

Von Daten zu Taten – wie AI den Versicherungsvertrieb transformiert

Die Stimmungslage zum Einsatz Künstlicher Intelligenz (AI) ist innerhalb der Versicherungsbranche volatil. Während Vertriebsmitarbeitende schon sehr bald einschneidende Veränderungen in ihrer Arbeitswelt erwarten, bleiben IT-Verantwortliche konservativ und evaluieren Implementierungskosten und Datenschutzaspekte. Doch wo kann AI im Vertrieb wirklich helfen? Vorreiter wie der renommierte Softwarehersteller BSI zeigen, unter welchen Bedingungen Agenturen, Makler und Direktvertrieb sowie unterstützende Einheiten profitieren können.

Die digitale Transformation schreitet immer schneller voran, und AI spielt dabei eine zentrale Rolle. Von generativer bis conversational AI gibt es unterschiedliche Ausprägungen je nach Einsatzbereich im Unternehmen. Damit Künstliche Intelligenz aber im Versicherungsvertrieb effektiv eingesetzt werden kann, müssen vor allem vier Voraussetzungen erfüllt sein: eine automatisierte Integration, kontextbezogene Unterstützung, vollständige Datenwahrheit und kontinuierliche Optimierung. Letztere verdient besondere Beachtung: AI-Systeme müssen regelmäßig angepasst werden, um effektiv und relevant zu bleiben.

Ethik, Sicherheit und AI sind kein Widerspruch

Der Schweizer Softwarehersteller BSI bietet mit seiner Kundenplattform BSI Customer Suite und seinem ausgeprägten Branchenfokus Unternehmen heute schon vielfältige Vorteile Künstlicher Intelligenz. Dabei muss auf Sicherheit und Ethik nicht verzichtet werden. Der Einsatz von Open-Source-Modellen wie beispielsweise das Large Language Modell (LLM) Llama von Meta stellt sicher, dass Daten innerhalb der Sicherheitszone bleiben. Das Modell kann in der Applikation (z.B. CRM/CX) betrieben werden, sodass keine Daten die Applikation bzw. Sicherheitszone verlassen. Auf der anderen Seite können Verzerrungen innerhalb des Modells untersucht und individuelle Massnahmen abgeleitet werden, um die Einhaltung ethischer Werte sicherzustellen.

Voraussetzung ist in jedem Fall eine gute Integration, damit erforderliches Fachwissen zur Verfügung steht. Nur



dann können strukturierte und unstrukturierte Unternehmensdaten optimal umformuliert, Inhalte zusammengefasst oder visualisiert sowie Empfehlungen mithilfe anderer Algorithmen ausformuliert werden, um den Vertrieb und auch das Marketing optimal zu unterstützen.

Effizienz und persönliche Interaktion im Versicherungsvertrieb

Kunden erwarten eine professionelle Betreuung, und moderne CRM- und TAM-Systeme (Tied Agent Management) von BSI stellen sicher, dass alle relevanten Informationen zentral verfügbar sind. Dies ermöglicht eine optimale Beratung. AI-gestützte Modelle helfen bei der Bearbeitung von Anfragen, der Kommunikation und bieten Next Best Action-Empfehlungen. Das spart Zeit und erhöht die Kundenbindung: Die Vertriebsmitarbeitenden können somit ihre Beratungsqualität verbessern und Kunden individuell betreuen. Die Integration von AI in CRM-Systeme schafft eine generative 360°-Kundensicht, die die Lebenssituation des Kunden visuell nachvollziehbar macht.

Transparenz und Steuerung im Maklervertrieb

Der Maklervertrieb ist für viele Versicherer ein bedeutender Vertriebsweg. Moderne BRM-Lösungen (Broker Relationship Management) von BSI erleichtern die Beziehung zwischen Makler und Maklerbetreuer. AI-gestützte Tools bieten eine

umfassende Ansicht auf die Makler und helfen, Kundenverhaltensdaten zu analysieren, um Trends und Muster zu erkennen. Dies ermöglicht proaktive Maßnahmen und eine bessere Nutzung vorhandener Potenziale. Die konsolidierten Ansichten und die generative Analyse unterstützen Maklerbetreuer dabei, den Fokus richtig zu setzen und die Betreuung effizient zu gestalten. AI-gestützte Vorhersagen über Kundenbedürfnisse und Verhaltensmuster ermöglichen maßgeschneiderte Angebote und bieten Möglichkeiten zum Cross- und Upselling.

AI supportet die Vertriebssteuerung

Moderne BRM-Lösungen bieten Vertriebsverantwortlichen einen aggregierten Blick auf ihren Maklervertrieb. Durch AI-Tools wie Performance Analytics oder Real-time Monitoring können Verkaufsleistung und andere Metriken in Echtzeit überwacht werden. Das Ergebnis: präzisere Planung und Ressourcenallokation.

Fazit

Richtig eingesetzt hat AI das Potenzial, den Versicherungsvertrieb auf ein neues Level zu heben. Durch die nahtlose Integration von strukturierten und unstrukturierten Daten wird eine konsistente und qualitativ hochwertige Kundenbetreuung gewährleistet. Echtzeit-Analysen und Performance-Monitoring helfen Vertriebsverantwortlichen, fundierte Entscheidungen zu treffen und Strategien anzupassen.

OLIVER HECHLER
Managing Director Germany
und Community Manager Insurance bei
BSI, oliver.hechler@bsi-software.com

“Daten, Prozesse und Künstliche Intelligenz sind elementare Voraussetzung dafür, dass der Vertrieb sein Potenzial entfalten kann.”

Der Schweizer Softwarehersteller BSI bietet mit der BSI Customer Suite eine ganzheitliche, AI-gestützte Plattform zur Digitalisierung von Kundenbeziehungen und stellt alles bereit, was eine exzellente Customer Experience braucht. Seit der Gründung im Jahr 1996 in der Schweiz hat sich das Unternehmen als Marktführer in seinen Fokusbranchen in der DACH-Region etabliert. Zu seinen Kunden zählen auch renommierte Unternehmen der Versicherungsbranche. www.bsi-software.com