



## Beratungserlebnis per App – für Kunde und Vermittler

**ZOUHAIR HADDOU-TEMSAMANI**,  
Hauptabteilungsleiter Vertrieb Innendienst  
/ Produktmanagement bei der ARAG SE



*Ein nachhaltiges Beratungserlebnis für den Kunden, ein moderner Beratungsprozess ohne Medienbrüche für den Vermittler und eine automatisierte Beratungsdokumentation – alles über ein System. Geht nicht? Doch, zeigte die ARAG SE mit der Entwicklung einer App, die Kunden und Vermittler gleichermaßen begeistert. Ein Team, bestehend aus Mitarbeitern der ARAG, ARAG IT, Cegeka und einer Partneragentur, setzte das Projekt innerhalb eines Jahres in time und Budget erfolgreich um.*

Interview mit Zouhair Haddou-Temsamani, Hauptabteilungsleiter Vertrieb Innendienst / Produktmanagement bei der ARAG SE, und Markus Rehwald, Project Manager FINAS bei Cegeka Deutschland GmbH.

**Herr Haddou-Temsamani, was war für Sie als Initiator der Auslöser dafür, ein solches Projekt anzugehen?**

**Zouhair Haddou-Temsamani:** „Wir waren damals in der Situation, dass wir aus Kundensicht zwar ausgezeichnete Produkte hatten, unsere Vermittler aber mit den IT-gestützten Vertriebsprozessen unzufrieden waren. Befragungen in allen Geschäftsstellen zeigten ein eindeutiges Feedback: zu langsam, zu umständlich, nicht schick, smart und zeitgemäß. Um das besser nachvollziehen zu können, habe ich selbst Kundenberatungen durchgeführt und erlebt, mit welchen

### HERAUSFORDERUNG

- Entwicklung einer **Beratungs-App** für den Vertrieb
- Durchgängige, **digitale Vertriebsprozesse**
- Automatisierte Beratungsdokumentation

### VORGEHEN

- Implementierung einer **individuellen Beratungslogik** auf Basis der FINAS Anwendungen
- Einsatz **agiler Methoden** (Scrum, TDD, Pair Programming, CI/CD).
- Integration einer Drucklösung zur Erzeugung des Beratungsprotokolls

### LÖSUNG

- Agile Development
- Beratung
- FINAS Finanzanalyse
- FINAS Output Management

[www.arag.de](http://www.arag.de)

Herausforderungen unser Vertrieb zu kämpfen hatte: häufige, nicht verständliche Medienbrüche, zwingende Mehrfacheingaben und wiederholtes Abfragen derselben Informationen vom Kunden, lange Wartezeiten, die überbrückt werden müssen, und zusätzlich noch die „psychologische“ Barriere, die die Arbeit mit dem Notebook mit sich bringt. Das war äußerst aufschlussreich.

Wir haben daraufhin beschlossen, eine moderne, intuitiv bedienbare App zu entwickeln, die das Kundengespräch effizient unterstützt und ein hohes Maß an Interaktivität bei Beratung und Verkauf bietet. Der Vorstand gab grünes Licht und räumte dem Projekt für ein Jahr lang höchste Priorität ein. So hatten wir unter anderem freie Hand hinsichtlich der Zusammenstellung des Teams und konnten die geeignetsten Mitarbeiter aus IT, Vertrieb und Produktmanagement in das Projekt mit einbinden.

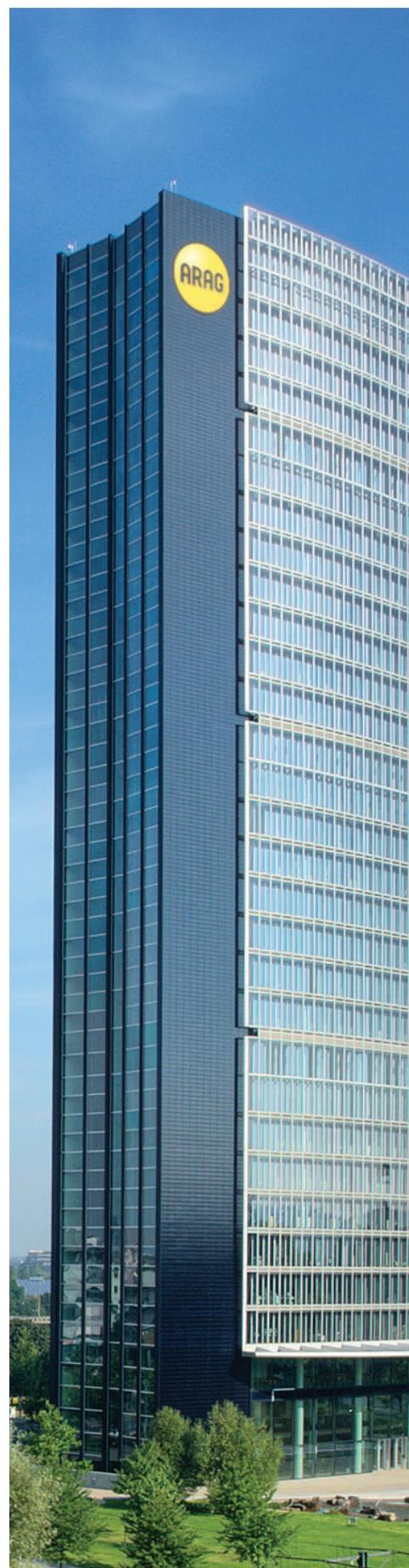
### **Welche Anforderungen stellte das Management an die App?**

**Zouhair Haddou-Temsamani:** Von unserer Seite gab es nur drei Anforderungen. Die App sollte ein nachhaltiges Kundenerlebnis schaffen. Sie sollte unserem Vertrieb einen modernen, friktionslosen Beratungsprozess über alle Produkte für Privat- und Gewerbekunden bieten. Und die Beratungsdokumentation sollte so weit wie möglich automatisiert ablaufen. Unser Ziel war es, die Zufriedenheit von 90 Prozent im Vertrieb signifikant zu erhöhen. Alles Weitere hat das Team, bis auf wenige regulatorisch bedingte Ausnahmen, eigenständig entschieden.

### **14 Monate hat es gedauert von der Idee bis zur fertigen Lösung. Was waren aus Ihrer Sicht die wesentlichen Erfolgsfaktoren?**

**Zouhair Haddou-Temsamani:** Die frühe, enge Einbindung unseres Stammvertriebs in das Projekt war extrem wichtig für die Akzeptanz und Zufriedenheit. Bei der Auswahl, welche Wünsche des Vertriebs umgesetzt werden und welche nicht, haben wir nicht nur auf strategische oder ökonomische Relevanz geachtet, sondern auch die emotionale Bedeutung berücksichtigt. Sie finden in der App zum Beispiel auch kleinere Nischenprodukte mit eher geringen Beständen. Diese haben wir mit eingebunden, da es vom Vertrieb als hilfreich bewertet wurde. Das oft gefürchtete ausufernde Wunschkonzert blieb übrigens aus. Es wurde nichts eingefordert, was nicht wirklich in der Praxis gebraucht wird. Dass das Kernteam auch vor Ort in den Geschäftsstellen mitgearbeitet und den Vertrieb auf seinen Kundenbesuchen begleitet hat, förderte die Akzeptanz zusätzlich und löste so manches Aha-Erlebnis aus.

Die agile Vorgehensweise im Projekt war ein weiteres zentrales Schlüsselement. Die Entwicklung erfolgte schrittweise im Turnus zweiwöchentlicher Sprints. Das Team arbeitete dabei komplett eigenverantwortlich. Führung spielte in den verschiedenen Meetings und Workshops keine Rolle, jegliche Kommunikation zwischen den Beteiligten fand auf Augenhöhe statt. Fast alle Entscheidungen wurden innerhalb des Projekts getroffen – unter anderem auch, die neue Lösung mit einem Big Bang einzuführen. Es war für uns als Führungskräfte nicht immer leicht, uns zurückzuziehen und das Team einfach machen zu lassen. Aber es hat sich gelohnt. Das gemeinsame Verständnis, die Motivation im Team sowie das große Commitment in Bezug auf die



Erreichung der Meilensteine des Projekts war beeindruckend. Das Team hat wirklich hervorragende Arbeit geleistet.

Ebenso wichtig war, dass wir uns Hilfe von externen Spezialisten geholt haben. Ein Grundsatz der ARAG ist, dass wir uns darauf konzentrieren, worin wir gut sind. Andere Themen geben wir gern in vertrauensvolle Hände von Kooperationspartnern. Für die technische Realisierung der App-Beratungslogik haben wir daher Cegeka als IT-Partner mit ins Boot geholt. Als Teil des Teams steuerte Cegeka nicht nur technologisches und fachliches Know-how bei, sondern brachte viele nützliche Anregungen und neue Ideen in das Projekt mit ein. Der Umgang miteinander war immer fokussiert, offen und professionell.

Nach Einführung der App war zudem die intensive Begleitung des Vertriebs essenziell. Neben Roadshows, haben wir umfangreiches Schulungsmaterial sowie How-to-Videos bereitgestellt und für zwei Monate eine Helpline eingerichtet. Ein Team von 60 Mitarbeitern hat hier bei allen Fragen und Problemen weitergeholfen – angefangen bei „Wo finde ich die Apple-ID?“ bis hin zu „Was mache ich, wenn ich keinen Empfang habe?“.



Als Teil des Teams steuerte Cegeka nicht nur technologisches und fachliches Know-how bei, sondern brachte viele nützliche Anregungen und neue Ideen in das Projekt mit ein.

**ZOUHAIR HADDOU-TEMSAMANI** - Hauptabteilungsleiter Vertrieb  
Innendienst / Produktmanagement bei der ARAG SE

## ÜBER ARAG

Die ARAG ist das größte Familienunternehmen in der deutschen Assekuranz und versteht sich als vielseitiger Qualitätsversicherer. Neben ihrem Schwerpunkt im Rechtsschutzgeschäft bietet sie ihren Kunden in Deutschland auch attraktive, bedarfsorientierte Produkte und Services aus einer Hand in den Bereichen Komposit, Gesundheit und Vorsorge. Der ARAG Konzern ist heute in insgesamt 17 Ländern über Niederlassungen, Gesellschaften und Beteiligungen aktiv – in Deutschland, weiteren europäischen Märkten sowie in den USA und Kanada. Mit mehr als 4.100 Mitarbeitern erwirtschaftet der Konzern ein Umsatz- und Beitragsvolumen von rund 1,7 Milliarden €.

## Herr Rehwald, Cegeka war im Projekt an der technischen Umsetzung beteiligt. Was hieß das konkret?

**Markus Rehwald:** Wir haben die zugrundeliegende Beratungslogik für den Beratungsprozess in der App erstellt und die Beratungsdokumentation umgesetzt. In den ersten Gesprächen war noch angedacht, unsere Standardanwendung zur ganzheitlichen Beratung mit der bereits bestehenden ARAG Vertriebs-App zu verknüpfen. Im Rahmen des weiteren Austauschs haben wir aber festgestellt, dass diese Lösung nicht optimal ist, da es aus Sicht des Nutzers wieder zu einem Medienbruch käme. Der bessere Weg war die Beratungslogik direkt in die App einzubinden. Im Rahmen eines POC haben wir im nächsten Schritt zusammen mit den ARAG Kollegen die technische Integration erarbeitet und verifiziert und dann, mit der FINAS Software als Grundlage, eine individuell auf die Bedürfnisse der ARAG zugeschnittene Beratungslogik implementiert. Mit Hilfe der Beratungslogik kann der Bedarf des Kunden über alle Themenfelder (Recht/Absicherung, Gesundheit und Vorsorge) erhoben, der spezifische Fragenkatalog für die Produktempfehlung erzeugt sowie die Produktempfehlung selbst ermittelt werden. Die Anbindung der Beratungslogik an die App erfolgt via Webservice. Das Lieferartefakt wird als Docker-Image an die ARAG ausgeliefert. Für die Umsetzung der Beratungsdokumentation haben wir unsere Drucklösung FINAS Output Management integriert, über die automatisch ein Beratungsprotokoll mit allen Kundeninformationen, der Produktempfehlung, ausführlicher Begründung für die Empfehlung sowie der Kundenentscheidung erstellt wird.

## Wie sieht die Situation heute aus? Haben Sie Ihr Ziel erreicht?

**Zouhair Haddou-Temsamani:** Unsere Prozesse sind effizienter, schneller geworden und wir haben eine Menge Papier eingespart. Unsere Dunkelverarbeitungsquote im Neugeschäft wurde drastisch gesteigert. Nach Vertragsabschluss erhält der Kunde seine Police direkt per E-Mail zugesandt, was vorher ohne durchgängig digitalen Prozess allein wegen der Postlaufzeit schon mal einige Wochen dauern konnte. Im Vertrieb konnten wir relativ schnell die ersten Auswirkungen sehen. Durch die frühzeitige Einbindung des Vertriebs, das agile Vorgehen und die umfassende Begleitung nach der Einführung, haben wir unser gestecktes Ziel hinsichtlich der Zufriedenheit unserer Vermittler erreicht. Das Feedback ist durchweg positiv und das spiegelt sich auch direkt in den gestiegenen Umsatzzahlen und der erhöhten Cross-Selling-Quote wider.



*“Wir haben die zugrundeliegende Beratungslogik für den Beratungsprozess in der App erstellt und die Beratungsdokumentation umgesetzt.”*

**MARKUS REHWALD**

Project Manager FINAS bei  
Cegeka Deutschland GmbH