital zu übermitteln und Verträge zu verwalten. Wo Kunden keinen Mehrwert sehen ist der Kauf von Zusatzprodukten in der APP.

Wichtig ist, dass die Qualität des Kundenservice auf den anderen Kommunikationskanälen nicht leidet. „Investiert eine Versicherung in mobile Apps, muss er durch gezielte Kommunikation das Interesse der Kunden gewinnen und sie von dem Mehrwert überzeugen.“ meint Kai Riedel, Geschäftsführer bei ServiceRating „Die Bedeutung klassischer Kommunikationskanäle wie Telefon und E-Mail wird aber noch lange überwiegen“, so Kai Riedel weiter. Welche Kommunikationswege und Möglichkeiten Ihre Kunden sich wünschen, dabei hilft Ihnen Service Rating.

Über ServiceRating:

ServiceRating unterstützt Sie als externer Partner in der Beratung zur Servicequalität. Die differenzierten Bewertungen zur Servicequalität von Produkt- und Dienstleistungsanbietern sowie Umfragen zu aktuellen Servicethemen werden auf der Internetseite www.servicerating.de veröffentlicht.