

h:CRM

Vom Vertrieb bis zur Serviceexzellenz: GKV-Kundenprozesse neu denken!

Unser Verständnis:

Corona hat die Karten neu gemischt – Kundenbeziehungsmanagement wird endgültig digital!

Corona hat viele Schwächen in unserem Gesundheitssystem aufgedeckt: Von der unzureichenden Transparenz im Pandemiemanagement über unzureichende Datenlagen (Stichwort „#datastrophe“), bis hin zu erheblichen Schwächen in der Digitalisierung, für die das berühmt-berüchtigte Faxgerät mehr als nur sprichwörtlich steht.

Zugleich ist die Digitalisierung in der Tiefe der Bevölkerung nicht nur angekommen, sondern weitgehend selbstverständlich geworden: Enkel chatten regelmäßig mit ihren Großeltern, generationenübergreifend verabredet man sich zu Videotelefonaten, -konferenzen etc. Der Einkauf über digitale Plattformen ist für niemanden mehr ein Hexenwerk - ebenso wie das kontaktlose Bezahlen oder Onlinebanking. Ein Zurück zu den Verhältnissen vor der Pandemie ist schlicht nicht mehr vorstellbar. Die Möglichkeit, sich online über alles Mögliche umfassend zu informieren und Vergleiche anzustellen, ist nahezu grenzenlos und wird massenhaft genutzt.

Für Dienstleister wie die gesetzlichen Krankenkassen ergeben sich daraus große Chancen - aber auch ganz erhebliche Risiken, wenn sie ihren Versicherten nicht den Service bieten können, den diese mittlerweile aus anderen Bereichen kennen und dort völlig selbstverständlich nutzen.

Hinzu kommt der Digitalisierungsdruck durch den Gesetzgeber und die Gesundheitspolitik. Genannt seien hier beispielhaft die Einführung der elektronischen Gesundheitsakte (ePA) und die wachsende Bedeutung von sogenannten Digitalen Gesundheitsanwendungen (DiGA), bei denen die gesetzlichen Krankenkassen die Kosten als neue Regelleistungen nach §33a SGB V übernehmen (auch „Apps auf Rezept“ genannt). Der grundsätzliche Trend zur Digitalisierung in der GKV wird aber auch durch das „Gesetz zur Verbesserung des Onlinezugangs zu Verwaltungsleistungen (Onlinezugangsgesetz - OZG)“ verstärkt.

Beim OZG geht es insbesondere darum, den Zugang zu öffentlich-rechtlichen Dienstleistungen zu digitalisieren und damit den Weg zu den Leistungen im Sinne von echter Bürgernähe nachhaltig zu vereinfachen. Im Sinne des OZG werden auch die Sozialversicherungsträger zur öffentlichen Verwaltung gezählt. Folgerichtig sind die Gesetzlichen Kranken- und Pflegekassen ebenfalls dazu verpflichtet, insbesondere den Antragsprozess bestimmter Leistungen digital über ein Krankenkassenportal grundsätzlich bis zum 31.12.2022 anzubieten.

Alle diese Entwicklungen führen dazu, dass die Kundeninteraktionen zwischen Versicherten und Krankenkassen auf neue Beine gestellt werden müssen, um zukunfts- und damit letztendlich auch wettbewerbsfähig zu sein.

Unsere Antwort:

CRM und Vertriebstool - Ganzheitliches Kundenbeziehungsmanagement mit h:CRM

Die hc:VISION sieht sich traditionell als Spezialist für die Verbesserung aller kundennahen Prozesse bei modernen Krankenkassen. Eine zentrale Rolle spielt hier die Umsetzung von Prozessoptimierungen mit Hilfe der eigenen CRM-nahen INTRACON:kv-Lösungswelt und der im GKV-Markt führenden Bürokommunikationslösung INTRACON:bk. Vor diesem Hintergrund und der tiefen Überzeugung, dass sich das Gesundheitswesen in einem nie dagewesen Änderungsprozess befindet, haben wir unsere eigene Lösungswelt weiterentwickelt. Ziel war und ist es, die bewährten Lösungen besser, einfacher und digitaler zu machen, um unseren Kunden einzigartige Werkzeuge für echte Kundenexzellenz in die Hand zu geben.

Das Ergebnis ist unsere flexibel einsetzbare h:CRM-Lösungswelt, die alle wesentlichen Elemente eines klassischen CRM - mit den spezifischen gesetzlichen Leistungsanforderungen der GKV - beinhaltet. Gleichzeitig haben wir jetzt mit unserem sales:FRAMEWORK ein leistungsstarkes GKV-Vertriebstool integriert. Abgerundet wird h:CRM durch eine Qualitätsmanagementlösung, die sicherstellt, dass unsere Kunden laufend ihre Prozesse verbessern können und somit zu echten permanent lernenden Unternehmen werden.

Besonders stolz sind wir aber auf die Möglichkeit, wichtige Leistungselemente aus der INTRACON:bk-Welt friktionsfrei in h:CRM anbinden- bzw. integrieren zu können. Genannt seien hier beispielsweise fancy:FORMS oder unsere neue OMS:plus-Welt mit integriertem Medium-Renderer, OMS-DataCenter und Channel-Manager. Vereinfacht ausgedrückt, stellen wir unseren Kunden damit eine Lösungswelt zur Verfügung, die alle CRM- und vertriebsnahen Prozesse im wahrsten Sinne des Wortes sehr einfach verbindet, operationalisiert und umsetzt - vom digitalen Antrag bis zum klassischen Brief.

Oder mit anderen Worten: Klassische Sachbearbeitungsprozesse werden mit Hilfe von h:CRM zu modernen CRM-optimierten Leistungsprozessen! So wird einerseits der Kundenservice auf ein neues Level gehoben; andererseits wird die Kasse in die Lage versetzt, die eigene Servicequalität ständig zu hinterfragen und just in time zu verbessern.

Was heißt das?

Beispiel 1 - Antragsmanagement:

Sie möchten ihren Antragsprozess, der in der GKV von herausgehobener Bedeutung ist, durch Digitalisierung deutlich kundenfreundlicher gestalten:

- Ihre Kunden wollen möglichst schnell, einfach und von überall ihre Anliegen gegenüber der Krankenkasse formulieren. Sie als Krankenkasse möchten am besten digital - aber mit viel Eigeninitiative und überschaubarem Wartungsaufwand - den Kundenservice gestalten.
- Die Kunden möchten schnell verstehen, was sie tun müssen, um ihre Anliegen gegenüber Ihnen als Krankenkasse korrekt zu adressieren bzw. zu formulieren.

- Ihre Kunden möchten einfache Formulare nutzen, die nicht aus Papier bestehen, sondern per App oder im Web ausfüllbar sind.
- Die Kunden wünschen sich bestmögliche und jederzeit kontextbezogene Hilfe während des Ausfüllens.
- Sie als Krankenkasse benötigen dazu eine Lösung, die sich einfach und logisch in die bestehende Systemumgebung integrieren lässt.
- Aus Sicht der Kasse halten sich idealer Weise die (auch externen) Aufwände für eine Erstbefüllung von Formularen und Informationen in Grenzen.
- Wichtig dabei aus Kassensicht: Der Fachbereich muss Formulare jederzeit schnell, einfach und ohne Spezialkenntnisse erschaffen, weiterentwickeln und anpassen können!
- Idealerweise werden alle Kundenkanäle mit nur einem System versorgt.
- Auch wichtig aus Kassensicht: Möglichst 100% aller Formulare und Fragebögen werden mit nur einem System abgebildet!

Beispiel 2 - Leistungen:

- Über das klassische Leistungsmanagement hinaus wünschen Sie sich als Kasse eine Lösung, die für Ihre Versicherten vollintegriert Mehrwerte identifiziert und anbietet; Sie wollen ihre Kunden durch individuelle Ansprache begeistern und nicht nur Leistungen gewähren oder ablehnen.
- Sie wollen eine Lösung, die nicht nur eine sichere und vereinfachte Sachbearbeitung garantiert, sondern darüber hinaus in den für Sie strategisch bedeutsamen Bereichen eine smarte Form von Leistungssteuerung ermöglicht (z.B. AU-Fallmanagement / Krankengeldfallmanagement etc.).
- Sie wünschen sich, dass rechtlich zwingend vorgesehene Maßnahmen - wie die regelmäßige Fami-Prüfung - für alle Beteiligten nicht nur deutlich vereinfacht wird, sondern auch mit intelligenten Kundenbeziehungs- und Vertriebsmaßnahmen verbunden werden kann.
- Sie wünschen sich eine Lösung, die nicht nur Ihre GKV-Prozesse verbessert, sondern auch die Pflegeleistungen im Blick hat und hier zu echten Arbeitserleichterungen und Qualitätsverbesserungen führt.
- Sie suchen eine vollintegrierte Lösung, die auf der Basis von CRM-Technologie Ihr Versorgungsmanagement auf die Ebene eines modernen HealthCare Relationship Managements hebt.

Möglich werden die zuvor genannten Beispiele durch das einzigartige Zusammenspiel unterschiedlicher strategischer h:CRM-Komponenten mit vollintegrierten operativen Lösungen wie z.B. fancy:FORMS etc., die das GKV-Kundenbeziehungsmanagement auf ein ganz neues digitales Prozessniveau heben. Zugleich ergänzen und verzahnen wir die klassische CRM-Welt mit den Möglichkeiten eines modernen Vertriebstools.

Das Ergebnis ist eine Kundenexzellenzlösung für die GKV, mit den folgenden zentralen Elementen:

CRM:

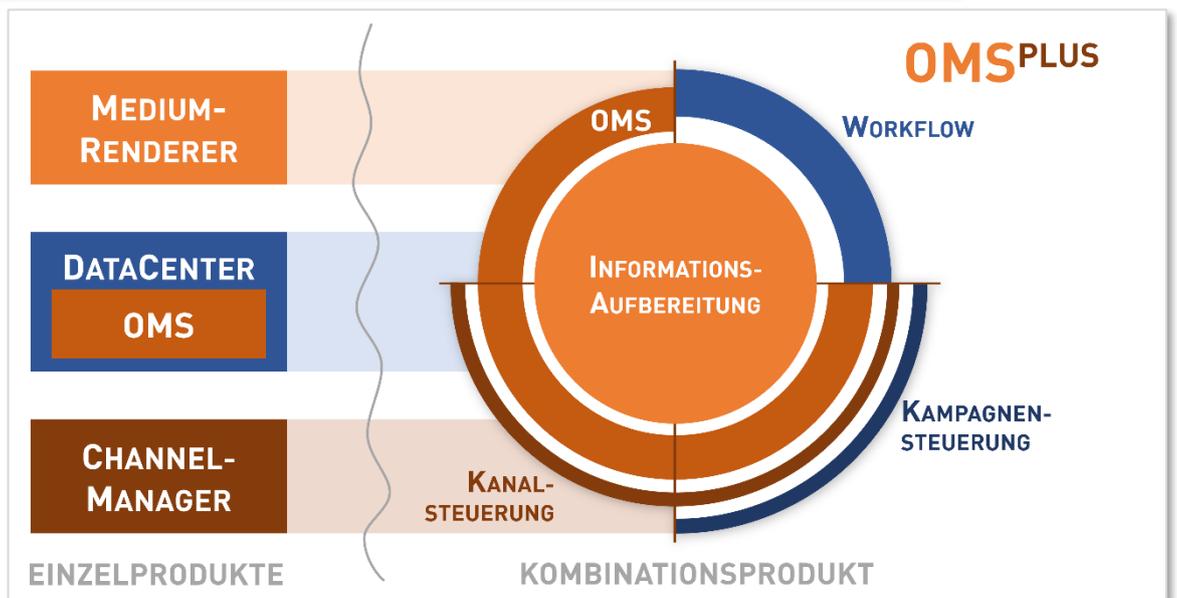
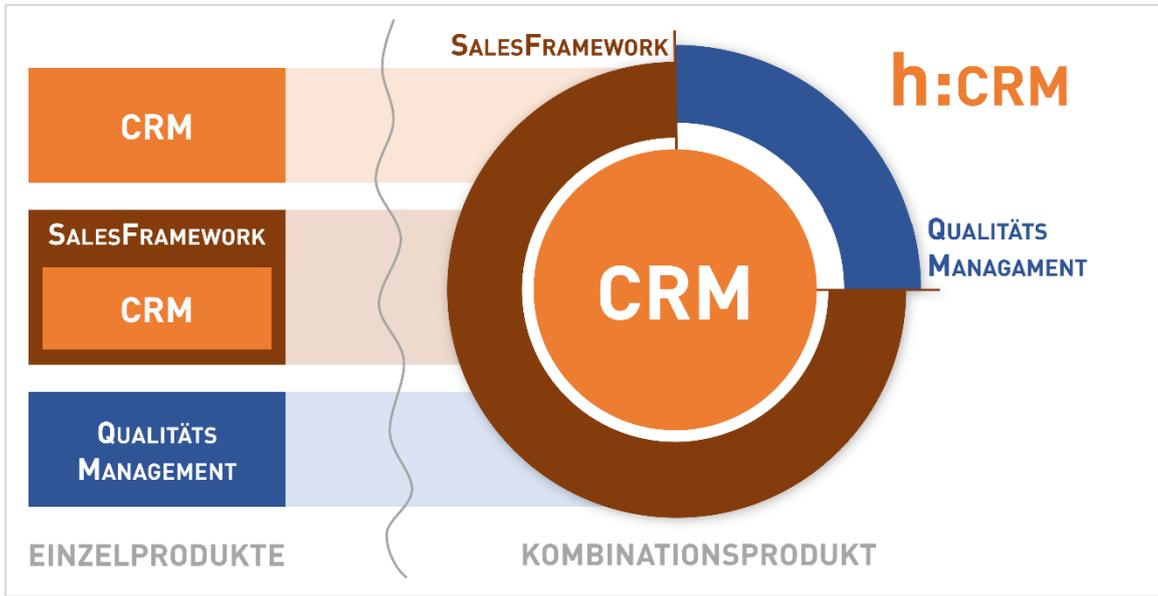
- Daten- und Kontaktmanagement aller relevanten Kundeninformationen.
- Umfassende Berücksichtigung aller GKV-rechtlichen Fragestellungen und Prozessbesonderheiten.
- Basis für umfassende Datenanalysen und daraus resultierender Kampagnen.
- „One Face to the Customer und Serviceoptimierung“: Alle Kundeninformationen – unabhängig vom Kontaktkanal – an einer Stelle und auf einem Blick.
- Unterstützung klassischer Kampagnen zu Kundenbindung - aber auch zur Steuerung von Versorgungsmanagementaktivitäten („HealthCare Relationship Management – HRM“).
- Umfassende Mobil-/Onlineintegration.
- Deutlich vereinfachter Zugang zu Anträgen, optimierte Antragsbearbeitung, Nutzung aller verfügbaren Kontaktkanäle für vereinfachtes digitales Antrags- und Genehmigungsmanagement.

sales:FRAMEWORK:

- Vollständig integrierte Vertriebslösung – Nutzung aller CRM-Funktionalitäten auch für den Vertrieb.
- Identifikation von Vertriebspotential, umfassende digitale Unterstützung aller Vertriebsprozesse von der Ansprache bis zum Vertragsabschluss („Zielkunden- und Interessentenmanagement“).
- Vollautomatische Kontaktmanagement – vom Mitgliedsantrag bis zur Mitgliedschaft, inklusive Haltemanagement.
- Automatisierte Unterstützung von Vertriebskampagnen.
- Vollständige Integration von Vertriebspartnern („Vertriebspartnermanagement“) – Einschließlich Prämienabrechnung; steuern und managen von Firmenkunden als Vertriebspartner.
- Haltemanagement / Rückgewinnungsmanagement.

Prinzipiskizzen

Die wesentlichen Elemente unseres ganzheitlichen h:CRM-Ansatzes sind in der Übersicht:



FANCY FORMS

MEDIUM- RENDERER

OZG
Onlinezugangsgesetz

GESAMTLÖSUNG FÜR REIFEGRAD 4

Das Reifegradmodell

1. Die Leistungsbeschreibung ist online verfügbar und die PDF steht als Download zum Abrufen zur Verfügung. Keine Informationen online verfügbar.
2. Eine Online-Bearbeitung ist grundsätzlich möglich. Nachweise können regelmäßig noch nicht online übermittelt werden.
3. Die Online-Lösung kann grundsätzlich alle Nachweise vollständig digital abgeben/empfangen. Der Prozess wird digital abgebildet.
4. Die Online-Online-Bearbeitung ist online möglich, bei der Daten und Nachweise aus Systemen der Verwaltung abgerufen werden können (statt durch Mitarbeiter und Nutzer getriggert).

QUELLE: BMI

Über uns

Die hc:VISION Technologie GmbH ist ein agiles, mittelständisch geprägtes IT- und Beratungsunternehmen mit Schwerpunkt im Bereich der gesetzlichen Krankenversicherung. Unser Anspruch ist es, DER verlässliche, kompetente und agile IT-Partner für die mittelständische Krankenversicherung zu sein. Im Fokus stehen dabei innovative Lösungen, die echte und dauerhafte Mehrwerte schaffen. Die hc:VISION orientiert sich ausschließlich an den Herausforderungen ihrer Kunden in einer Welt des rasanten digitalen Wandels. Eine zentrale Rolle spielt hier die Umsetzung von Prozessoptimierungen mit Hilfe der eigenen CRM-nahen INTRACON:kv-Lösungswelt und der im GKV-Markt führenden Bürokommunikationslösung INTRACON:bk.

Zu den Kunden der hc:VISION gehören führende Betriebs-, Innungskrankenkassen und Ersatzkassen. Weitere Infos über uns und unsere Lösungen finden Sie unter www.hc-vision.de.

Mit unserem 2020 in Berlin gegründetem Tochterunternehmen, der hc:SPIRIT (www.hc-spirit.de), das sich schwerpunktmäßig mit Marktforschung im Gesundheitswesen – insbesondere in der GKV - beschäftigt, verfügen wir zudem über einen tiefen und unmittelbaren Zugang zur kundenseitigen Bewertung der in unserem Markt relevanten IT-nahen Kundenprozesse. Die sich daraus ergebende umfangreiche und regelmäßige Stärken-Schwächen-Analyse fließt unmittelbar in unsere Produktentwicklung mit ein und sichert uns einen wichtigen Informationsvorsprung im Hinblick auf „Trends“ und Kundenwünsche.

Die hc:SPIRIT gehört bereits nach einem guten Jahr Marktpräsenz zu den führenden Marktforschungsinstituten für das Gesundheitswesen. Zu den Kunden gehören nahezu alle großen Krankenkassen in Deutschland.