

Digitalisierung in der Versicherungsbranche

Ein außergewöhnliches Kundenerlebnis schaffen

Versicherungskunden im digitalen Zeitalter binden

Versicherer müssen zugängliche, einfache und reaktionsschnelle Kundenerlebnisse bieten, um den **Return on Experience (ROX)** zu steigern.

Das Kundenerlebnis steht heute im Mittelpunkt von Investitionen in Technologien und Prozesse. Versicherer müssen die Automatisierung darauf ausrichten, Reibungsverluste im Kundenerlebnis zu beseitigen.

\$470 MILLIARDEN

Kundenabwanderung durch verlorene Kundentreue und schlechte Kundenerfahrungen können **auf globaler Ebene Beitragsverluste in Höhe von \$470 Milliarden verursachen.**

2-BIS 4-FACHES WACHSTUM

Versicherungsunternehmen, die erstklassige Kundenerlebnisse bieten, generieren ein 2- bis 4-mal höheres Wachstum im Neugeschäft und eine **um etwa 30% höhere Rentabilität** als Versicherer mit inkonsistentem Kundenfokus.



45% der Versicherer sagen, dass veränderte Kundenerwartungen der ausschlaggebende Faktor für Investitionen in neue Technologien sind.



Mehr als 30% der Kunden, die bei der Schadensabwicklung schlechte Erfahrungen machen, **wechseln innerhalb eines Jahres nach dem Schadensfall die Versicherung.**



Nur 29% der Versicherungskunden sind mit ihren derzeitigen Versicherungsanbietern zufrieden.



Bei zufriedenen Kunden ist die Wahrscheinlichkeit einer **Vertragsverlängerung** um 80% höher als bei unzufriedenen Kunden.

Gefangen in den gleichen alten Gewohnheiten: Die Herausforderungen der heutigen Versicherungsbranche

Viele Versicherer können nicht die digitale Reife und Benutzerfreundlichkeit bieten, die Kunden erwarten:



61% der Versicherer weltweit stehen noch am Anfang ihrer digitalen **Transformation.**



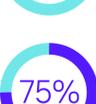
76% der Versicherer stellen **keine mobilen Anwendungen für Kunden bereit.**



Nur 22% der Versicherer bieten **personalisierte, digitale oder mobile Echtzeit-Services.**



Nur 15% der Kunden sind mit dem **digitalen Angebot ihrer Versicherer zufrieden.**



Fast 75% der Kunden, die online eine Versicherung abschließen wollten, berichten von **vielfältigen Problemen.**

Ohne digitale Transformation verlieren Versicherer den Anschluss:

- 1 Kundenunzufriedenheit und Fluktuation
- 2 Verpasste Chancen für Upselling und Cross-Selling
- 3 Unfähigkeit zur Erkennung von Betrug
- 4 Nicht bestandene Compliance-Audits und Geldbußen
- 5 Unfähigkeit zur Verbesserung der eigenen Prozesse

Ein **schneller und einfacher Abschluss** hat bei Versicherungskunden höchste Priorität – aber mehr als die Hälfte der Versicherungsanbieter haben die Prozesse zwischen Angebot und Abschluss bisher nur teilweise automatisiert.



Viele Versicherer nutzen die Automatisierung, um diese Bereiche zu digitalisieren. Ohne genaue Kenntnis der Prozessleistung fließen die Investitionen jedoch oft in die Automatisierung der falschen Bereiche. **Führungskräfte müssen ihre Prozesse verstehen, bevor sie sie automatisieren können.**

Auf dem Weg zum ultimativen Kundenerlebnis: ABBYY Digital Intelligence

ABBY macht die Vorteile der digitalen Transformation für Versicherungsunternehmen nutzbar. ABBYYs Digital Intelligence-Lösungen führen Versicherer zu einer intelligenten Automatisierung und bieten damit einen Weg zu erheblichen Renditen und Umsätzen.

ABBY Timeline

Entdecken und transformieren Sie Ihre Prozessleistung.

ABBY Vorteile

Verbessern Sie Ihre RPA mit trainierten kognitiven Skills.

ABBY FineReader Server

Optische Zeichenerkennung nach Industriestandard.

ABBY FlexiCapture

Moderne Erfassungsplattform für Unternehmen.