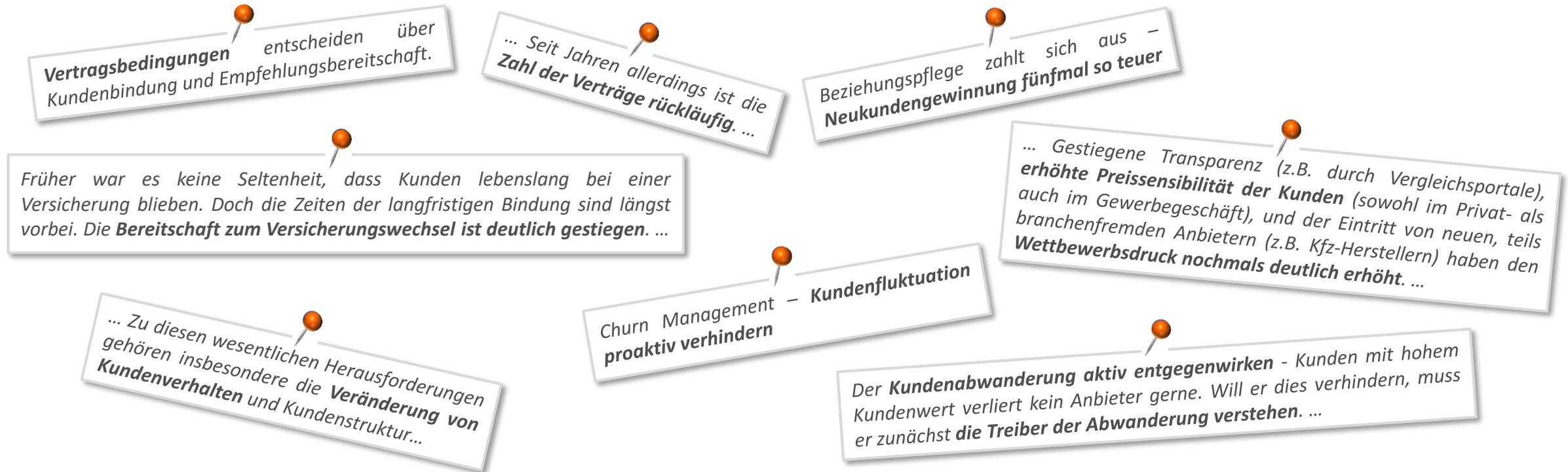


Diskussionsgrundlage

Frankfurt am Main | April 2020

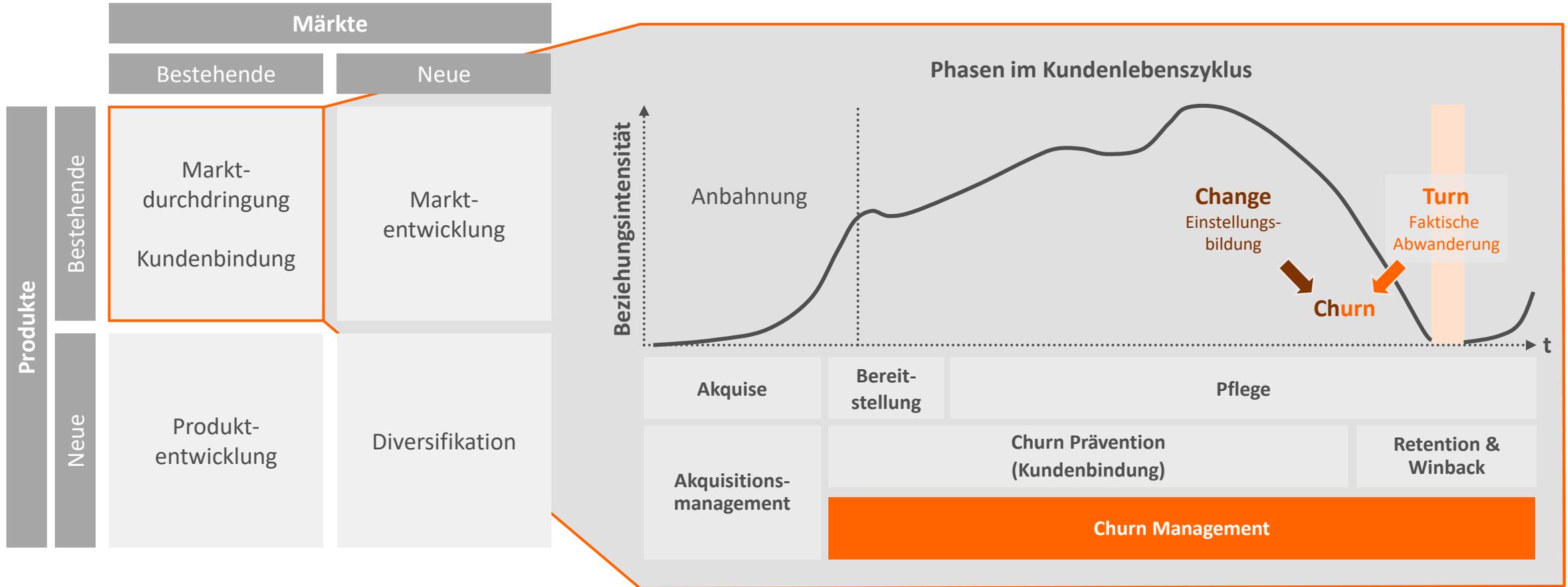
Sinkender Preisbereitschaft mit Churn Management entgegenwirken

Kundenbindung ist ein zentraler Erfolgsfaktor, denn Neukundengewinnung ist in den meisten Fällen um ein Vielfaches teurer als die Pflege von Bestandskunden



Die steigende Risikoaversion der Kunden aufgrund von kürzlichen Krisen und das daraus resultierende Bestreben nach Fixkostensenkung erhöht den Preis- und Leistungsdruck auf Versicherungen durch allzeit drohende Anbieterwechsel u. a. auch über die Vielzahl von Vergleichsportalen. Das macht ein effektives Churn Management unerlässlich.

Jeder Kunde verhält sich in der Regel nach einem bestimmten Muster. Ziel ist es die durchschnittliche Kundenverweildauer durch stärkere Kundenbindung zu erhöhen



HPP hat durch umfangreiche Projekterfahrung vier wesentliche Handlungsfelder identifiziert, um die Kundenabwanderung zu verhindern



Kündigungs- und Kundenanalyse mit anschließender Segmentierung

- Analyse der Datenqualität der vorliegenden Kündigungsgründe
- Analyse des Kündigungsverhaltens der Kunden anhand interner Daten
- Analyse der Kundenkontakthistorie
- Durchführung und Auswertung einer Kündigerbefragung
- Wertanalyse der abgewanderten Kunden
- Bildung von Kundenclustern



Frühindikatorenmodell / Churn Cockpit

- Definition der Anforderungen an ein Churn Cockpit
- Erarbeitung des Churn Cockpits mit den einzelnen Komponenten

Handlungsfelder

Implementierung

- Erstellung eines Maßnahmenplans zur Einführung eines nachhaltigen Prevention-Managements
- Implementierung von Prevention-Teams und eines Churn Cockpits
- Erfolgscontrolling der Maßnahmen und ggf. Anpassung



Kundenbindungskonzept

- Ableitung präventiver Maßnahmen zur Verhinderung der Kundenabwanderung
- Business Case: Wirtschaftlichkeitsberechnung unter Berücksichtigung von angebotsspezifischen Kosten und Erfolgsquoten



Eine Analyse der Kundendaten dient zur Identifikation von homogenen Kundenclustern in Bezug auf das Kündigungs- bzw. Beschwerdeverhalten



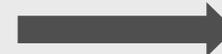
PROJEKTBEISPIEL

Kündigungs- und Beschwerdeanalyse

- Analyse des Beschwerde- und Kündigungsverhaltens
- Analyse der Abwanderungszeitpunkte
- Durchführung und Auswertung einer Kündigerbefragung
- Ursachenanalyse und Identifikation von Kündigungsindikatoren sowie Überprüfung von deren Abhängigkeiten

Nr.	Kündigungsgründe	Anteil in %
1	Preislevel	31%
2	Servicequalität	15%
3	Berufliche Veränderungen	15%
4	Falschberatung	12%
5	Nichtzahler	9%
6	Ohne Grund	7%
7	Umzug ins Ausland	5%

Kunden-segmentierung

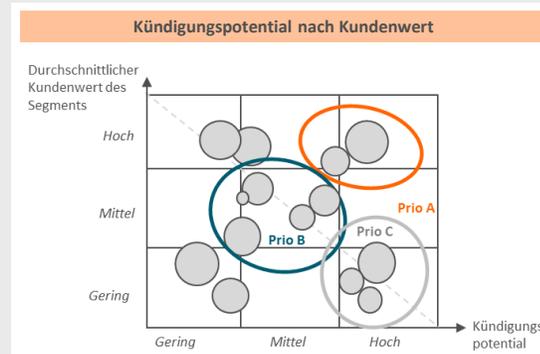


Kundenmatrix

1.Stufe		2. Stufe		Kündigungsgründe						
		Hohes Churn Risiko		Niedriges Churn Risiko						
Kundensegment		Preislevel	Servicequalität	Berufliche Veränderungen	Falschberatung	Nichtzahler	Ohne Grund	Umzug ins Ausland		
Kundenwert	Hoch	I Großfamilien	14%	7%	1%					
	II Familien			5%						
	III Alleinstehende Mütter / Väter	8%	4%		0%	0%				
	IV Paare									
	Niedrig	V Singles			1%					

Kunden- & Kundenwertanalyse

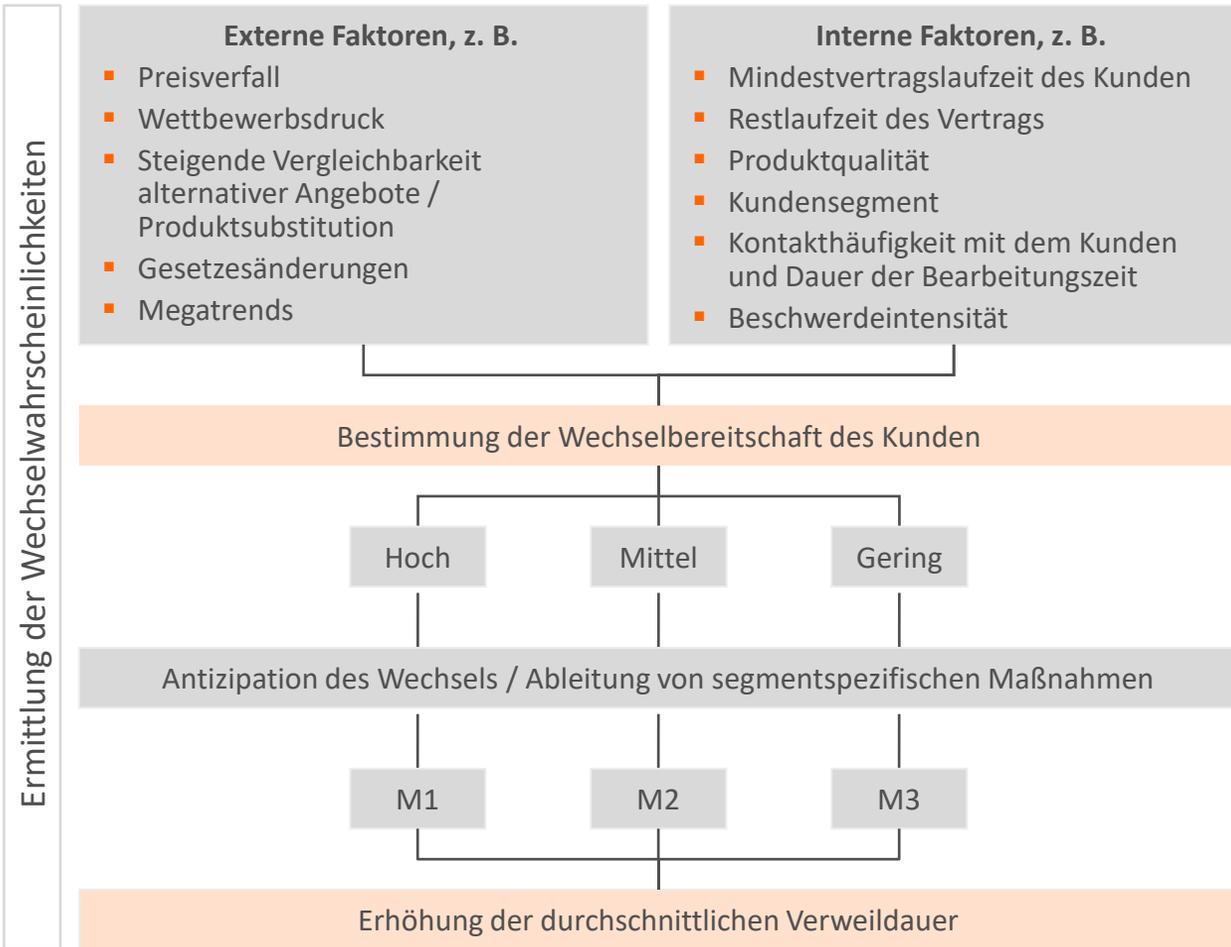
- Interne Bestandskundenanalyse
- Wertanalyse der abgewanderten Kunden
- Analyse der Kundenkontakthistorie



Das Wechselrisiko jedes Kunden kann durch das Churn Cockpit quantifiziert und mit gezielten Gegenmaßnahmen reduziert werden



PROJEKTBEISPIEL



Churn

Kategorie	%	Kunden
Nein	97,321	194.642
Ja	2,679	5.358
Gesamt	100,000	200.000

Beschwerden

Kategorie	%	Kunden
Nein	98,981	197.140
Ja	1,019	2.030
Gesamt	100,000	199.170

Kategorie	%	Kunden
Nein	85,657	711
Ja	14,343	119
Gesamt	100,000	830

Restlaufzeit

Kategorie	%	Kunden
Nein	97,562	27.204
Ja	2,438	680
Gesamt	100,000	27.884

Kategorie	%	Kunden
Nein	98,429	54.981
Ja	1,571	876
Gesamt	100,000	55.768

Kategorie	%	Kunden
Nein	98,156	39.099
Ja	1,844	735
Gesamt	100,000	39.834

Kategorie	%	Kunden
Nein	97,927	74.116
Ja	2,073	1.569
Gesamt	100,000	75.685

Serviceänderungen

Kategorie	%	Kunden
Nein	97,857	31.106
Ja	2,143	682
Gesamt	100,000	31.788

Kategorie	%	Kunden
Nein	98,381	43.186
Ja	1,619	711
Gesamt	100,000	43.897

Kunden mit einer Restlaufzeit zw. 5 und 10 Monaten:
1,57 % Wechselwahrscheinlichkeit

Kunden mit Beschwerden:
14,34 % Wechselwahrscheinlichkeit

Kunden ohne Serviceänderungen:
2,14 % Wechselwahrscheinlichkeit

Ein integriertes Churn Management durch ein Churn Cockpit ermöglicht ein auf die Kundensegmente zugeschnittenes **proaktives Handeln** zur Churn Vermeidung



Um die Kundenabwanderung effektiv zu verhindern, können multiple präventive Maßnahmen erforderlich sein

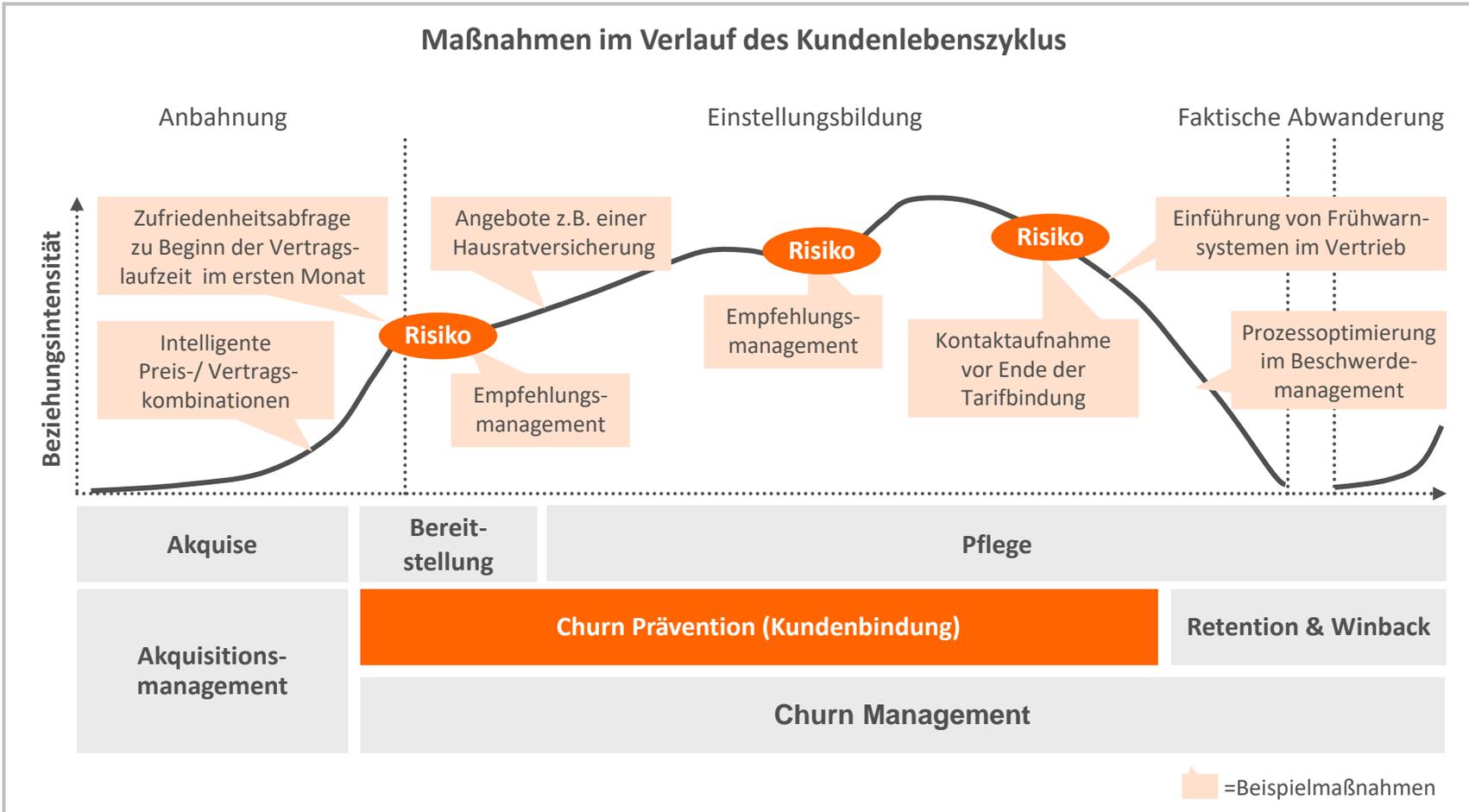
AUSZUG

	Verbesserung Kundenerlebnis	Prävention	Retention	Rückgewinnung
ZIEL	Verbesserung des Kundenerlebnisses	Verhinderung des Entstehens des Abwanderungsgedankens	Abwanderungsverhinderung von Kündigern im Prozess	Zurückholen abgewanderter Kündiger
VORGEHENSWEISE	<ul style="list-style-type: none"> Erhöhung der Produktqualität Erhöhung der Qualität des Kundenservices Weitere Verbesserung der Verfügbarkeit und Kontaktmöglichkeit Kundengerechte Flexibilisierung der Liefer- und Abholvarianten 	<ul style="list-style-type: none"> Analysen der Interaktions- und Kundendaten Analyse der Kündigungsgründe und Identifikation von Kündigungstreibern Aufbau und Implementierung eines Frühwarnsystems In Abhängigkeit von Wechselrisiko und Kundenwert → Prävention 	<ul style="list-style-type: none"> Erarbeitung von attraktiven Retention-Angeboten Einführung von Kündigungsheilungsprozessen Durchführung von Treuekampagnen 	<ul style="list-style-type: none"> Durchführung und Auswertung von Kündigerbefragungen Erarbeitung von attraktiven Winback-Angeboten Durchführung von Wechsel-Kampagnen
BEWERTUNG	<ul style="list-style-type: none"> Basis für Kundenzufriedenheit Steigende Kundenloyalität Sinkendes Churn Risiko 	<ul style="list-style-type: none"> Hohe Erfolgsraten Kunde hat noch keine Entscheidung getroffen 	<ul style="list-style-type: none"> Weniger erfolgsversprechend Kundenentscheidung muss aktiv verändert werden 	<ul style="list-style-type: none"> Ansatz muss rechtskonform sein Sehr teuer mit geringer Erfolgsrate
Erfolgswahrscheinlichkeit				Aufwand

Nachhaltige Implementierung der Maßnahmen führt zur Erhöhung der Kundenbindung und Vermeidung der Kundenabwanderung



PROJEKTBEISPIEL



Ergebnis: Durchführung pro- und reaktiver Maßnahmen zur Kundenbindung, die individuell auf Kundencluster abgestimmt sind

HPP bietet sowohl die relevante fachliche Expertise als auch das notwendige methodische Rüstzeug für derartige Projekte – Wir unterstützen Sie gern

HPP = 23 Jahre Expertise in Churn Management und Pricingprojekten

Wir bringen relevante Vorerfahrung in das Projekt ein – Unsere Expertise umfasst strukturelle, organisatorische und kostenbezogene Analysen im Spannungsfeld Markt-Kunde-Wettbewerb sowie die Entwicklung von Kundenbindungskonzepten und eines durchdachten Churn Managements unter Berücksichtigung aller wichtiger Determinanten

Wir kennen die Herausforderungen beim Customer Lifecycle Management – Als eine auf Vertriebsthemen fokussierte Beratung kennen wir sowohl die Marktdynamik als auch die Preisempfindlichkeit verschiedener Kundensegmente und deren Verhaltensänderungen sowie die damit verbundenen Hürden

Wir entwickeln passgenaue Kundenlösungen – Unser erfahrenes Beraterteam wird mit Ihnen auf Augenhöhe eng abgestimmt zusammenarbeiten und individuelle Lösungen konzipieren, die der Aufgabenstellung gerecht werden, zu Ihrem Unternehmen passen und nachhaltig umsetzbar sind



HPP ist mehrfach ausgezeichnet

Wir zählen zum **siebten Mal in Folge** zu den besten Unternehmensberatungen, u.a. in den Kompetenzfeldern:

- Marketing, Marke, Pricing
- Strategieentwicklung
- Vertrieb, After Sales und CRM

Multiple Projekte zur effektiven Churn Management Gestaltung wurden von HPP bereits erfolgreich abgeschlossen

Customer Journey / NPS

- **Analyse bestehender Prozesse und Daten zur Ursachenermittlung gesunkener Kundenzufriedenheit entlang der Customer Journey**
 - Ableitung kurz- und langfristiger Maßnahmen zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit und des Net Promoter Score (NPS)
 - Priorisierung unter Berücksichtigung von Kundenzufriedenheit, Endkundenwachstum und Umsetzungsaufwand
- **Support bei der Umsetzung** der Maßnahmen mit durchgehender Erfolgskontrolle

Churn Cockpit

- **Kündigungs- und Kundenanalyse mit anschließender Segmentierung**
 - Identifikation und Definition von Churn Indikatoren
 - Ableitung von Wechselwahrscheinlichkeiten pro Kundencluster
- **Implementierung eines Churn Cockpits** zur Identifikation wechselbereiter Einzelkunden
- **Ableitung präventiver Angebote und Maßnahmen** sowie Implementierung Churn Management beim Kunden

Sales Funnel und Lead Management

- **Entwicklung und Dokumentation eines Lead Management Prozesses**
 - Aufnahme der IST-Prozesse
 - Erarbeitung der SOLL-Prozesse mit neuen digitalen Vertriebs- und Kommunikationstools und Retailformate
- **Definition des Sales Funnels** inkl. Weiterentwicklung von **Kundenbindungsmaßnahmen**, **Festlegung von KPIs**, **Ableitung der KPI-Zielkorridore** und eines **Maßnahmenkatalogs** zur Steuerung

Entwicklung eines bundesweiten Preismodells

- Durchführung von **Wettbewerbspreisanalysen** und Ermittlung von **Pricingpotentialen** zur Erarbeitung einer Pricingstrategie für die Einpreisung von Neu- und Bestandsprodukten
- Ausarbeitung und Implementierung einer **zielgruppenspezifischen Kommunikationsstrategie** sowie inhaltliche Ausgestaltung von **Argumentationskatalogen**
- Entwicklung von spezifischen **Retention-Maßnahmen** speziell für die betroffene Kundengruppe sowie eines Business Case
- Konzeptionierung und Implementierung von **Personalschulungen**



Als mittelständische Managementberatung mit über 20 Jahren Projekt-Erfahrung beraten wir Kunden in unterschiedlichsten Branchen

Unternehmensprofil	Branchenfokus	Kunden
<p> 1996 (MBO Daimler) Gründung</p>	 <p>Telekommunikation. Der Kunde im Mittelpunkt</p>	
<p> Strategie, Marketing & Vertrieb Fokus</p>	 <p>Mobilität/ Automotive. Hier sind wir die Experten</p>	
<p> Frankfurt am Main Standort</p>	 <p>Weitere Branchen. Innovativ in die Zukunft</p>	
<p> ~ 6 Mio. € (2019) Umsatz</p>		
<p> 50 Mitarbeiter</p>		
<p> Weltweite Projektumsetzung Reichweite</p>		
<p> Mehrfach ausgezeichnet Hidden Champion</p>		

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf! Wir freuen uns auf eine spannende Diskussion



Ansprechpartner
André Köhler

Telefon: +49 (0) 69 | 66 88 521
Mobil: +49 (0) 175 | 27 22 809

E-Mail: andre.koehler@hpp-consulting.de



Ansprechpartner
Elena Yakushkina

Telefon: +49 (0) 69 | 66 88 568
Mobil: +49 (0) 170 | 53 13 042

E-Mail: elena.yakushkina@hpp-consulting.de

HPP Harnischfeger, Pietsch & Partner
Strategie- und Marketingberatung GmbH

Goldsteinstraße 114
D-60528 Frankfurt am Main

Website: www.hpp-consulting.de