

AUDI BKK UND IHRE VERSICHERTEN – EINE PARTNERSCHAFT FÜRS LEBEN

Optimale Kundenbindung mit
dem Lebenslagenkonzept von SPS



Herausforderung



Agieren im Spannungsfeld von
**Wettbewerb, Versicherten-
bindung und Kostendruck**

Lösung



**End2End Kampagnen-
konzept** über den
gesamten Lebenszyklus
der Versicherten

Nutzen

100%

zielgruppenorientierte, nahtlose
Kundenkommunikation, omnichannel,
Nutzung von Einsparpotenzialen

Gerade in Zeiten von immer größer werdender Konkurrenz gewinnt die Versichertenbindung und -loyalität immer mehr an Bedeutung. Schließlich kann man sich nicht mehr nur auf gute und gleichbleibende Servicequalität verlassen, um Versicherte zu gewinnen und zu halten. Individuelle Kommunikation ist heute ein vielverwendetes Schlagwort. SPS bietet mit dem maßgeschneiderten Lebenslagenkonzept eine Omni-Channel-Lösung in der Gesundheitsbranche, die alle Potenziale einer individuellen Versichertenansprache ausschöpft.

Der digitale Versicherte erwartet heute von Krankenkassen mehr als nur ausgezeichneten Service. Er verlangt schnelle und individuelle Lösungen, welche voll und ganz auf seine Bedürfnisse zugeschnitten sind und ihm das Leben leichter machen. Die Eingangskanäle ändern sich und der Kunde entscheidet, über welchen Kanal und zu welcher Zeit er die Versicherung kontaktiert. Digitale Kanäle wie E-Mail und Smartphone werden dabei immer wichtiger und die klassischen Kommunikationsströme wie Print und Telefonie reichen nicht mehr aus. Die Audi BKK erkannte den Einfluss der digitalen Welt und handelte. Gerade in ihrem Vorsorgemanagement und der dazugehörigen Kundenkommunikation sah die Audi BKK erstes Optimierungspotenzial. SPS gestaltet gemeinsam mit der Audi BKK ein maßgeschneidertes Lebenslagenkonzept entlang ihrer physischen und digitalen Kom-

munikationskanäle und ganz nach den Bedürfnissen der Audi BKK. Das Kundenbindungsprogramm ermöglicht es der Audi BKK, regelmäßig mit ihren Versicherten in Kontakt zu treten. Dadurch soll insbesondere die kommunikative Lücke vor und nach den Regelleistungen geschlossen werden. Ziel ist es, eine möglichst enge Beziehung zum Versicherten in allen Lebenslagen aufzubauen und zu pflegen und sie bereits ab der Geburt einzubinden.

Marketingprogramm stärkt den Dialog

Das von SPS entwickelte Konzept verfolgt dabei einen ganzheitlichen Ansatz. Mit Informationsbriefen, die den Versicherten der Audi BKK in den verschiedenen Lebenslagen erreichen, erfolgt die direkte Ansprache – emotional und über alle Medien. So gibt es spezielle Magic Moments

”

30 % unserer Kunden nutzen den Gutschein für die Give-aways. Das bedeutet für uns eine Ersparnis von 70 % gegenüber einer Komplettversorgung. Die Magic Moments werden von unseren Kunden sehr gerne angenommen. Insbesondere bei Geburt und dem Versand des Handtuchs bekommen wir immer viele positive Rückmeldungen.

– Olaf Sagell, Leitung Kundenbindung

“

für die Kinder-, Jugend- und Erwachsenenvorsorge. Zusätzlich werden – passend zur jeweiligen Situation – die verschiedensten Anlässe und die wichtigsten Schritte im Leben thematisiert: Geburt, Einschulung, Hochzeit etc. Durch die personalisierte und höchst individuelle Ansprache animiert die Audi BKK Ihre Versicherte direkt zum Lesen und Mitmachen.

Vorsorge zum richtigen Zeitpunkt

Der Magic Moment ist ein durch eine so genannte Lebenslage, zum Beispiel einen ersten Geburtstag, gesteuerter Event, zum dem der Versicherte per Postkartenmailing angeschrieben wird. Auf der Karte findet er einen QR-Code, mit dem er auf einer für ihn individualisierten Landingpage ein passendes Incentive online abrufen kann. Den Versicherten stets zum richtigen Zeitpunkt mit dem passenden Vorsorgeangebot zu erreichen, ist dabei das Ziel. Die von SPS ausgeführte Omnichannel-Lösung schließt hierbei die Lücke zwischen der Legacy- und der digitalen Welt.

Mit maßgeschneiderten Lösungen ganz nah beim Kunden

Straffe Prozesse reduzieren Kosten und erhöhen die Produktivität, wodurch die Audi BKK in puncto Service auf ganzer Linie profitiert. Das SPS-Komplettpaket umfasst sämtliche Projektstufen und das End-to-End. Das heißt: Ein Ansprechpartner ist für die Beratung, Gestaltung sowie die Umsetzung verantwortlich und ist in jeder Phase an der Seite des Kunden. Kanalübergreifende hybride Lösungen sind bei SPS Trumpf. Technische Grundlagen werden ohne lange Vorarbeiten und perfekt aufeinander abgestimmt realisiert. Das verhindert

Brüche in der Prozesskette – in der digitalen Welt ebenso, wie in der physischen, wodurch Projekte zeitnah in den Produktivbetrieb gehen. Als Dienstleister kann die Audi BKK so eine persönliche Nähe zu ihren Kunden schaffen sowie wichtige und emotionale Momente, über den gesamten Lebensweg hinweg, mit ihnen teilen. Mehr Kundenzufriedenheit und engere Kundenbindung sind garantiert. Kunden wollen heute als Individuum wahrgenommen werden. Personalisierte und individuell gestaltete Ansprachen machen dies möglich. Die Interaktiven Kampagnen animieren direkt zum Lesen und Mitmachen. Auf diese Weise erhöht die Audi BKK die Reichweite und Wahrnehmung ihrer Aktionen und Angebote.

Erfahrungsgemäß sind Versicherte zwischen dem 16. und 35. Lebensjahr besonders dazu bereit, ihre Versicherung zu wechseln. Lösungen von der Stange sind hier nicht gefragt. Mit dem Lebenslagenkonzept von SPS hat die Audi BKK moderne Werkzeuge etabliert, um ihre Kunden bedarfsgerecht zu informieren. Heute punktet die Audi BKK mit individuellen Angeboten, schnellen Reaktionen auf Anfragen und persönlicher Betreuung.

SPS garantiert über alle Aussendungen hinweg eine durchgängige Kostenoptimierung und die Kosten bleiben stets transparent. Das „Rundum-Sorglos-Paket“ unterstützt die Audi BKK dabei, ihre Gesamtprozesse zu vereinfachen. SPS managet sämtliche Abläufe, unabhängig vom Volumen der jeweiligen Aussendung. Die Sachbearbeiter bei der Audi BKK haben dadurch mehr Zeit für Ihre Kernaufgaben.

Audi BKK



Über die AUDI BKK

Als bundesweit geöffnete Betriebskrankenkasse betreut die Audi BKK seit Januar 2023 rund 750.000 Versicherte. An insgesamt 28 Service-Centern an allen Produktionsstandorten der Marken Volkswagen, Audi und MAN Truck & Bus sowie in Eichstätt, Neuburg, Singen, Seelze, Gifhorn, Helmstedt, Neumarkt, Augsburg, Ebern, Coburg und Neunkirchen betreuen über 800 MitarbeiterInnen die Versicherten persönlich und kompetent. Hauptsitz der Kasse ist Ingolstadt.

