



PPI AKTIENGESELLSCHAFT

„Ein kritischer Erfolgsfaktor für unser Unternehmen“

Christoph Kettel, Leiter System- und Projektmanagement der ROLAND Unternehmensgruppe, zum neuen Vertriebsinformationssystem des Kölner Versicherers. Der Außendienst kann nun mobil auf die erforderlichen Daten zugreifen – Langfassung des Interviews aus dem PPI FORUM 1/2010.



Herr Kettel, was gab den Anlass dazu, Ihr Vertriebsinformationssystem unter die Lupe zu nehmen?

ROLAND Rechtsschutz kooperiert mit marktführenden Gesellschaften wie AXA, Gothaer oder Deutscher Ring, um seine Versicherungsprodukte über deren Agenturen zu vertreiben. Die Vielzahl der Partner hat komplexe Vertriebsstrukturen zur Folge, da die Vertriebsstruktur jedes Kooperationspartners individuell abgebildet werden muss. Der Aufwand für die Pflege der umfangreichen Datenbestände stieg linear mit dem wachsenden Bestand. Zudem war es in der Vergangenheit technisch nicht möglich, die Informationen für das Vertriebscontrolling ganzheitlich auszuwerten. Da die effiziente Abbildung der über 65.000 aktiven Agenturen ein kritischer Erfolgsfaktor für unser Unternehmen ist, entschlossen wir uns gemeinsam mit PPI für die Neuentwicklung einer einheitlichen und transparenten Lösung.

Wie war Ihre Vertriebssteuerung vor der Optimierung organisiert?

Unser Außendienst wurde über unser altes Vertriebscontrolling-System, das lokal auf den Notebooks installiert war, mit Informationen versorgt. Jeden Monat bekamen unsere Angestellten Zahlen aus dem Vertriebscontrolling der Direktion. Der Datenbestand jedes Außendienstmitarbeiters wurde dazu lokal auf seinem PC aktualisiert. Allerdings wurden die Daten isoliert durch einen Mitarbeiter manuell aufbereitet und nicht unmittelbar aus dem Bestands- und Schadensystem der ROLAND Rechtsschutz generiert. Dies führte zu inkonsistenten Daten, zudem waren die Informationen unzureichend, da sie sich ausschließlich auf das Neugeschäft und das Storno bezogen. Jede organisatorische Änderung in den Vertriebsstrukturen unserer Partner bedeutete eine manuelle Anpassung in unserem System.

Welche Ziele haben Sie sich für die neue Lösung gesetzt?

Insbesondere den hohen Ansprüchen an die Flexibilität sollte das neue System genügen. Ziel war es, eine übergreifende Plattform zu schaffen. So wünschten sich die Mitarbeiter, dass die Kundendaten über verschiedene Dimensionen bis auf die individuelle Vertragsebene in einem definierten Zeitraum abgerufen werden können. Alle Informationsbedürfnisse – unabhängig von der Hierarchieebene – sollten abgedeckt werden. Voraussetzung war also ein Berechtigungskonzept, das die Zugriffe nach dem „Need-to-know“-Prinzip steuert. Das heißt, jedem Vertriebsmitarbeiter stehen die Informationen der von ihm betreuten Agenturen zur Verfügung. Der Vertriebsvorstand und die Vertriebsdirektoren



PPI AKTIENGESELLSCHAFT

sollten zudem Zugriff auf eine Zusammenfassung der detaillierten Daten bekommen, um die Vertriebsmannschaft steuern und die strategische Ausrichtung des Vertriebes vornehmen zu können.

Wie sind Sie bei der Umsetzung vorgegangen?

Wichtig für uns war, dass wir das Feedback unserer Mitarbeiter von vornherein in die Konzeption des neuen Systems einbinden. Dazu haben wir zunächst Workshops eingerichtet. Mitarbeiter aus allen Nutzergruppen und Hierarchieebenen nahmen daran teil, um ihre Erfahrungen einfließen zu lassen und den Grundstein für das neue Vertriebscontrolling zu legen.

Wie ging es danach weiter?

Wir haben den Grundstein bei den Basisdaten gelegt und den Adressdatenträger der Vermittler neu konzipiert und eine geeignete Vermittlerdatenbank entwickelt, die auch die Maklerorganisationen berücksichtigt. Außerdem sollte das Vertriebsreporting vereinheitlicht werden. Parallel dazu haben wir die Prozesse im Vertriebscontrolling optimiert. Wesentliche Bestandteile waren dabei der Aufbau und die Automation eines Standardberichtswesen unter Cognos. Ein wichtiges Ziel war es auch, den mobilen Charakter der Lösung zu unterstützen, so dass der externe Zugang über Laptop oder über das Internet ermöglicht wird.

Haben Sie Ihre Ziele erfolgreich umgesetzt?

Das haben wir: Im neuen System können die Kennzahlen nun über unterschiedliche Dimensionen ausgewertet werden. Dabei ist auch eine Mehrfachauswahl aus verschiedenen Dimensionen gleichzeitig möglich. Die Kennzahlen werden in „Reitern“ fachlich zusammengefasst und können in einer Kreuztabelle, Liste oder durch grafische Elemente wie Diagramme oder Ampeln dargestellt werden. Auch die historische Betrachtung ist durch fest definierte Zeitpunkte realisiert. Auf jedem Reiter sind spezielle Vermittler- und Vertragsberichte abrufbar. Mit dem ganzheitlichen Webportal können die Mitarbeiter nun effizient und umfassend auf Informationen ihrer Vertriebspartner und Kunden zugreifen. Im Vergleich zur Ausgangssituation erhalten sie nun eine ganzheitliche Sicht auf die betreute Agentur und auf den Endkunden.

Womit sind Sie im Nachhinein des Optimierungsvorhabens besonders zufrieden?

Besonders hervorzuheben ist die kollegiale Zusammenarbeit zwischen allen Projektmitarbeitern. Es freut uns sehr, dass unsere engagierten Ziele gemeinsam mit PPI erfolgreich, unter Einhaltung der Budgetvorgaben, umgesetzt wurden. Zudem stellen die intuitiv bedienbare Benutzeroberfläche des Vertriebsinformationssystems sowie die strukturierte und umfassende Datenbereitstellung einen echten Mehrwert für unseren Innen- und Außendienst dar.



PPI AKTIENGESELLSCHAFT

Stichwort „Lessons Learned“: Welche lehrreichen Erfahrungen haben Sie bei der Umsetzung für zukünftige Projekte gesammelt?

Generell bilden der zielgerichtete Informationsaustausch und eine fundierte Planungsphase die Grundlage: So sind konzeptionelle Vorarbeiten mit dem richtigen Teilnehmerkreis und häufige Abstimmungen mit den Anwendern unabdingbar. Auch gilt es, die Kommunikation im gesamten Projektteam zu fördern und voranzutreiben, beispielsweise indem kombiniertes Wissen über Fachlichkeit und Technik aufgebaut wird. Dabei darf der Blick für das Wesentliche nicht verloren gehen. Außerdem hat sich gezeigt, dass eine intuitive Benutzerführung die Akzeptanz des Systems enorm steigert.

Werden nun auch andere Unternehmensbereiche von ROLAND Rechtsschutz am Beispiel dieses Projekts optimiert?

Das ist in der Tat vorstellbar. Insbesondere die Möglichkeit, Managementinformationen aus unterschiedlichen Datenwürfeln in einer Benutzeroberfläche zusammenzuführen und damit zielgruppenspezifisch zu präsentieren, finden wir sehr spannend. Perspektivisch verspricht zudem der Aufbau von Management-Dashboards ein großes Potenzial. Dem Vertrieb kommt dabei mit seinen zahlreichen Schnittstellen zu Partnerunternehmen und internen Abteilungen eine Sonderrolle zu. Da diese Schnittstellen in der Vergangenheit besonders hohen Koordinationsaufwand verursacht haben, wird man hier sicherlich sehr schnell den Wertbeitrag dieses neuen technischen Ansatzes nachweisen können. Ob und wann die nächsten Abteilungen folgen, kann derzeit aber noch nicht abschließend beantwortet werden.