

Wie Robotic Selling ungenutzte Potenziale hebt

Am 18. November gaben Prof. Dr. Bernd Skiera, Professor für Electronic Commerce an der Goethe-Universität Frankfurt am Main, Anton Lengle, Head of Sales & Business Development der Marini Systems, und Lars Georg Volkmann, Vertriebsvorstand der VPV Versicherungen (VPV), im House of Finance der Goethe-Universität Einblicke in die Möglichkeiten des Robotic Sellings.

Prof. Dr. Bernd Skiera zeigte zu Beginn auf, welchen Veränderungen der Vertrieb unterworfen ist. Durch das steigende Informationsangebot kann sich der Kunde heute viel stärker selbst informieren. „60 Prozent hat der Kunde schon selbst erledigt, bevor der Vertrieb ins Spiel kommt“, sagte Skiera. Trotz dem hohen Grad an eigenständiger Information kommt zum Abschluss der Vertrieb ins Spiel.

Die Frage ist, zu welchem Zeitpunkt. Das Ziel heutiger Vertriebsarbeit müsse laut Skiera eine stärkere Verzahnung von Marketing und Vertrieb sein. Zusammen können sie Lösungen erarbeiten, um möglichst frühzeitig in der sogenannten Customer Journey des Kunden aufzutauchen. Skiera nannte Schnelligkeit, Prozessgestaltung und Datenintegration als drei entscheidende Erfolgskriterien. „Mit Robotics im Hintergrund kann der potenzielle Kunde automatisiert die ihn interessierenden Information schnell erhalten. Zudem wird dem Vertriebsmitarbeiter mitgeteilt, welche Informationen der Kunde erhalten hat. So kann der persönliche Verkauf ideal durch Technologie unterstützt werden“, erläuterte Skiera.

Predictive Analytics

Eine Lösung bietet Marini Systems. Die Anzahl der eingesetzten Systeme in Unternehmen steigt seit einigen Jahren. Die Komplexität nimmt entsprechend zu. Anton Lengle erklärte, wie Integrated Platforms as a Service (IPaaS) diese Komplexität reduzieren können. „Funktionen integrierter Systeme lassen sich kombinieren und die Daten können dezentral gehalten werden“, erläuterte Lengle. „Außerdem können Prozesse über Systeme hinweg modelliert werden.“

Marini Systems unterstützt Unternehmen dabei, die Herausforderungen zu meistern, die sich beim Aufbau einer integrierten Plattform stellen. Er betonte: „Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt.“ Es können unendlich viele Kombinationen an Systemen und Prozessen modelliert und die verschiedenen, ineinandergreifenden Marketing-, Service- und Vertriebsprozesse frei gedacht werden.

Schlussendlich vervollständigen Predictive Analytics Modelle, die in Echtzeit-Prozesse integriert werden, die Plattform zum Robotic Selling. „Über Robots können auch komplizierte Entscheidungsmodelle in automatisierte Prozesse über Systeme hinweg eingebunden werden“, berichtete Lengle.

Best-Practice bei den VPV Versicherungen

Bei der VPV ist die von Marini Systems vorgestellte Plattform bereits in der Anwendung. Lars Georg Volkmann: „Die Verbindung von Mensch und Maschine ist ein großes Thema bei uns im Vertrieb.“ Dabei geht es um den sinnvollen Einsatz von Technik, die also die Menschen unterstützt, erfolgreich zu sein und die Effizienz zu erhöhen.

Über die Robotic Selling-Plattform kann die VPV die eigenen IT-Systeme modellieren, Abläufe automatisieren und den Vertriebsaußendienst unterstützen. „Gerade wir Versicherer haben viele Daten. Nun können wir die Daten so auswerten, dass wir dem Vertrieb Impulse geben können“, erläuterte Volkmann die Zusammenarbeit mit Marini Systems.

Bei einer ersten Onlinekampagne ging es darum, dem Interessenten schnell und interaktiv aufzuzeigen, worin sein Vorsorge- und Absicherungsbedarf besteht und sein Interesse für eine

ausführliche Finanzanalyse nach DIN-Norm zu wecken. Diese Kontakte erhält der Vermittler in Echtzeit, sodass er sich auf den Menschen, die Beratung und letztendlich den Produktverkauf konzentrieren kann. Volkmanns Fazit zum Robotic Selling „Wir setzen dort auf die Technik, wo sie weiterhilft. Und wir setzen dort auf den Menschen, wo er einen Mehrwert schafft. Beim Kunden.“

Zur Veranstaltung hatten die VGA Bezirksgruppe Rhein Main, Die Vertriebsmanager Regionalgruppe Hessen/Rheinland-Pfalz/Saarland, die Vereinigung der Versicherungsbetriebswirte, VVB, Treffpunkt Rhein-Main sowie der Lehrstuhl für Electronic Commerce der Goethe-Universität Frankfurt am Main eingeladen.