



Ralph Brand setzt auf Kundennähe

(Mynewsdesk) Bonn (news4today) ? Ralph Brand, Vorstandsvorsitzender der Zurich Versicherungsgruppe Deutschland, hat ein Umdenken in der Versicherungsbranche gefordert. Immer noch hielten zu viele Versicherungsunternehmen an einer spartengebundenen Produktorientierung fest, anstatt die sich wandelnden Kundenwünsche noch stärker mit einzubeziehen. Auch das sei ein Grund, warum die Profite in einigen Sparten der Schaden- und Unfallversicherung derzeit so gering seien, so Ralph Brand.

Ralph Brand stellt klar: ?Eine reine Produktorientierung, die sich nur um sich selbst dreht und hinter verschlossenen Türen von Versicherungsspezialisten ausgearbeitet wurde, wäre schon früher nicht zielführend gewesen und ist zukünftig noch weniger vorstellbar.? Die Schaden- und Unfallversicherer stehen momentan unter großem Renditedruck. Als ein Kernbereich der Versicherungswirtschaft rücken diese Sparten immer wieder in den Mittelpunkt strategischer Betrachtungen der Branche.

Ralph Brand, Vorstandsvorsitzender der Zurich Gruppe Deutschland, plädiert angesichts der derzeitigen Aussichten für eine Neuausrichtung der Branche auf eine erfolgsorientierte Zukunftsperspektive. Auch die Kompositversicherung, die Schaden- und Unfallversicherung, müsse zu einer ganzheitlichen Sicht kommen, wenn es um ihre strategische Ausrichtung und Zukunftsfähigkeit gehe. Für die Renditelähmung ist jedoch nicht nur eine nicht voll ausgeschöpfte Kundenorientierung verantwortlich. Hinzu kommt, dass die Kunden selbstbewusster und anspruchsvoller geworden sind. Auch die demographische Entwicklung trägt zur jetzigen Situation bei. Mit den jungen Generationen rücken immer weniger neue Versicherungskunden nach. Experten sind sich sicher, dass das noch tiefe Spuren in der Versicherungswirtschaft hinterlassen wird.

Ralph Brand stellt fest: ?Die Bedürfnisse der Versicherungskunden wandeln sich während des gesamten Lebens immer wieder. Genau darauf muss ein Hauptaugenmerk zukunftsorientierten Versicherungshandelns liegen. Auch in der Schadenversicherung müssen Versicherungslösungen zukünftig den Versicherungskunden in seiner aktuellen Lebensphase abholen und begleiten.? Der Vorstandsvorsitzende der Zurich Gruppe Deutschland setzt dabei auf eine konsequente Emotionalisierung der Beziehung zwischen Versicherung und Kunde. Das Handeln des Versicherungsunternehmens müsse, Ralph Brand zufolge, künftig ?intuitiv und emotional, effizient und kreativ? sein, wenn es um das Angebot an den Versicherungskunden gehe. Um erfolgreich zu bleiben, sei Kundennähe Pflicht.

Ralph Brand sieht den Customer Lifetime Value (CLV) als entscheidende Einflussgröße, dem in der Zukunftsorientierung der Versicherungsunternehmen eine immer größere Rolle zukomme. Der Customer Lifetime Value gibt mittels einer Kennzahl Auskunft darüber, wie umsatzträchtig und intensiv die Beziehung eines Versicherungsunternehmens zum Kunden über die Dauer des gesamten ?Kundenlebens? ist. Mit ihr wird auch deutlich, wie wichtig es für Versicherungsunternehmen ist, ganz nah am Kundenwunsch zu sein und das Produktangebot immer wieder nach den Kundenwünschen auszurichten. Ziel ist es, nicht nur ?Einmal-Kunden? mit einem einzigen Standardprodukt zu gewinnen. Stattdessen sollte ein zukunftsorientierter Versicherer die passenden Lösungen für jede aktuelle Lebensphase des Kunden anbieten können.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/qfzz2x>

Permalink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/wirtschaft/ralph-brand-setzt-auf-kundennaeh-83242>

Pressekontakt

news4today

Herr Kai Beckmann
Baarerstraße 53
6304 Zug

info@news4today.de

Firmenkontakt

news4today

Herr Kai Beckmann
Baarerstraße 53
6304 Zug

news4today.de
info@news4today.de

news4today ist eine deutschsprachige, für Leser kostenfreie Informationsseite. news4today ist auf der Hauptseite / Startseite frei von Werbeeinblendungen. news4today verbreitet Informationen aus eigenen und fremden Quellen. news4today achtet stets auf die Seriosität seiner Nachrichtenquellen.

news4today ist ein Verlagsprodukt des Rechtsträgers:

SVPr Schweizerischer Verein für Pressequalität, Baarerstraße 53, 6304 Zug