



Vier Möglichkeiten zur Unterstützung der Verwaltung von Gruppenleistungen durch Daten und Analytics

Neubewertung der Strategien für Mitarbeiterleistungen zur Beschleunigung von Produktinnovation und für mehr Beteiligung



INHALTSVERZEICHNIS

Einführung	3
Schaffung von Transparenz für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit Partnern	4
FALLSTUDIE Optum Health	5
Beschleunigung von Entwurf und Innovation	6
Zufriedene Kunden durch übertroffene Erwartungen	7
Förderung der operativen Tätigkeit	8
FALLSTUDIE Cigna	9
Gehen Sie den ersten Schritt	10



Neudefinition des Marktes für Gruppen- und freiwillige Versicherungsleistungen

Neuaufstellung oder Anschluss verlieren? Vor dieser Wahl stehen die Versicherungsträger von heute – auch wenn es ihnen oft noch nicht bewusst ist. Die umwälzenden Veränderungen im Markt gestalten die Versicherungslandschaft komplett neu und machen eine digitale Transformation unumgänglich.

Alle Branchen stehen vor einem enormen Umbruch. Dieser wird beschleunigt durch die COVID-19-Pandemie und ist gekennzeichnet durch bestimmte Entwicklungen: zunehmende Bedeutung neuartiger Arbeitsformen, veränderte Demografie der Mitarbeiter sowie ein komplett neues Verhältnis zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Im Zuge dieses Umbruchs ergeben sich auf dem Markt der Gruppenleistungen ganz spezielle Herausforderungen und Chancen.

Unternehmen müssen sich mittlerweile darauf einstellen, dass Mitarbeiter die Firma immer häufiger von sich aus verlassen (im anglo-amerikanischen Raum „Great Resignation“ genannt). Entsprechend hat sich der Wettbewerb um die talentiertesten Mitarbeiter verschärft – mit der Folge, dass Bewerber heute eine stark verbesserte Verhandlungsposition haben, wenn es darum geht, wann, wo und wie sie arbeiten. Das Gehalt ist in diesem Zusammenhang nicht mehr das alleinige Mittel, um Mitarbeiter zu gewinnen und zu binden. Entsprechend sollten Arbeitgeber und Träger von Pensionsplänen ihre Leistungsstrategien neu bewerten, da hier eine milliarden schwere Geschäftschance für Versicherungsträger entsteht.

Steigende Kundenerwartungen

36 % der Mitarbeiter haben aufgrund der Pandemie eine positivere Haltung zu Versicherungsleistungen von Arbeitgebern

26 % der Arbeitgeber erwarten eine Zusammenarbeit mit mehr Versicherungsträgern in fünf Jahren

76 % der Arbeitgeber gehen davon aus, dass die Mitarbeiter im Laufe der kommenden fünf Jahre eine größere Vielfalt von Leistungen erwarten

69 % der US-amerikanischen Arbeitgeber mit mindestens 1.000 Mitarbeitern planen in den kommenden fünf Jahren mehr Versicherungsleistungen anzubieten

Quelle: Seizing the Growth Opportunity: The Future of Workforce Benefits (Wachstumschancen nutzen: Die Zukunft von Versicherungsleistungen für Mitarbeiter), EY, November 2021

Schaffung von Transparenz für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit Partnern

Wenn Arbeitgeber ihre Leistungsprogramme erweitern, um kommenden und aktuell noch nicht erfüllten Anforderungen gerecht zu werden, müssen Versicherungsträger zur Stelle sein, um diese Geschäftschance zu nutzen. Was ist dazu notwendig? Wichtig ist die Zusammenarbeit mit den Arbeitgebern, um gemeinsam die Produktinnovation zu beschleunigen, Beteiligung sowie Abschlüsse zu erweitern und schließlich ein profitables Wachstum zu fördern. Dazu ist es notwendig, die Strategien in Bezug auf Daten, Analytics und KI auszubauen.

Eine erweiterte digitale Plattform schafft die erforderliche Problemlösungsfähigkeit, um das immer komplexer werdende Distributionsumfeld für Mitarbeiterleistungen

profitabel zu nutzen. Technologische Plattformen für Versicherungsleistungen müssen heute eine Schnittstelle für Versicherungsträger, Makler und Arbeitgeber sein, damit Mitarbeiter sich über den gewünschten Versicherungsschutz informieren und ihn anfordern können. Für eine erfolgreiche Partnerschaft ist es dabei notwendig, für alle Distributionskanäle Transparenz zu schaffen.

Die Fähigkeit, sich im heutigen Umfeld über solche Plattformen zu vernetzen und die eigenen digitalen Möglichkeiten kontinuierlich zu verbessern, ist entscheidend für den Aufbau neuer Geschäftsfelder.

Erkenntnisse aus Ihren Daten geben Ihnen die Möglichkeit, ein umfassenderes Verständnis der Mitarbeiterbedürfnisse zu gewinnen. Durch Verknüpfung der verschiedenen Systeme, die Arbeitgeber täglich nutzen, an einer zentralen Stelle verbindet Tableau die unterschiedlichen Datenquellen für eine ganzheitliche Ansicht der Belegschaft.

Die erweiterte integrierte digitale Plattform und das Analytics-System von Tableau verknüpfen die Distributionspartner und helfen ihnen, erfolgreich zu agieren.

72 %

der Arbeitgeber gehen davon aus, dass in fünf Jahren digitale Funktionen eine größere Rolle bei der Auswahl des Trägers spielen werden

Quelle: EY, Seizing the Growth Opportunity: The Future of Workforce Benefits (Wachstumschancen nutzen: Die Zukunft von Versicherungsleistungen für Mitarbeiter), 11. November 2021



Optum Health verbessert das Kundenverständnis mit Tableau

Optum Health bietet eine Behandlung direkt über lokale ärztliche Fachgruppen und ambulante Systeme für 100 Millionen Nutzer. Dies bezieht Arbeitgeber, Behandlungssysteme, staatliche Stellen und Gesundheitspläne mit ein.

Geschäftliche Herausforderung

Vor der Einführung von Tableau waren bei Optum Health Datenquellen, Berichtsteams und Spreadsheets unverbunden im Unternehmen verteilt. Das Vertriebsteam musste deshalb mühsam die verschiedenen Distributionspartner, die selbstständigen Makler und erstellte Spreadsheets manuell ermitteln. Solche mittlerweile überholten Prozesse verhinderten potenziell aussagekräftige Erkenntnisse bzw. die Schaffung von Mehrwert.

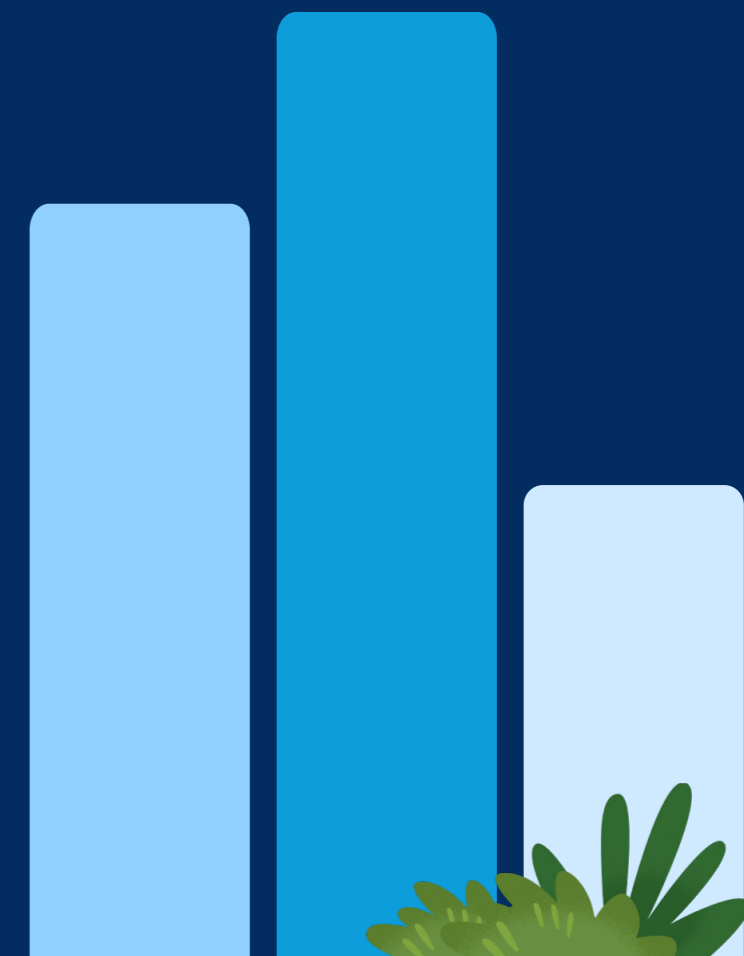
End-to-End-Analytics-Lösung

Tableau verknüpft und vereinheitlicht mehrere Datenquellen an einem zentralen Ort für eine ganzheitliche Ansicht der operativen Vorgänge. Dadurch können die Daten in aussagekräftiger Form aufbereitet und Kundenanliegen gegebenenfalls sofort bearbeitet werden. Das von der Lösung bereitgestellte Kundenerlebnis und die damit gewonnenen Erkenntnisse zum jeweiligen Kunden verbessern die Effizienz und tragen zur erhöhten Performance des Unternehmens bei. Tableau stattet das Optum-Vertriebsteam auch mit einer umfassenden Ansicht der Vertriebsgebiete aus. Damit können die Vertriebsmitarbeiter feststellen, wo sich die Top-Makler und zentralen Distributionspartner befinden, und neue Geschäftschancen ermitteln.

Ergebnisse mit Tableau

Tableau-Analytics verbessert die Zusammenarbeit bei Optum für die Berichterstellung, weg von der Frage „Welche Zeilen und Spalten brauchst du?“ hin zu „Was benötigst du, um das Unternehmen voranzubringen?“. Mit den gesamten Daten des Systems gewinnt Optum neue Erkenntnisse zum Kundenerlebnis und fördert das Verständnis im Unternehmen, wie Kunden mit den Mitarbeitern zusammenarbeiten.

Die Ermittlung neuer Anwendungsfälle bei Optum und die Verbesserung der Wertschöpfung nehmen laufend zu, da das Unternehmen mithilfe von Tableau effizienter agieren und den Kundenservice effektiver gestalten kann.



Beschleunigung von Entwurf und Innovation

Der Arbeitsmarkt von heute wird durch ganz bestimmte Faktoren beeinflusst. Die Gesamtheit der Beschäftigten setzt sich aus fünf Generationen mit jeweils unterschiedlichen Erwartungen zusammen. Darüber hinaus ist der Arbeitsmarkt zunehmend von einer Vielzahl neuer Arbeitsformen geprägt wie freiberufliche und temporäre Arbeitsverhältnisse, Homeoffice und hybrides Arbeiten. Fachkräfte erwarten Flexibilität und einen Versorgungsplan, der ihren Bedürfnissen gerecht wird.

40 % der Mitarbeiter gehen davon aus, dass ihre Bedürfnisse vom Arbeitgeber verstanden werden*

57 % der Arbeitgeber glauben, dass sie in den kommenden fünf Jahren stärker auf die Technologie für Versicherungsträger angewiesen sein werden und dabei auch Daten für eine 360-Grad-Ansicht der Mitarbeiter effizienter nutzen müssen*

60 % der Lebensversicherer in Nordamerika sagen, dass sie mit Datenerkenntnissen ihren Umsatz und Gewinn gesteigert haben.**

* Quelle: EY-LIMRA Research, 2021

** Quelle: Deloitte: „Insurance Outlook“ (Ausblick auf die Versicherungsbranche), 2021

Wenn Arbeitgeber vor dem Problem stehen, talentierte Mitarbeiter zu halten und neue zu gewinnen, ergeben sich für Träger mehr Möglichkeiten für den Abschluss von Versicherungsleistungen. In der Vergangenheit ist die Versicherungsbranche bei der Modernisierung von Abläufen anderen Branchen aber eher hinterhergehinkt. Daraus ist mittlerweile eine Marktlücke mit einem Wachstumspotenzial von zweistelligen Milliardenbeträgen entstanden. Versicherungsträger, die dieses Potenzial für sich nutzen wollen, müssen sehr schnell dafür sorgen, dass ihre veralteten Systeme und unterschiedlichen Datenquellen dies nicht erschweren.

Tableau konsolidiert Daten aus mehreren Systemen und Quellen in einer einzigen Ansicht und ermöglicht so die Nutzung dynamischer Dashboards, die in Echtzeit die Beteiligung an den Programmen und die Aktivitäten dafür darstellen. Die Lösung verwandelt Daten in leistungsstarke, umsetzbare Erkenntnisse. Sie können damit zentrale Trends ermitteln und das bei den Mitarbeitern vorhandene Potenzial erschließen, um die Entwicklung von Plänen zu beschleunigen, die Produktinnovation zu fördern sowie neue Möglichkeiten für Cross-Selling und Upselling zu schaffen.

Eine erweiterte digitale Plattform verknüpft die Distributionspartner, macht manuelle Vorgänge überflüssig und schafft kundenorientiertere Erlebnisse, mit denen Kosten reduziert und Effizienz gefördert werden können. Tableau bietet Unterstützung für folgende Aufgaben:

- Verknüpfung von Kundenerkenntnissen für ganzheitliche und ergebnisrelevante Aktivitäten
- Nutzung des Potenzials von Daten zur beschleunigten Entwicklung von Plänen auf der Basis von Trends
- Automatisierung von Workflows, Routineaufgaben und Klientenaktivitäten zur Verbesserung von Effizienz und Margen
- Gewinnung und Bindung von Top-Mitarbeitern, die Innovation voranbringen



Zufriedene Kunden durch übertroffene Erwartungen

Angesichts der Komplexität von Gruppen- und freiwilligen Versicherungs- wie Versorgungsleistungen sowie der externen Faktoren, die heutzutage das Umfeld beeinflussen, ist es wichtiger denn je, dass die Träger eng mit den Arbeitgebern zusammenarbeiten, um qualitativ hochwertige Erlebnisse für den Endkunden bereitzustellen: den Mitarbeiter. Dabei muss es darum gehen, die Erwartungen von Kunden nicht nur zu erfüllen, sondern diese durch Antizipation von Bedarf und Markttrends zu übertreffen.

Unabhängig vom Standort Ihrer Daten, ob auf einer CRM-Plattform wie Salesforce, in einem Kundenportal oder in einem externen Data Warehouse, verknüpft Tableau Ihre bisherigen und die digitalen Systeme zur Gewinnung von Kundenerkenntnissen für alle Geschäftsfelder. Mithilfe von Tableau-Analytics können Sie sich vom Wettbewerb durch attraktivere, kundenorientierte Erlebnisse auf der Basis von KI-Erkenntnissen abheben.

Mit der Lösung haben Arbeitgeber Zugang zu den erforderlichen Tools, um gefragte Leistungsprogramme zu ermitteln und im Handumdrehen neue Versicherungspakete sowie Angebote bereitzustellen. Durch Ermittlung der zentralen Trends können sie die Entwicklung von Plänen beschleunigen, um zeitgemäßere und personalisiertere Versicherungsleistungen anzubieten sowie Abschlüsse zu fördern. Dabei werden bei der künftigen Auswahl von Versicherungsträgern digitale Funktionen eine zentrale Rolle spielen. Deshalb gibt es erwiesenermaßen auch Bedarf für eine digitale Plattform, die alle Distributionskanäle für ein insgesamt verbessertes Kundenerlebnis miteinander verbindet.

80 %

der Kunden sagen, dass das Erlebnis, das ein Unternehmen bietet, genauso wichtig ist wie das Produkt

Quelle: „The Insurance Imperative for Growth and Resilience“ (Die Notwendigkeit von Wachstum und Problemlösungsfähigkeit in der Versicherungsbranche), Deloitte Digital, 2021

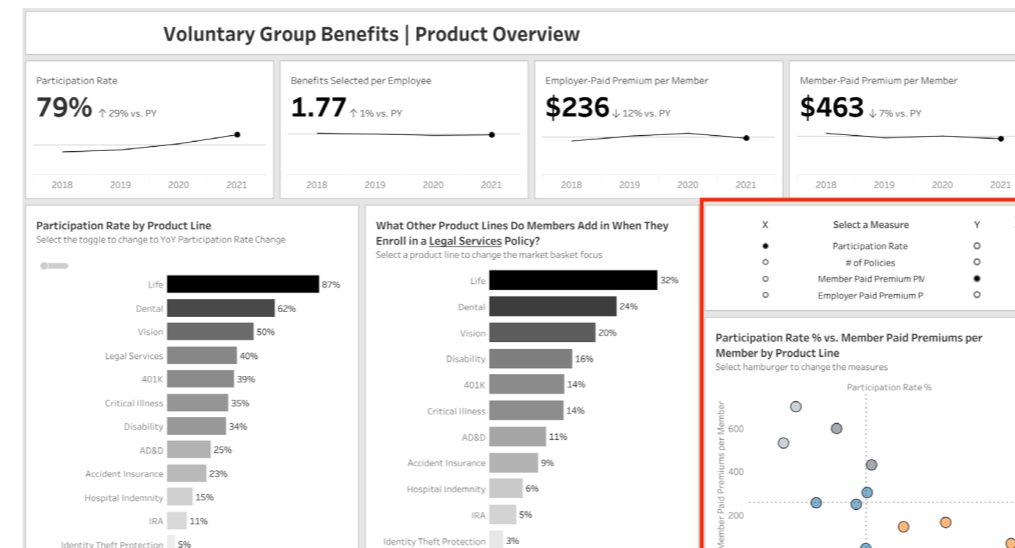
Kunden, die eingebettete Tableau-Analytics nutzen, verzeichnen folgende Vorteile:

- Bis zu **60 %** Umsatzwachstum in den Bereichen Cross-Selling und Upselling
- Beinahe Verdoppelung der Verlängerungsrate bei Mitgliedern

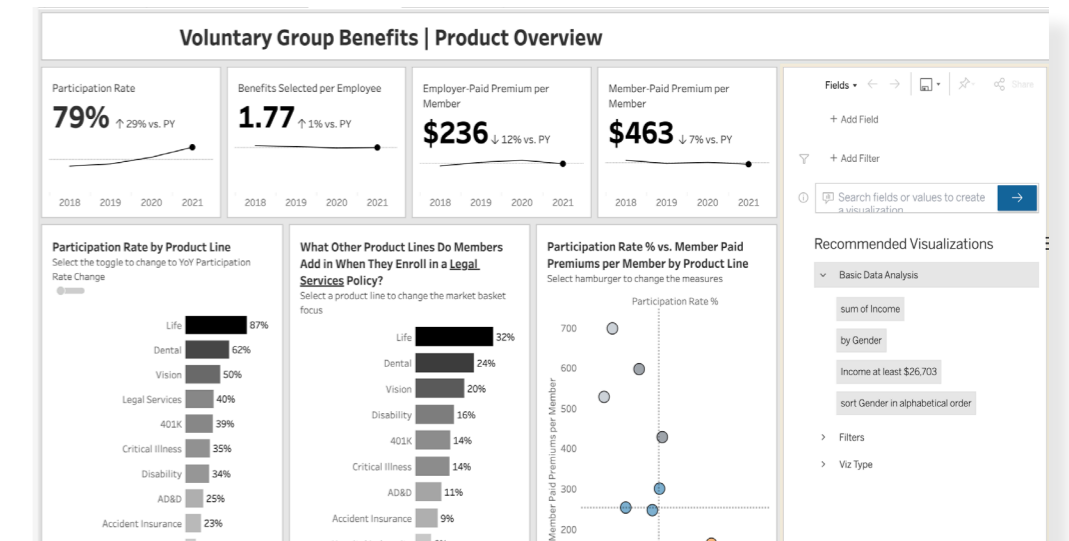
Förderung der operativen Tätigkeit

Um im wettbewerbsintensiven und unbeständigen Markt von heute bestehen zu können, sollte letztendlich folgendes Ziel im Vordergrund stehen: die Bereitstellung von erstklassigem Service sowie von zukunftsorientierten Versicherungs- und Versorgungsleistungen. Dazu müssen Versicherungsträger von zeitraubenden, manuellen Aufgaben, für die Daten aus unterschiedlichen Systemen benötigt werden, auf digitale Prozesse umstellen, die Arbeitgeber einbeziehen, die Planerstellung verbessern und Abschlüsse fördern. Die Optimierung der operativen Qualität auf allen Ebenen ist entscheidend für mehr Abschlüsse von Versicherungsleistungen und für die Förderung von profitablen Wachstum im Geschäftsklima von heute.

Analytics mit Tableau ermöglicht, Arbeitgeber administrativ zu entlasten, da die Erkenntnisse mit den Tools verfügbar gemacht werden, die Benutzer bereits anwenden, wie Salesforce, Slack, ein Kundenportal oder über dynamische E-Mail-Benachrichtigungen.



Ermitteln Sie auf einfache Weise, wie sich monatliche Kosten für Gruppenleistungen durch flexible Anwendung der Daten von den Benutzern reduzieren lassen. So lässt sich etwa im Handumdrehen durch Klicken auf eine Schaltfläche die Ansicht wechseln, um z. B. das Verhältnis von Arbeitgeberprämien pro Mitglied und die Beteiligungsrate darzustellen. Mithilfe von Tableau können Sie zentrale Erkenntnisse beispielsweise zu Möglichkeiten der Kosteneinsparung bei der Verwaltung von Versicherungsleistungen oder zur Aktualisierung des Plans gewinnen.



Wenn Sie noch Fragen haben, die nicht im Dashboard beantwortet werden, haben Sie mithilfe von Frag die Daten die Möglichkeit, auch eigene Fragen zu stellen, diese iterativ weiterzuverfolgen und Antworten dazu zu generieren.

Cigna verbessert Bezahlbarkeit und Behandlungsergebnisse in der Gesundheitsversorgung

Cigna bietet kostengünstige Qualitätsbehandlungen für 95 Millionen Kunden weltweit durch kommerzielle Kranken-, Zahn-, Lebens-, Unfall- sowie Medicare- und Medicaid-Versicherungen. Durch Zusammenarbeit mit CCC-Anbietern (Cigna Collaborative Care) und mit den Daten aller versicherten Kunden hat Cigna die einzigartige Möglichkeit, Erkenntnisse für eine optimale Patientenbehandlung und für optimale Services zu gewinnen.

Geschäftliche Herausforderung

Vor der Einführung von Tableau wurde bei Cigna die Vielzahl unterschiedlicher Datensätze mithilfe von Excel analysiert, was die CCC-Performance stark beeinträchtigt hat. CCC-Anbieter haben statische veraltete Berichte angepasst und die Datenpunkte mühsam gesichtet, um Erkenntnisse daraus zu gewinnen.

End-to-End-Analytics-Lösung

Das Unternehmen hat dann Tableau als Visual-Analytics-Plattform für seine 550 CCC-Partnerorganisationen in 32 US-Bundesstaaten eingeführt. Das Analytics-Team von Cigna ist nun in der Lage, alle finanziellen Transaktionen sowie Kunden- und Anbieterdaten zu prüfen, aussagekräftige Berichte zu erstellen und diese mit den Partnern zu teilen, damit sie verbesserte und kostengünstigere Patientenbehandlungen anbieten können.

Tableau unterstützt Cigna dabei, eine Vielzahl von Datenquellen geschützt in seine vorhandene Dateninfrastruktur einzubinden und seinen CCC-Partnern kontrollierte Berichte anzubieten. Mit Tableau unterstützt Cigna auch seine internen Analysten, die Gesundheitskosten und -daten von mehr als 140.000 medizinischen Partnern zusammenfassen und auswerten, um die hohen Qualitätsstandards für die Behandlung ihrer Kunden zu gewährleisten.

Ergebnisse mit Tableau

Tableau bietet Cigna die Möglichkeit, seine CCC-Anbieter flexibler zu unterstützen, die damit von umsetzbaren Daten auf Abruf profitieren. Die Muster medizinischer Kosten und Trends, die Analysten ermitteln, geben Cigna die Möglichkeit, die Behandlung zu verbessern und die Kosten für seine Patienten niedrig zu halten.

Durch Verbesserung der Berichterstellung mit Tableau konnten Erkenntnisse für folgende Bereiche gewonnen werden:

- Nutzung der Daten zu finanziellen Transaktionen und von Kundendaten für aussagekräftigere Berichte
- Ermittlung von Datenmustern, die auf die Notwendigkeit von Serviceverbesserungen und auf Möglichkeiten zu Kosteneinsparungen hinweisen
- Verbesserte Prioritätensetzung für Ressourcen und deren Optimierung

Gehen Sie den ersten Schritt

Wenn Sie im fortwährend sich ändernden Markt der Gruppenleistungen erfolgreich sein wollen, müssen Sie so schnell wie möglich zu datenorientierten Strategien übergehen, die den Kunden und die Schaffung von Mehrwert für ihn an erster Stelle setzen. Das muss aber nicht in einem Schritt geschehen. Verfolgen Sie stattdessen die Strategie, dass Ihr Team schnell greifbaren und messbaren Mehrwert schafft.

Erkunden Sie dazu als Erstes Folgendes:

Sie starten erst mit der Anwendung von Analytics? Prüfen Sie die Beschleuniger von Tableau Accelerators. Das sind sofort einsatzbereite Dashboards, die Sie mit Ihren Daten verknüpfen und an Ihre Anforderungen anpassen können, um schneller datengesteuerte Erkenntnisse zu gewinnen. Beschleuniger für Versicherungen sind eine gute Starthilfe.

[Versicherungs-Beschleuniger erkunden](#)

Holen Sie sich Antworten auf Ihre Tableau-Fragen in der Tableau-Community oder nutzen Sie kostenlose Schulungsvideos. Tableau-Starterleitfäden sind auf Ihre Aufgabe zugeschnitten. Nutzen Sie dann Tableau für einen kostenlosen Test.

[Kostenlose Testversion herunterladen](#)

Vereinbaren Sie einen Demo-Termin.

[Vertrieb kontaktieren](#)

Erfahren Sie, wie sich Ihre Analytics-Strategie erweitern lässt.

[Tableau Blueprint erkunden](#)

Erfahren Sie mehr über Tableau für Versicherungsunternehmen.

[Versicherungs-Analytics erkunden](#)



salesforce

