

# Projektbericht Sanitas CRM Analytics und Leadmanagement

Die Sanitas Gruppe gehört mit ca. 835.000 Versicherten zu den führenden Krankenversicherungen in der Schweiz. Sanitas bietet sowohl im Bereich obligatorische Grundversicherung als auch in den Zusatzversicherungen bedürfnisgerechte Lösungen für Privatpersonen und Unternehmen.

Das Geschäftsmodell von Sanitas wird umfassend digitalisiert. Die Bedürfnisse der Kunden werden mit stärker individualisierten Angeboten zielgenau erfüllt. Solche Angebote werden gemeinsam mit einem eng vernetzten Ökosystem von internen und externen Vertriebspartnern umgesetzt. Sanitas setzt hierbei systematisch und entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf Datenanalytik, um alle Geschäftsprozesse kundenorientiert zu steuern.

## Zielsetzung des Projektes KBM Analytics und Leadmanagement

Im Gesamtprojekt „Kundenbeziehungsmanagement“ (KBM) wird das BSI CRM System als wichtige Grundlage für das digitale Geschäftsmodell eingeführt. Die enge Verzahnung mit dem DWH ermöglicht die 360°-Kundensicht im neuen und leistungsfähigen CRM sowie ein umfassendes Beschwerde-, Lead- und Kampagnenmanagement. Beratungsgespräche, Lead- und Vertriebsprozesse können kundenfreundlicher und effizienter gestaltet werden.

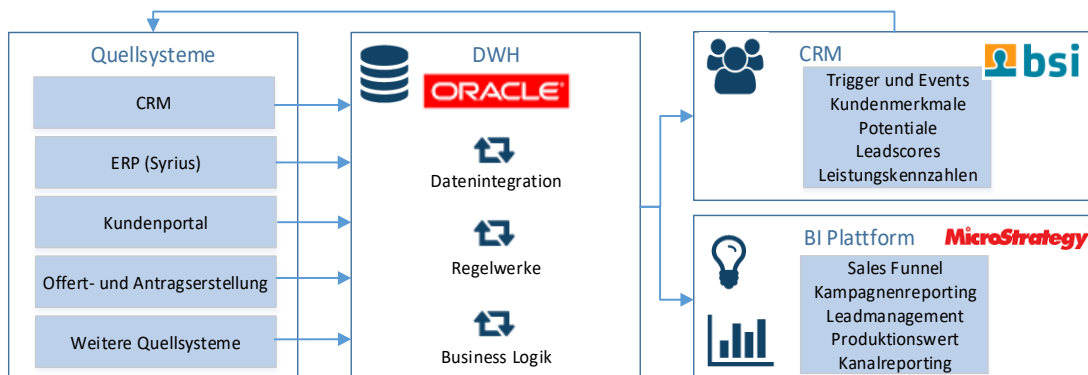
Die Teilprojekte „KBM Analytics“ und „Leadmanagement“ haben diese Ziele:

- Befähigung der Fachexperten mit analytischen Möglichkeiten, um CRM Daten benutzerfreundlich auszuwerten und Prozesse und Zielsetzungen zu überwachen
- Umsetzung komplexer Regelwerke im DWH als Trigger, die individualisierte Kundeninteraktionen im CRM auslösen
- Integration der neuen Informations- und Datenflüsse in die Systemlandschaft von Sanitas
- Entwicklung eines Frameworks zum automatisierten Multi-Channel-Vertriebsmanagement
- Aufbau eines systemübergreifenden Sales Funnel- und Kampagnenreportings, das als Planungs-, Steuerungs- und Controlling-Werkzeug für verschiedene Bereiche dient (Vertrieb, Customer Experience, Marketing, Kanalsteuerung und Call Center)

## Anforderungen

- Integration der CRM-Daten in das unternehmensweite DWH und in die Business Intelligence Plattform
- Aufbau eines Standard-Reportings für alle relevanten Datenbereiche des CRM (MicroStrategy)
- Umsetzung von umfangreicher Business Logik zur Verknüpfung systemübergreifender Datenbereiche für ein effizientes Beschwerde-, Lead-, Produktionswert- und Kampagnen-Reporting
- Berechnung von Triggern, Alerts und Steuerungsevents im DWH zur Weiterverarbeitung im CRM
- Aufbau eines Closed Loop DWH/CRM: Daten aus dem CRM oder anderen Systemen werden im DWH durch Regelwerke verarbeitet und lösen individualisierte Trigger aus, die im CRM automatisiert Kundeninteraktionen steuern. Der Datenrückfluss vom CRM ins DWH ermöglicht eine Erfolgskontrolle und Feedbackauswertung und ggf. die Berechnung von weiteren individuellen Events
- Aufbau von robusten, standardisierten und wartungsfreundlichen Datenflüssen und Schnittstellen
- Flexibilität und einfache Erweiterbarkeit der Konfigurationen, der Regelwerken, Events, Leadarten, Aktionen und Vertriebskanäle

## Architektur



www.saracus.com  
saracus@saracus.com

saracus consulting GmbH  
Hafenweg 46  
D-48155 Münster  
Fon. +49 251 98721 0  
Fax. +49 251 98721 26

saracus consulting AG  
Täferstrasse 4  
CH-5405 Baden-Dättwil  
Fon. +41 56 483 02 20  
Fax. +41 56 483 02 21



„Die kompetente und kundenorientierte Unterstützung von saracus sowohl unserer internen IT-Spezialisten als auch der Fachbereiche ermöglichte uns die termingerechte Einführung einer flexiblen und fortschrittlichen DWH/BI Plattform.“

Thomas Seekirchner,  
Leiter IT Information Management, Sanitas Krankenversicherung



## Generierter Nutzen

### Fortgeschrittene BI-Funktionalität im DWH für Analysten und Business User:

- Die BI-Plattform ist um viele neue CRM Analysebereiche erweitert, z.B. Geschäftsvorfälle, Marketingaktionen, Kundenkontakte, Beschwerden, 360° Kundensicht, Leistungsberatung
- Mehr als 250 Attribute und 130 qualitätsgesicherte Metriken stehen den Power Usern zur Verfügung, z.B. für Analysen zu Durchlaufzeiten und Vertriebskanal-Analysen
- Flexible Masterberichte sind ein Hilfsmittel für Business User um selbst ein „guided Ad-Hoc Reporting“ durchzuführen
- Systemübergreifende Analyse des Vertriebsprozesses von Lead, Offerte, Antrag bis zum Abschluss
- Quantitative und qualitative Vertriebskennzahlen für Erfolgsmessung und Prognosen
- Einfache Selektion von Zielgruppen für Marketingaktionen über Kundenmerkmale
- Etablierung von Closed Loop-Datenflüssen für Feedback-Zyklen

## Regelwerke im DWH ergänzen die Fähigkeiten des CRMs:

- Individualisierte, zeitnahe u. relevante Kundenansprache u. Steuerung des Lead- und Vertriebsprozesses
- Das DWH berechnet (teils durch komplexe Regelwerke) mehr als 80 vollautomatisierte Eventtrigger, die im CRM kundengruppenspezifische Geschäftsvorfälle, Interaktionen oder Marketingaktionen auslösen
- Das DWH berechnet mehr als 110 Kundenpotenziale, die den Kundenberatern im CRM im Gesprächsleitfaden weiterhelfen. Die generische Schnittstelle für Potentiale erlaubt es dem Fachbereich, autonom und ohne IT Anpassungen neue Potentiale zu definieren und diese im CRM zu publizieren
- Komplexe Kennzahlenberechnungen werden im DWH aufbereitet und über eine generische Schnittstelle ins CRM-Cockpit übertragen und den Leistungsberatern angezeigt
- Berechnung eines Leadscores und von anderen Kundenindikatoren zur Steuerung von CRM-Prozessen
- Ein durchdachtes Lösungskonzept für das Leadmanagement mit den Komponenten Leadqualität, Masterdaten-Management, Leadweitergabe, Leadscore, Leadlogik und Leadreporting
- Verzahnung von DWH- und CRM Funktionalität für optimierte Datenflüsse mit klaren Zuständigkeiten

## Aufgaben von saracus

- Projektmanagement und Koordination mit den internen Projektteams und Fachabteilungen
- Durchführung der Business Analyse, Erstellung von Fachkonzepten sowie der technischen Detailkonzepte
- Architekturdesign und Abstimmung aller beteiligten Systeme
- Aufbau der ETL Prozesse mit generischen Komponenten und komplexen Regelwerken
- Datenmodellierung der relationalen Datenschichten (Core DWH, Data Marts, CRM Schnittstellen)
- Modellierung der Informationsobjekte für die Business Intelligence Plattform (MicroStrategy)
- Implementierung, Test und Einführung zusammen mit dem internen Projektteam

## Fazit

Durch das durchdachte Zusammenspiel von CRM und DWH wurden die Kernkompetenzen des CRM Systems mit den Stärken des DWH kombiniert, sodass eine umfassende, pragmatische und leistungsfähige Gesamtlösung entstanden ist.

Die konstruktive Problemlösung und enge Zusammenarbeit zwischen den internen Projektteams, Fachabteilungen und saracus war maßgeblich für die erfolgreiche Umsetzung und Einführung. Neben dem bereits generierten Nutzen wurde eine optimale Grundlage für weitere Innovationen geschaffen.

## Technologie

- Oracle 12c
- BSI CRM
- MicroStrategy
- SQL/PL-SQL
- SVN Subversion

## Warum saracus consulting?

Die folgenden Faktoren sprechen für die Wahl der saracus consulting als Beratungs- und Integrationspartner:

- Seit 1991 zu 100% fokussiert auf Big Data, DWH, BI, CPM und aCRM
- Große Erfahrung mit wichtigen Technologien
- Kombination von Business und IT-Know-How
- Große Anzahl an ausgebildeten und erfahrenen Beratern, um auch große Projekte zeitgerecht fertig zu stellen (Data & Analytics academy)
- Full Service von der Analyse, Konzeption über Systemintegration bis zum Betrieb
- DWH-spezifische Vorgehensmethodik
- 100% verpflichtet auf den Projekterfolg