

Kundenservice: Persönlicher und menschlicher durch Automatisierung

Es gibt Unternehmen, die durch Automatisierung Arbeitsplätze einsparen. Und es gibt Helvetia. Wir nutzen die moderne Technik, um Sie noch persönlicher, menschlicher und besser betreuen zu können. In unserem Interview erklärt Michael Glitza, Abteilungsleiter Kundenservice KFZ, welche Vorteile Ihnen der Helvetia Kundenservice dadurch bietet.

Lesedauer: 2:10 Min.



Helvetia (H): Herr Glitza, bei Kundenservice denkt man doch zuerst an die Betreuung von Endkunden. Was hat denn der Helvetia Kundenservice mit unseren Vertriebspartnern zu tun?

Michael Glitza (M.G.): Natürlich sind wir auch Ansprechpartner für private und gewerbliche Endkunden, die Versicherungen zum Beispiel online abschließen. Aber unsere Hauptkunden sind in Wirklichkeit unsere Vertriebspartner. Für sie sind wir da, wenn es um Anträge und Verträge geht.

Mit Ausnahme des Bereichs Schaden – hier haben wir gesonderte Spezialisten – stehen wir unseren Partnern für den gesamten Lebenszyklus eines Versicherungsvertrags hilfreich zur Seite. Im Jahr 2019 haben wir im Kundenservice so mehr als 1,5 Mio. Geschäftsvorfälle bearbeitet.

H: Sprechen wir über Automatisierung: In der Regel bedeutet das doch, dass Vorgänge unpersönlicher werden. Wieso ist das im Helvetia Kundenservice anders?

M.G.: Bei Helvetia hatten wir von Anfang an eine andere Zielsetzung als die meisten anderen Unternehmen. Wir wollen mit Automatisierung und Digitalisierung keine Arbeitsplätze einsparen, sondern Zeit. Durch die Umstellungen sollen unsere qualifizierten Mitarbeitenden von einfachen, sich wiederholenden Tätigkeiten befreit werden. Die so gewonnenen Kapazitäten investieren wir konsequent in einen noch besseren und persönlicheren Service.

Es ist doch so: Einfache Geschäftsvorfälle können heute schnell und zuverlässig von Computern erledigt werden. Exzellenter Kundenservice dagegen bedeutet, sich Zeit zu nehmen, zuzuhören, zu verstehen und sich zu kümmern. Da ist der Mensch einfach unersetzlich.



»Bei uns reden Menschen mit Menschen und lösen individuelle Anliegen flexibel und kundenorientiert. Das bietet der Markt inzwischen nur noch in Ausnahmen und wir verstehen das als unsere besondere Stärke.«

Michael Glitza, Abteilungsleiter Kundenservice KFZ bei Helvetia.

H.: Mit welchen Umstellungen werden denn die gewünschten Freiräume für einen persönlicheren Kundenservice geschaffen? Können Sie uns Beispiele nennen?

M.G.: In vielen Bereichen setzen wir auf die Bereitstellung von Self Services. Änderungen der Bankverbindung oder die Beantragung einer internationalen Versicherungsbestätigung (»Grüne Karte«) in der Kraftfahrtversicherung können bereits im HelvetiaNet selbst veranlasst werden. Das ist nicht nur für uns eine wertvolle Zeitersparnis, sondern auch für unsere Vermittler.

Solche Self Services werden wir weiter ausbauen, wo es sinnvoll ist. Meist handelt es sich hierbei um einfachere Geschäftsvorfälle. Davon haben wir in der Kraftfahrzeugversicherung und natürlich auch in den Bereichen Privat- und Firmenversicherungen so einige.

H.: Genug Zeit zu haben, ist sicher ein entscheidender Faktor im Kundenservice. Aber wie stellen Sie sicher, dass auch die Qualität stimmt?

M.G.: Wir wissen, was Vermittler von uns erwarten. Entsprechend werden alle Mitarbeitenden in der Fortbildung trainiert. Ab 2020 werden sie zusätzlich mit einer speziellen Fachlaufbahn zum Kundenmanager gefördert. Guter Service beginnt mit Freundlichkeit und Empathie am Telefon. Aber wenn Sie, wie bei vielen Versicherern, zunächst in einer Warteschleife landen, hilft Ihnen das auch nicht weiter.

Bei Helvetia haben Sie immer eine kompetente Fachkraft am Telefon, und zwar ausschließlich ausgebildete Versicherungskaufleute. Sollte das mal nicht ausreichend sein, sind unsere Gruppenleiter, meine Abteilungsleiterkollegen und ich ebenso telefonisch erreichbar. Und für besonders komplexe versicherungstechnische Anliegen stehen sogar spezielle Kompetenzteams bereit.

H.: Qualifiziertes Personal ist teuer und schwer zu kriegen. Ist Ihr Team denn überhaupt in der Lage alle Anfragen zu bearbeiten?

M.G.: Heute sind wir bereits bei über 90% aller eingehenden Anrufe direkt am Telefon. Ein intelligentes Warteschleifen-Management sorgt für bessere Reaktionszeiten und eine sehr gute Erreichbarkeit. Für unsere Vermittler heißt das, dass sie im telefonischen Kontakt mit uns keine wertvolle Zeit mehr verlieren.

Sollten wir einen Anruf trotzdem einmal nicht direkt entgegennehmen können, rufen wir umgehend zurück. Oder wir vereinbaren einen individuellen Rückruftermin, den wir minutengenau einhalten.

Wenn ich das noch ergänzen darf: Ich möchte unsere Vertriebspartner wirklich dazu ermutigen, unseren Kundenservice zu testen und die Vorteile selbst zu erleben. Wie bereits erwähnt bin ich auch persönlich erreichbar und freue mich über jedes Feedback.