

Nachhaltige Customer Retention auf Basis der Modellierung von Service Excellence

Studiengang : EMBA Innovative Business Creation

Ein Wandel im Krankenversicherungsmarkt ist unumgänglich, erhöhter Margendruck und längst überfällige Konsolidierungen bedrohen die Existenz so mancher Krankenversicherung. Kann es trotzdem gelingen anhand einer Differenzierung durch Service Excellence die Kundschaft nachhaltig an sich zu binden?

Ausgangslage

Die Atupri Gesundheitsversicherung steht als mittelgrosser Krankenversicherer unter Druck. In einem Marktumfeld, in dem laut PwC eine Konsolidierung überfällig erscheint, die Margen in der Zusatzversicherung schwinden und die Dynamik weiter zunimmt, muss es gelingen, die Kundenbindung so weit zu erhöhen, dass die Wachstumsziele erreicht werden können. Dies soll geschehen, indem anhand von Erfolgsfaktoren eine Möglichkeit zur Differenzierung gegenüber den Mitbewerbern gefunden und umgesetzt wird.

Zielsetzung & Methodik

Das Ziel der Thesis war die Herleitung von Massnahmen zur Erhöhung der Kundenbindung auf Basis von Service Excellence. Dazu wurde nebst einer eingehenden Literaturrecherche zur Herleitung des Modells und der Theorie betreffend den Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung, der Fokus auf die externe und interne Analyse der Ausgangslage gelegt. Hier wurden eine Kundenumfrage zur wahrgenommenen Servicequalität sowie eine interne Analyse anhand von Experteninterviews durchgeführt, welche ein Reifegradmodell ergaben. Zur Behebung der erkannten Ursachen und Störfaktoren

wurden anschliessend mehrere Handlungsfelder und -optionen beschrieben.

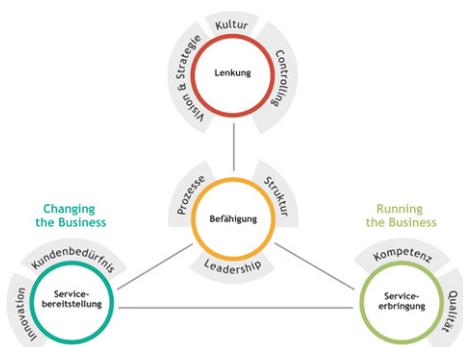
Erkenntnisse

Durch die umfangreiche Analyse der Ausgangslage konnten die Entstehung von Kundenbindung im Versicherungsumfeld sowie die kritischen Erfolgsfaktoren benannt werden. Die bestehenden Lücken, um Kundenbindung nachhaltig zu manifestieren, wurden durch die interne und externe Analyse klar ersichtlich. Dank den wertvollen Erkenntnissen konnte ein, auf Atupri zugeschnittenes, Adaptionmodell erstellt werden, welches anhand von abgeleiteten Massnahmen der Unternehmung einen Weg zur Zielerreichung aufzeigt. Anhand der Priorisierung konnten drei konkrete Umsetzungsmassnahmen anhand von Konzepten ausgearbeitet und zur Weiterverarbeitung empfohlen werden.

Es konnte nachgewiesen werden, dass sich Teile von Service Excellence zur Umsetzung der erkannten kritischen Erfolgsfaktoren eignen. Service Excellence ist dabei vielmehr als eine Haltung anstelle einer Sammlung von konkreten Umsetzungsmassnahmen anzusehen. Daher basieren die Empfehlungen auf dem Konzept, die Massnahmen hingegen auf den Bedürfnissen, von Atupri.



Oliver Wyss
EMBA Innovative Business
Creation



Bedürfnisgerechtes Service Excellence Adaptionmodell

Konklusion

Die erlangten Erkenntnisse zeigen der Unternehmung die bestehenden Störfaktoren auf. Die erhobenen Analysedaten geben Atupri wertvolle Einsichten auf die interne wie auch externe Situation, welche dankend angenommen wurden. Eine der drei definierten Massnahmen befindet sich bereits in der Umsetzung. Möchte Atupri die Kundenbindung nachhaltig gestalten, reichen die definierten Massnahmen jedoch nicht aus. Dazu sind weitere mittel- und langfristige Handlungen notwendig. Ein Leitfaden dazu kann das Konzept von Service Excellence bereitstellen.