



SAS Studie: Ein Viertel aller Versicherungskunden will nur noch digitale Services - auch nach der Pandemie

Wechselbereitschaft ist hoch

Heidelberg, 15. Februar 2022 - Fast jeder vierte Versicherte in Deutschland (23 Prozent) will künftig nur noch digitale Services nutzen und auf persönliche Beratung verzichten - auch wenn es keine Kontaktbeschränkungen durch die Pandemie mehr gibt. Dies hat eine Studie ergeben, die SAS, einer der weltweit führenden Anbieter von Lösungen für Analytics und künstliche Intelligenz (KI), von 3Gem durchführen ließ. Demnach haben rund 16 Prozent der Kunden nach dem Beginn von Corona erstmals Versicherungsdienste via App und Internet genutzt - und viele davon werden offenbar dabei bleiben. Auch die Bereitschaft, Daten zur Verfügung zu stellen, ist gestiegen: Ein knappes Drittel der Befragten (29 Prozent) gab an, dass sich ihre Einstellung dazu geändert habe. Voraussetzung dafür ist aber, dass ein spürbarer Mehrwert in Form von besserem Service oder günstigeren Tarifen geboten wird.

Wechselbereitschaft ist hoch

Die Versicherer müssen ihren Service auch optimieren, um Kunden halten zu können. Denn die Wechselbereitschaft der Kunden ist generell hoch: 40 Prozent aller Befragten geben an, dass sie schon nach einer oder zwei schlechten Erfahrungen den Anbieter wechseln würden. Nach drei und mehr Unstimmigkeiten sind fast alle Kunden zum Wettbewerb abgewandert (über 80 Prozent). Die Customer Experience wird mit der Digitalisierung der Kundenbeziehung deshalb zum entscheidenden Faktor.

Für die Studie wurden Verbraucher in der EMEA-Region befragt, darunter 1.000 aus Deutschland. Die komplette Studie steht hier zum Download bereit.

Informationen, wie sich heute die Customer Experience nachhaltig verbessern lässt, gibt es hier .

circa 1.600 Zeichen

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Anja Klauck
Karlsruhe 42
80333 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

https://sas.com/de_de/home.html
thomas.maier@sas.com

SAS ist Marktführer im Bereich Analytics und mit drei Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. Kunden weltweit setzen innovative Software und Services von SAS ein, um Daten in Wissen zu verwandeln und intelligente Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden THE POWER TO KNOW.

Mit SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern in Echtzeit die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, und München. Weitere Informationen unter http://www.sas.com/de_de/company-information.html.

Anlage: Bild

