Transaktionale Kundenfeedback-Systeme

Basler Versicherungen

DemoSCOPE

Kundenfeedback
Relational oder transaktional messen?

Relational

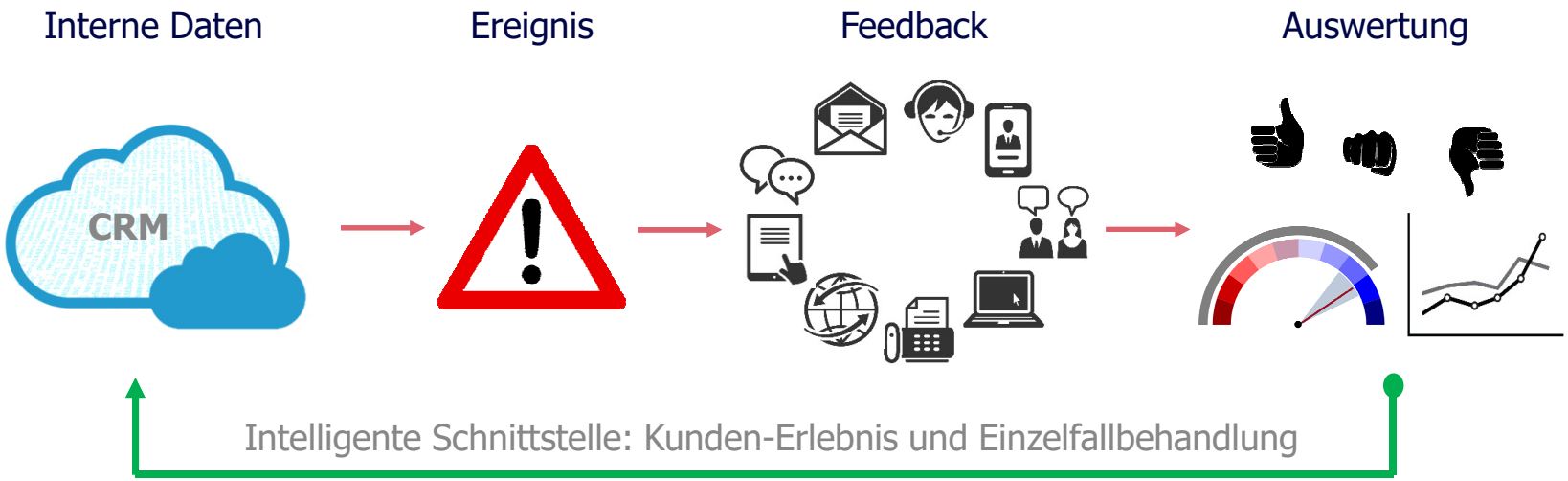
Gesamtbeziehung
Alle Berührungspunkte
Repräsentative Stichprobe
Turnus (jährlich, zweijährlich etc.)

Transaktional

Touchpoint-bezogen
Direkt, schnell & kurz
Grosse Fallzahlen / Vollerhebung
Rollend

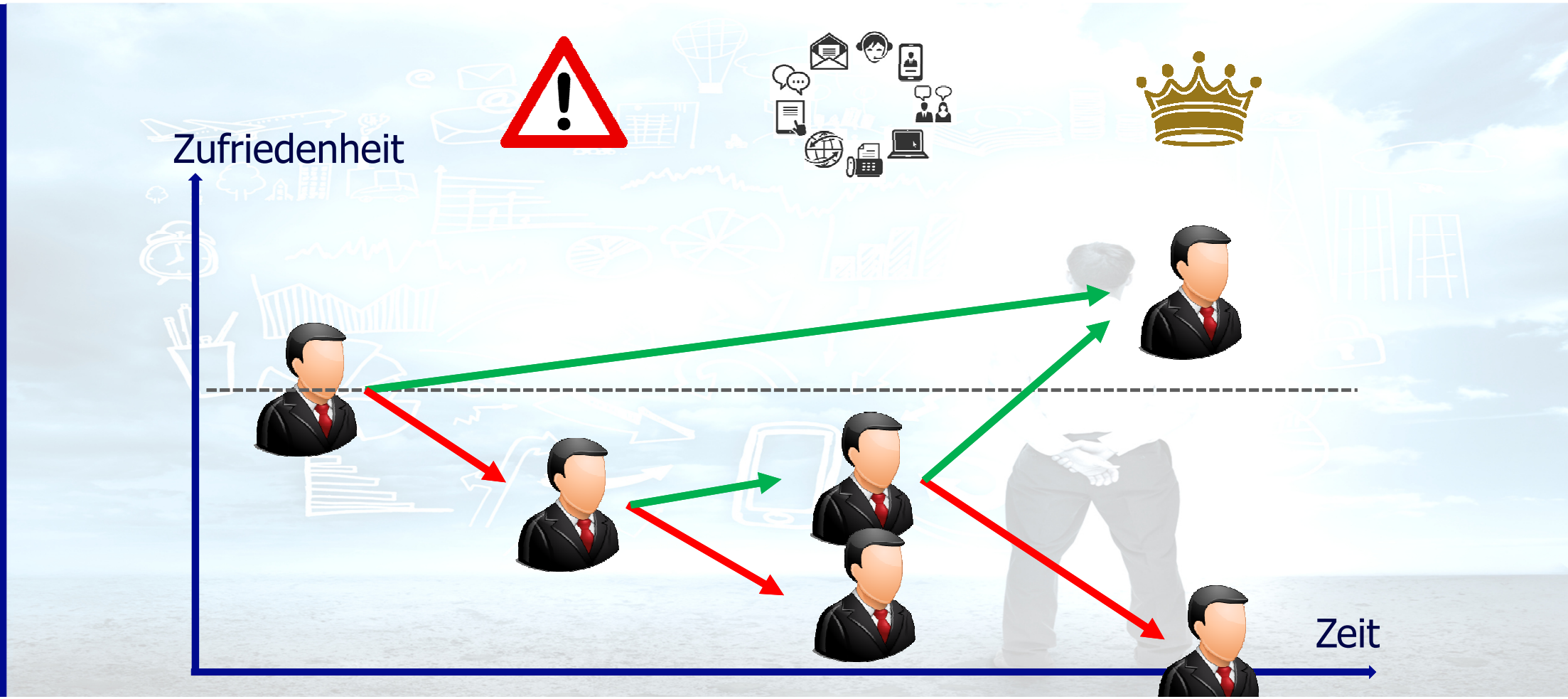
Kundenfeedback
Der transaktionale Lauf

Kundenfeedback
Der Königsweg: Schliessung des Kreises



Kundenfeedback

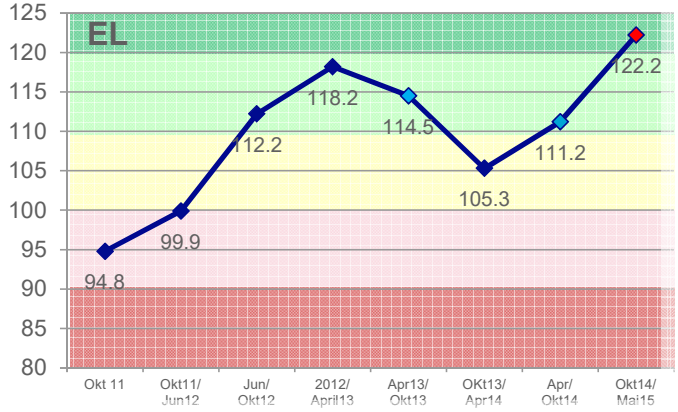
Retention & Up-Selling

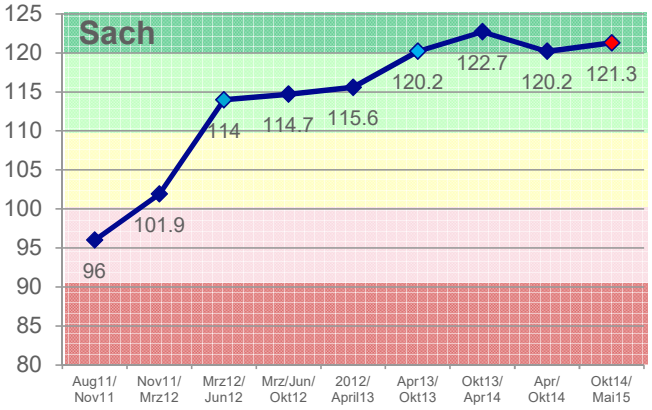


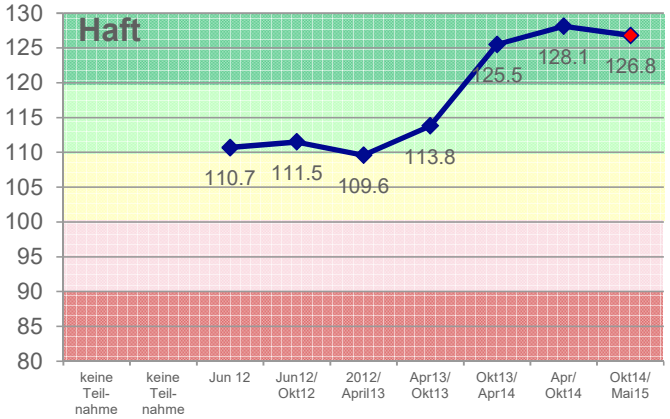
Kundenzufriedenheitsmessungen / Dashboard Schaden

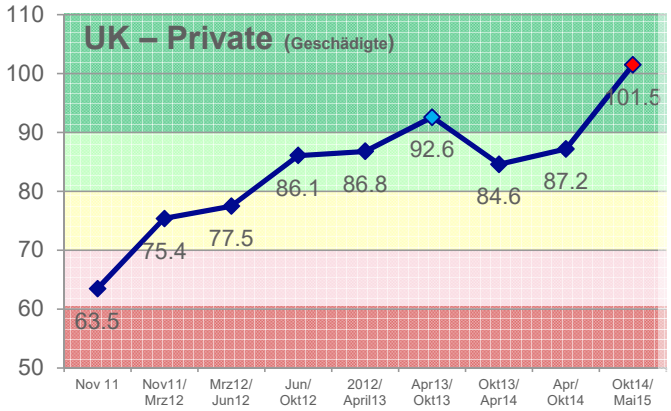
Entwicklung der Kundenerlebnisse

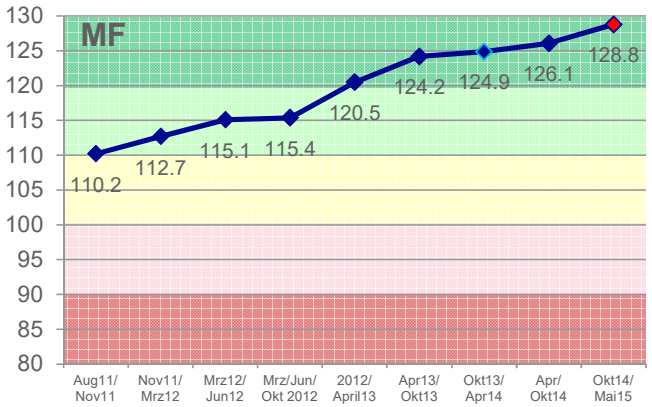
2011 bis 2015









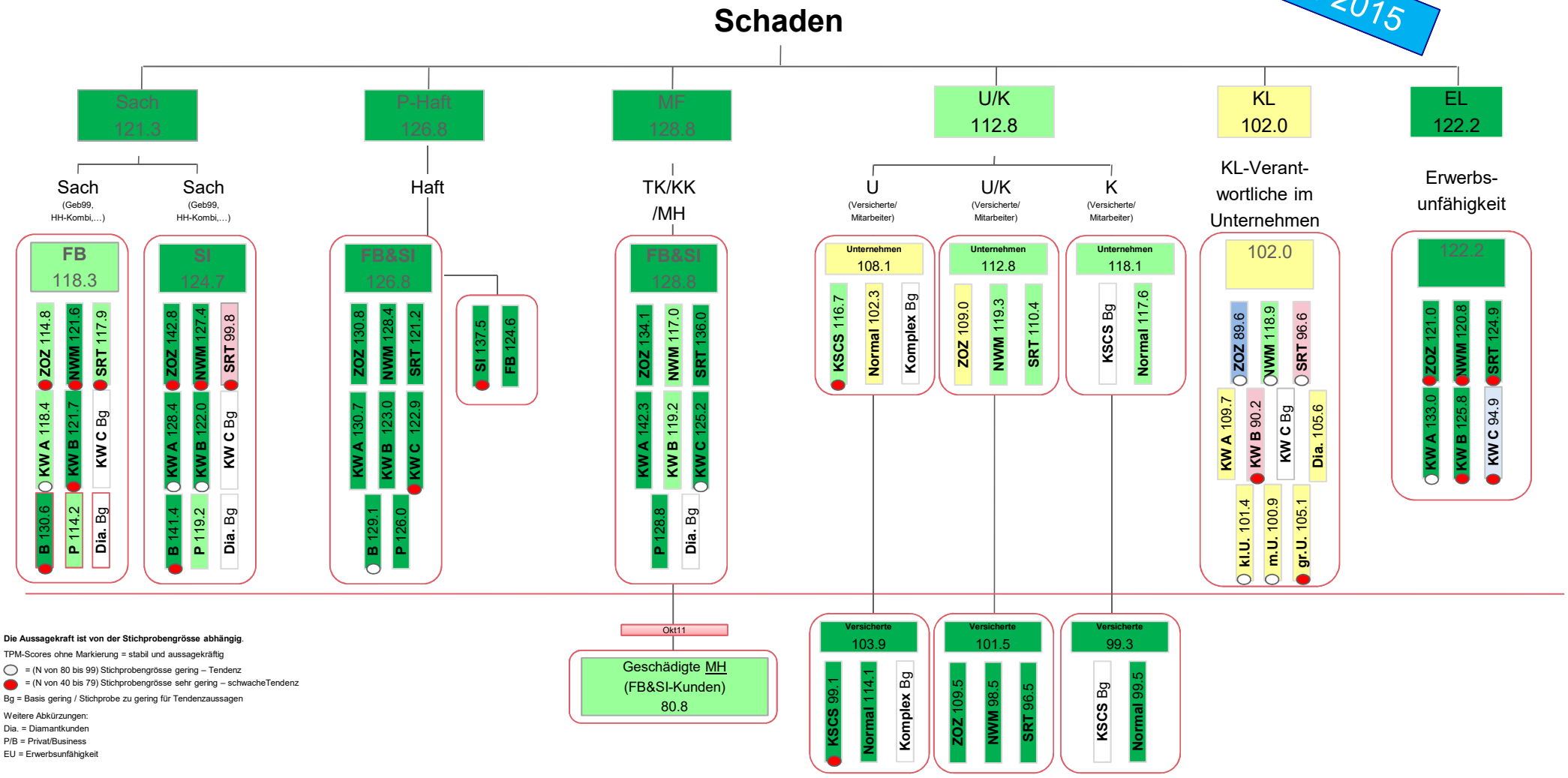


Kundenzufriedenheitsmessungen nach Schadenerlebnissen

Kundenzufriedenheitsmessungen / Dashboard Schaden
Entwicklung der Kundenerlebnisse

2011 bis 2015

Basler Versicherungen



Die Aussagekraft ist von der Stichprobengrösse abhängig.

TPM-Scores ohne Markierung = stabil und aussagekräftig

◯ = (N von 80 bis 99) Stichprobengrösse gering – Tendenz

● = (N von 40 bis 79) Stichprobengrösse sehr gering – schwacheTendenz

Bg = Basis gering / Stichprobe zu gering für Tendenzaussagen

Weitere Abkürzungen:
Dia. = Diamantkunden
P/B = Privat/Business
EU = Erwerbsunfähigkeit

Direkte Kunden der Basler

Versicherte

Stefan Schneider / Touchpoint Management

Kundenzufriedenheitsmessungen / Dashboard Schaden
Entwicklung der Kundenerlebnisse

bis heute	ab morgen
Ca. 3500 Interviews/Jahr **Grenzen aus Kostengründen**	(keine Grenze) z.B. 10'000 Interv./Jahr **Mehr Stabilität in den Aussagen**
Ca. xx CHF / Interview **Kosten durch Methodenwahl**	Ca. xx "günstig" CHF / Interview **Einsparung durch neue Methode**
Tiefste Analyseebene: GebDir & Bereich **Eingrenzung durch Interviewzahl**	Tiefste Analyseebene: keine Grenze **Grosse Stichprobe erlaubt Detailtiefe**
Institut xx **Zuverlässiger Partner seit 15 Jahren**	Institut xx **Innovativer Partner seit 8 Jahren**
Reporting 2x / Jahr via PPT **Schäden der letzten 3 Monate**	Reporting permanent/Webseite **Online-Zugriff / tagesaktuell**
Sammeln offener Kommentare **Via Interviewer**	Sammeln offener Kommentare **Via Endgerät**

Kundenzufriedenheitsmessungen / Dashboard Schaden
Entwicklung der Kundenerlebnisse

bis heute	ab morgen
Interviewzeit: 3-4 Minuten	Interviewzeit: 1-2 Minuten
schnell	**schneller**
12 Skalenfragen	3 Skalenfragen
TPM-Score	**Neuer Score**
Telefonische Interviews	Email/SMS Interviews
persönlich	**überall / jederzeit**

60% Desktop/Laptop, 40% Phone/Tablet.

Kundenzufriedenheitsmessungen / Dashboard Schaden
Entwicklung der Kundenerlebnisse

Einstieg / Willkommenstext

Zufriedenheitsfrage

Individuelle Zusatzfragen der Bereiche

Verbesserungsmöglichkeiten

Ende / Verabschiedung

Neues Dashboard Schaden

Die Kurzbefragung beinhaltet 4-5 Skalenfragen und eine offene Frage zur Service-Verbesserung.

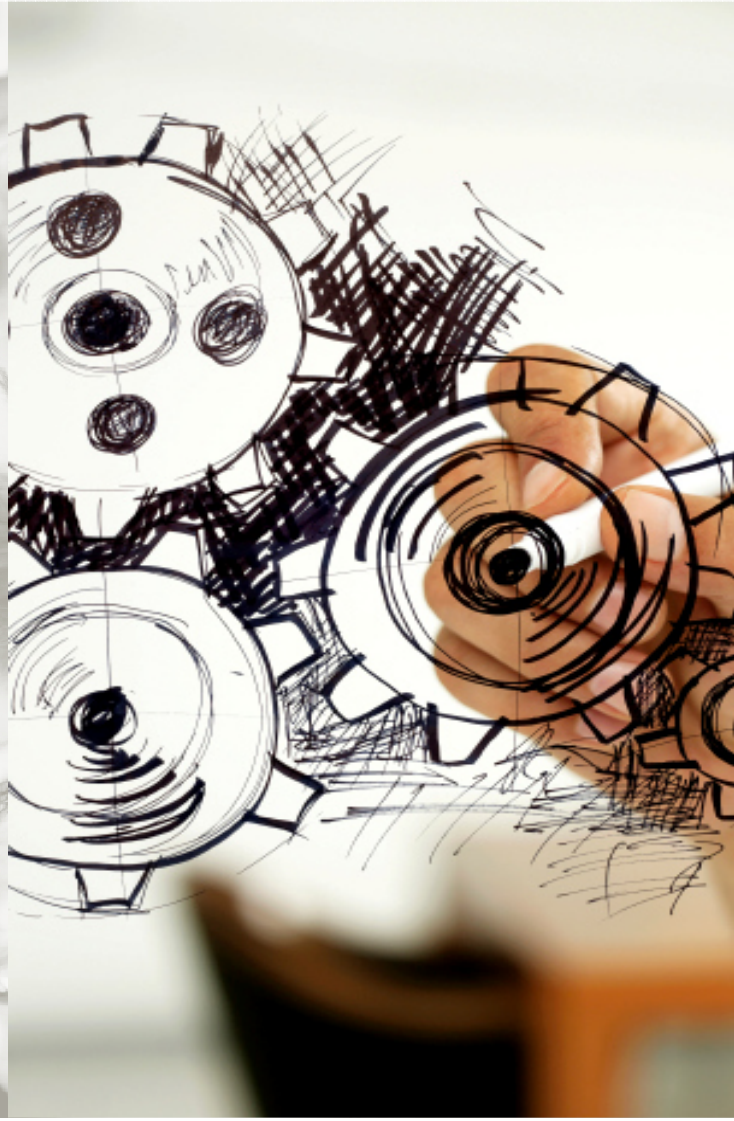
Fokus auf …

Kompetenz (Wissen)

Verhalten (Herz)

Einfachheit (Prozess)

Herzlichen Dank!

Stefan Schneider
Basler Versicherungen

Florian Meile
DemoSCOPE