



RESULTATE

48 Erfolgsgeschichten

INHALT

KOMMUNIKATION & MEDIEN

| | |
|--|----|
| Vorwort des Vorstands | 4 |
| EE | 6 |
| Großer nationaler Telekommunikationsanbieter | 8 |
| Orange Business Services | 10 |
| Sprint | 12 |
| TalkTalk | 14 |
| Telecom Italia | 16 |
| Telstra | 18 |
| Vodafone | 20 |

ENERGIE- & VERSORGUNGS-WIRTSCHAFT

| | |
|-----------------------|----|
| Vorwort des Vorstands | 22 |
| Britischer Versorger | 24 |
| Öl- und Gasriese | 26 |

FINANZDIENSTLEISTUNGEN

| | |
|----------------------------------|----|
| Vorwort des Vorstands | 28 |
| Alfa-Bank | 30 |
| American Express | 32 |
| Weltweit agierende Geschäftsbank | 34 |
| Ibsbank | 36 |
| Große US-Retail-Bank | 38 |
| Große Universalbank | 40 |
| Markit | 42 |
| Multinationale Bank | 44 |
| Royal Bank of Scotland | 46 |

BEHÖRDEN

| | |
|---|----|
| Vorwort des Vorstands | 48 |
| California Franchise Tax Board | 50 |
| Gerichte des Staates New Jersey | 52 |
| New South Wales Transport Management Centre | 54 |
| Schwedischer Dachverband der Arbeitslosenversicherungen | 56 |
| U.S. Department of Veterans Affairs | 58 |

GESUNDHEITSWESEN

| | |
|-------------------------|----|
| Vorwort des Vorstands | 60 |
| CareFirst | 62 |
| Fallon Health | 64 |
| Health Alliance Plan | 66 |
| MGen | 68 |
| UnitedHealthcare Global | 70 |
| United Healthgroup | 72 |

VERSICHERUNGEN

| | |
|------------------------------------|----|
| Vorwort des Vorstands | 74 |
| Aegon | 76 |
| CSAA | 78 |
| Globale Versicherungsgesellschaft | 80 |
| Führendes Versicherungsunternehmen | 82 |
| Xchanging | 84 |

LIFE SCIENCES

| | |
|--|-----|
| Vorwort des Vorstands | 86 |
| Alere | 88 |
| C3i Healthcare Connections | 90 |
| Globales Auftragsforschungsinstitut | 92 |
| Globaler Medizingerätehersteller | 94 |
| Pfizer | 96 |
| Weltweit führendes Biotech-Unternehmen | 98 |
| TransCelerate BioPharma Inc. | 100 |

FERTIGUNG & HIGHTECH

| | |
|--|-----|
| Vorwort des Vorstands | 102 |
| Gigant der Automobilindustrie | 104 |
| Weltweit führendes Hightech-Unternehmen | 106 |
| Weltweit führender Hersteller von Energieerzeugungsanlagen | 108 |
| Führender nationaler BPO-Anbieter | 110 |
| Führender US-Automobilhersteller | 112 |
| Führender US-Automobilhersteller | 114 |



KOMMUNIKATION & MEDIEN

VORWORT DES VORSTANDS



Kommunikationsdienstleister (Communication Service Provider) erleben eine historisch einzigartige Situation. Sie haben die einmalige Chance, ihren Kunden einen erstklassigen Service zu bieten und den Shareholder Value massiv zu erhöhen. Die Kunden wünschen sich bessere Selbstbedienungsmöglichkeiten und effizientere Abläufe zwischen physischer und virtueller Welt. Beide Initiativen versprechen beträchtliche Kosteneinsparungen und massive Umsätze.

Wir haben das schon einmal erlebt. Die Kunden von Google und Amazon klicken gern auf Werbeangebote und kaufen die vorgeschlagenen Produkte, weil die Angebote und Empfehlungen im Kontext ihrer aktuellen Suche bzw. Einkaufstour tatsächlich relevant sind. So bietet Uber seinen Kunden einen außergewöhnlichen Service, indem sie die Online- und Offline-Welten integrieren und den Kundenkontext von einer mobilen App an einen echten Fahrer weitergeben. Die Bilanz für diese Unternehmen? Geringere Kosten, höhere Umsätze, glücklichere Kunden.

Natürlich ist es für CSPs nicht so einfach, den Kundenservice zu revolutionieren, wie für Google, Amazon und Uber. Denn sie haben es mit komplexen Produkten und Tarifplänen, IT-Bestandsystemen, isolierten Kanälen zu tun und sind während des gesamten Kundenlebenszyklus mit nicht sonderlich nachhaltigen Entscheidungen konfrontiert. Einigen Branchengrößen gelingt dieser Spagat allerdings. Diese führenden Unternehmen stützen sich auf Geschäftsdaten und Technik, um aus Informationen personalisierte Erkenntnisse und entsprechende Maßnahmen abzuleiten.

Pegasystems arbeitet mit führenden CSPs, um den Kundenservice zu verbessern und gleichzeitig ein deutliches Umsatzwachstum sowie Kosteneinsparungen zu erreichen. Typische Ergebnisse: 40 % Steigerung beim Net Promotor Score, 300 % Steigerung bei den Verkaufsabschlüssen, 10 bis 20 % weniger Kundenabwanderung und um 15 bis 20 % kürzere Bearbeitungszeiten.

Hier erfahren Sie, wie Pega mit den größten und besten CSPs zusammenarbeitet, um den Kundenservice zu revolutionieren. Bei Fragen können Sie sich gern an mich wenden:
steve.rudolph@pega.com.

Steve Rudolph

Vice President and Business Line Leader, Communications & Media, Pegasystems



MEHR UMSATZ DURCH DIREKTEN KUNDENDIALOG

Geschäftsziele

- Höhere Konversionsraten durch Angebote, die den Kundenbedürfnissen besser entsprechen
- Umsatzmaximierung pro Abschluss durch Verständnis des Kundenverhaltens
- Besserer Kundenservice durch relevantere Angebote
- Senkung der Betriebskosten durch weniger ungeeignete Angebote

Ergebnisse

- Verdreifachung der unterbreiteten Angebote
- Vervierfachung der angenommenen Angebote
- Steigerung der Umsätze aus Cross-/Up-Selling um 62 %
- Steigerung des Net Promoter Score um 5 %
- Neue Angebote sind innerhalb von zwei Tagen abrufbar und nicht erst nach Wochen

31 Millionen Kunden ▪ 11.000 Agenten, Filialmitarbeiter und Kundenberater

„Wir können unsere Analysen jetzt im operativen Geschäft einsetzen und umsetzen. Wir können sie im Vertrieb nutzen. Dabei können wir den Kundenwert und unsere strategischen Ziele einblenden. So konnten wir unsere Next-Best-Action-Angebote verdreifachen und die Annahmequote vervierfachen.“

Suzanne Woolley,
Head of Customer Base Management, EE

HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Personalisierte Angebote für höheren Ertrag

Die Marketingchefs von EE wollten den Ertrag aus dem Bestandskundengeschäft durch effizienteres Cross- und Up-Selling steigern.

Der Kommunikationsdienstleister agierte auf einem gesättigten Markt mit rückläufigen Umsätzen, und mit herkömmlichen Marketingkampagnen konnte kein Geschäft generiert werden, das diesem Trend hätte entgegenwirken können.

Daher setzte das Unternehmen ein Tool ein, mit dem die Vertreter dem Kundenstamm zusätzliche Produkte und Leistungen anbieten konnten. Allerdings waren die Cross- und Up-Selling-Empfehlungen sehr unspezifisch. Aufgrund der niedrigen Konversionsrate zweifelten die EE-Agenten am Erfolg der Empfehlungen. Also orientierten sich die Angebote an Erfahrung und Wissen der Agenten, und während einige wenige Vertriebsstars die Angebote erfolgreich platzierten konnten, gelang dies den meisten nicht.

EE wollte die Umsätze aus Cross- und Up-Selling nachhaltig steigern. Dazu wollte das Unternehmen seinen Agenten Empfehlungen an die Hand geben, die auf einem vertieften Verständnis des Kundenverhaltens, der Kaufbereitschaft der Kunden sowie der Wirtschaftlichkeit der Angebote basierten. Dabei sollte die ausgewählte Lösung auch auf die strategischen und wirtschaftlichen Ziele des Unternehmens abgestimmt werden.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Optimale Angebotsstrategie für jeden Kunden

Das EE-Team entschied sich für Pega Marketing und den Customer Decision Hub, um in Echtzeit die besten Angebote für die einzelnen Kunden festlegen und den Agenten bereitstellen zu können.

Mit dem Pega-Tool konnte EE, den Echtzeit-Kundenkontext und Big-Data-Analysen dazu nutzen, die optimale Angebotsstrategie für die einzelnen Kunden zu entwickeln. Die in die Standarddialoge aller agentengestützten Kanäle integrierte Cross-/Up-Selling-Funktion lieferte den Agenten für jeden Kunden die jeweiligen drei Top-Angebote. Die Genauigkeit der Empfehlungen sorgte dafür, dass alle Agenten ohne weitere Schulung für einen erfolgreichen Vertrieb ausgerüstet waren.

Die Lösung von Pega war auch flexibel genug, um auf den umkämpften und sich schnell wandelnden Markt reagieren zu können. EE konnte jetzt neue Angebote innerhalb weniger Tage unterbreiten, und nicht erst nach Wochen. Pega bot darüber hinaus als „Decision Hub“, der die verschiedenen Kanäle verbindet und unabhängig von Kanal bzw. Angebotsannahme des Kunden Echtzeit-Empfehlungen ausspricht, echte kanalübergreifende Unterstützung.

RESULTAT:

EE vervierfachte seine Angebotserfolge bei Kunden

Pega wurde zunächst in den agentengestützten Kundenbindungskanälen eingeführt. Schnell waren positive Entwicklungen erkennbar, und die Lösung wurde in allen agentengestützten

Kanälen eingeführt. EE konnte die Zahl der angenommenen Angebote vervierfachen und damit je Cross-/Up-Selling-Transaktion einen zusätzlichen Umsatz von £4 erwirtschaften.

90 % der angenommenen Angebote stammten aus den drei Top-Empfehlungen. Jetzt fühlen sich die Agenten gut dafür gerüstet, die richtigen Angebote zu verkaufen, und sie können die Ergebnisse anhand der Leistungskennzahlen auch ohne Weiteres überprüfen.

Auch die Kunden sind zufriedener. EE konnte den Net Promoter Score (NPS) für Kunden, die eine Next-Best-Action-Empfehlung erhalten hatten, um 5 % steigern. Dabei hatten die Kunden nicht das Gefühl, dass ihnen etwas aufgeschwatzt wird, sondern sie führten mit den Agenten konstruktive Gespräche.

Inzwischen geht EE besser auf die Bedürfnisse des Marktes ein. Das Unternehmen kann jetzt bei entsprechendem Bedarf innerhalb von zwei Tagen neue Angebote unterbreiten. EE will jetzt Entscheidungen auch auf andere Kundenserviceanwendungen wie Sprachdialogsysteme anwenden.



EE gehört zur BT Group und ist der größte Mobilfunkbetreiber in Großbritannien; das Unternehmen bietet seinen Kunden Mobil- und Festnetzdienste. EE bedient über 31 Millionen Kunden und betreibt mehr als 550 Filialen in Großbritannien.



AUTOMATISIERUNG GEWÄHRLEISTET SCHNELLEN ROI

Geschäftsziele

- Verringerung der durchschnittlichen Bearbeitungszeit
- Optimierung zentraler Aufgaben der Kundenberater (CSR)
- Realisierung jährlicher Kosteneinsparungen

Ergebnisse

- Minimaler Schulungsbedarf für CSRs
 - Verringerung der durchschnittlichen Bearbeitungszeit um neun Sekunden je Anruf
 - Wertschöpfung von 2 Millionen Dollar
 - Vermiedene Kosten von 18 Millionen Dollar
-

„ Durch Roboter-Automatisierung konnten wir signifikante jährliche Einsparungen erzielen, die durchschnittliche Bearbeitungszeit senken und den Schulungsbedarf unserer CSRs auf ein Minimum reduzieren. “

Manager, Entwicklung und Informationstechnologie,
US-Telekommunikationsanbieter

HERAUSFORDERUNG UND VISION: **Verbesserung der Serviceeffizienz durch Automatisierung**

Die komplexe Desktopumgebung des Telekommunikationsunternehmens umfasste neben veralteten Desktop-Anwendungen auch serverseitige Anwendungen. Das Unternehmen musste die Effizienz seiner Kundenberater (Customer Service Representatives - CSR) verbessern und dazu ganz unterschiedliche Bereiche der Kundendienstumgebung zusammenführen, so unter anderem eine Mischung aus Windows- und Web-Anwendungen, die teilweise auf den Benutzer-Desktops selbst liegen oder über Citrix dorthin gestreamt wurden. Die CSRs arbeiteten unter Zeit- und Aufgabendruck, denn sie mussten bei ihrer Arbeit zwischen mehreren Anwendungsfenstern hin- und herwechseln und in zahlreichen Feldern manuelle Eingaben vornehmen, kopieren und einfügen. Compliance-Themen wie vorgeschriebene Verfahren oder die Kommunikation regulatorischer Informationen wurden nicht automatisch abgehandelt.

SO KONNTE PEGA HELFEN: **Schnelle Beschleunigung der Prozesse bei minimalem Schulungsaufwand**

Das Telekommunikationsunternehmen führte das System zunächst auf 1.500 Arbeitsplatzrechnern ein, erweiterte die Implementierung dann auf 5.000 und schließlich auf 14.000 Computer. Pega Robotic Automation lieferte innerhalb kurzer Zeit zahlreiche Prozessverbesserungen, die bei minimalem Schulungsaufwand zu schnelleren

Bearbeitungszeiten (Call Handling Times) und verbesserter Compliance führten. Wie in vielen Unternehmensumgebungen üblich, gehörte zu den Desktopanwendungen eine Reihe von Bestands-Software ohne Programmierschnittstellen (API). Durch Einsatz von Pega Robotic Automation konnte das Unternehmen eine Vielzahl von Einzelsystemen integrieren, darunter Windows-, Web- und PowerBuilder-Anwendungen, ohne auf die eigentlichen Anwendungen zugreifen oder diese verändern zu müssen.

RESULTAT:

ROI zügig realisiert und Millionen gespart

Mit Pega Robotic Automation verringerte sich die durchschnittliche Bearbeitungszeit um neun Sekunden je Anruf, was einer jährlichen Einsparung von 18 Millionen Dollar entspricht. Die Implementierung war nach vier Monaten abgeschlossen und der Return on Investment (ROI) umgehend realisiert. Jede eingesparte Sekunde bei Callcenter-Mitarbeitern (Löhne und Gehälter, Leistungen, Callcenter-Verwaltungskosten) bedeutete für das Unternehmen jährliche Einsparungen in Höhe von 2 Millionen Dollar. Die CSRs waren mit der Bedienung von Symbolleiste, Funktionen und Automatisierungen schnell vertraut – neue Verfahren, Behelfslösungen oder Unterbrechungen gab es nicht. Automatische Kreuzlisten, Kopierfunktionen und andere Prompts sorgten dafür, dass die CSRs eventuelle Kundenfragen zeitnah und relevant beantworten bzw. den Agenten die im jeweiligen Bearbeitungsschritt geforderten Informationen rechtzeitig zur Verfügung stellen konnten.

GROSSER NATIONALER TELEKOMMUNIKATIONSANBIETER

Das Telekommunikationsunternehmen ist ein nationaler Anbieter von Mobilfunk- und Messaging-Diensten in den USA. Es beschäftigt über 30.000 Mitarbeiter.



MEHR INNOVATION UND AGILITÄT BEI OBS

Geschäftsziele

- Maßgeschneiderte B2B-Lösungen
- Mühelose Anpassung an komplexe Kundenprojekte
- IT-Vereinfachung und bessere personalisierte Beziehungen
- Bessere Übersicht und Kontrolle der Abwicklung
- Kürzere Markteinführungszeiten für B2B-Leistungen

Ergebnisse

- 30 % höhere Liefereffizienz
- 50 % weniger abgebrochene Arbeiten
- 50 % weniger Nacharbeiten
- 10 % kürzere Markteinführungszeiten

„Wir zeigen [mit der Pega-Lösung], dass wir sehr schnell sein können – selbst zu schnell für das Marketing. IT zu schnell für das Marketing? Das ist recht selten, aber wir sind stolz darauf.“

Jean-Jacques Gaouyer
Director IT, Orange Business Services



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Personalisierte Interaktionen, maßgeschneiderte B2B-Lösungen

Der Bereitstellungsprozess für Unternehmensservices gestaltete sich bei OBS von Natur aus dynamisch und komplex und erforderte zahlreiche Arbeitsgruppen, Partner und Kompetenzen. OBS wollte die Abläufe von der Bestellung bis zur Umsetzung optimieren, stand aber vor drei Herausforderungen: Die IT-Werkzeuge waren veraltet, die Geschäftsprozesse waren ungeeignet, und es fehlte die Fähigkeit, sich schnell an Veränderungen anzupassen.

Die IT-Systeme waren nicht leistungsstark genug bzw. konnten Informationen nicht rechtzeitig bereitstellen. Dadurch ergaben sich gravierende Verzögerungen bei Servicebereitstellung und Produktlieferung. Wenn bei einem Techniker am Tag vor dessen Urlaubsbeginn ein Auftrag einging, verzögerte sich die Lieferung um Wochen. Was fehlte, waren transparente Prozesse, Aufträge wurden nicht weitergeleitet und es gab auch kleine Eskalationen. Darüber hinaus ließen sich die IT-Systeme nicht an geänderte Geschäfts- und Kundenanforderungen anpassen. Das Ergebnis: unzufriedene Kunden und langsame Markteinführung.

OBS wollte seine Geschäftsabläufe digital umgestalten und bei Auftragsmanagement sowie Bereitstellung der Telekommunikationsdienste beginnen. So sollte das Geschäft agiler und der Service für die größten Kunden verbessert werden.

Mit dem Programm SALTO versuchte das Unternehmen, den verschiedensten Kunden, von Kleinbetrieben bis zu multinationalen Konzernen, maßgeschneiderte Lösungen anzubieten.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Transformierte Geschäftsabläufe für mehr Agilität

OBS entschied sich für Pega, weil die Lösung in der Lage war, komplexe Bestellungen maßgeschneiderter Lösungen in einem Großunternehmen erfolgreich abzuwickeln. Das SALTO-Programm zielte auf einen besseren Kundenservice. Dazu sollten die Aufgaben – je nach Verfügbarkeit und Kompetenzen – intelligent auf die Arbeitsgruppen verteilt werden.

Darüber hinaus sollte das Programm geführte Lieferprozesse gewährleisten und den Teams den gemeinsamen Zugriff auf Echtzeit-Informationen ermöglichen. Bei Fehlern, so wollte es OBS, sollten die zuständigen Beteiligten sofort informiert werden, um Risiken proaktiv zu mindern.

Da unerwartete Änderungen bei B2B-Lieferung an der Tagesordnung sind, sollte SALTO auch solche Änderungen berücksichtigen. SALTO stellt sicher, dass für jede Kundensituation der optimale Prozess gewählt wird. Erreicht wird dies durch seine modularen, wiederverwendbaren „Prozessbausteine“, die immer den bestmöglichen Bereitstellungsprozess orchestrieren. Damit verringert sich auch die Zeit für die Einführung neuer Dienste sowie für die Erschließung neuer Märkte.

RESULTAT:

Verkürzung der Lieferzeiten um 30 %

Mit der Case-Management-Funktion von Pega konnte OBS die Kundenkommunikation um 30 % verbessern. Mit SALTO sind jetzt alle Benachrichtigungen und Informationsanfragen und damit auch die gesamte Kommunikation absolut transparent.

Durch die Zusammenarbeit mit Pega hat OBS seine Bereitstellungszeiten um 30 % verkürzt, und dank der Abwesenheitsfunktion von SALTO konnte die Anzahl der durchs Raster gefallenen Aufträge um 50 % reduziert werden. Durch die intelligente Weiterleitung und Arbeitsautomatisierung von Pega werden Aufgaben nun immer dem am besten geeigneten Mitarbeiter zugewiesen. Nacharbeiten konnten dadurch um die Hälfte reduziert werden. Die Markteinführungszeit für neue Dienste hat sich um 10 % beschleunigt.

Mit Pega hat OBS sechs Systeme in einem System konsolidiert und so die Gesamtbetriebskosten (TCO) drastisch gesenkt.



Orange Business Services (OBS) ist ein Anbieter von Kommunikationsprodukten und -diensten für internationale Unternehmen. Das Unternehmen bietet Produkte und Leistungen für weltweit agierende Unternehmen in den Bereichen Cloud-Computing, Unified Communications sowie Collaboration. OBS ist in über 220 Ländern und Gebieten aktiv und beschäftigt mehr als 30.000 Mitarbeiter in 166 Ländern.



EXZELLENTE KUNDENBINDUNG IN REKORDZEIT

Geschäftsziele

- Mehr Kunden anwerben und halten
- Effizienz und Effektivität der Agenten steigern
- Aufbau personalisierter Kontakte zu Kunden
- Grundlegende Transformation der Kundenbetreuung

Ergebnisse

- 10 % Reduzierung der Kundenabwanderung
- 40 % Steigerung des Net Promoter Score für Transaktionen
- 40 % mehr Kunden, die zusätzliche Leistungen in Anspruch nehmen
- 800 % Steigerung im Upgrade-Geschäft

7.500 Betreuer ▪ Vier Callcenter ▪ 5.000 Filialen (direkt und indirekt)
▪ Unterstützung regionaler Marketingkampagnen

„Pega bietet intelligente Lösungen, die unseren Agenten helfen, für jeden Kunden die richtige Aktion zum richtigen Zeitpunkt auszuwählen. Das unterscheidet sich deutlich von der herkömmlichen Kundenbetreuung in Telekommunikationsunternehmen. Die Annahmequote von Angeboten zur Kundenbindung hat sich mehr als verdoppelt. Das ist ein Riesenerfolg.“

Marcelo Claure
CEO, Sprint

HERAUSFORDERUNG UND VISION: Radikale Transformation des Kundenservice

Der neue CEO von Sprint, Marcelo Claure, hatte es sich zur Aufgabe gestellt, das Unternehmen grundlegend umzubauen und einen größeren Marktanteil auf dem US-Mobilfunkmarkt zu gewinnen. Der Kampf gegen die Kundenabwanderung erschien ihm als beste Möglichkeit zur Verbesserung der Marktposition von Sprint.

Ende 2014 lag die Abwanderungsrate des Unternehmens bei 2,3 % und damit doppelt so hoch wie bei den wichtigsten Wettbewerbern. In der Kundenbetreuung, wo die größten Anstrengungen zur Kundenbindung unternommen wurden, verließen sich die Agenten auf ihr eigenes Urteil, um die jeweils beste Methode zu wählen. In der Praxis sah das so aus, dass der Agent – noch beim Telefonieren – manuell mehr als 20 Angebote durchgehen musste, um das Passende zu finden. Gute Ergebnisse bei der Kundenbindung waren Mangelware, und es gab keinen einheitlichen Kundenservice.

Sprint musste seinen Kundenbetreuungsansatz überdenken, sich von der manuellen Suche und dem ineffizienten Prinzip „eine Lösung für alle“ verabschieden und den direkten personalisierten Dialog mit seinen Kunden suchen.

SO KONNTE PEGA HELFEN: Implementierung einer Kundenbindungslösung in 90 Tagen

Das Sprint-Team implementierte Pega Marketing innerhalb der ersten 90 Tage bei 1.000 Agenten. Dann folgte der rasche Rollout an alle Callcenter-Teams.

Mit Pega konnte Sprint Kunden mit Laufzeitvertrag, die abwandern drohten, proaktiv ermitteln und anhand von Echtzeit-Kontextinformationen wichtige Informationen zur Bindung der Kunden geben. Die Next-Best-Action-Analyse von Pega stellte den Service- und Vertriebsagenten die drei jeweils am besten geeigneten Empfehlungen bereit, um jedem Kunden ein Angebot vorzulegen. Dabei wurden die Empfehlungen entsprechend priorisiert, um Kundenbindung und Profitabilität zu maximieren. Bei jeder Kundeninteraktion eines Agenten wurde das System durch adaptives Lernen intelligenter, indem es den Erfolg der entsprechenden Empfehlungen auswertete.

Der Customer Decision Hub (CDH) generiert die Next-Best-Action-Empfehlungen. Er agiert dabei als zentrale Schaltstelle, die Echtzeit-Kontextentscheidungen auf allen Kanälen unterstützen kann.

Sprint hat diese Technologie für seine Outbound-Kanäle, für die Kundenbetreuung und die Filialen eingeführt. Derzeit werden weitere Produktlinien mit diesen Funktionen ausgestattet.

RESULTAT:

10 % weniger Abwanderung und 40 % höherer Net Promotor Score

Mit den Next-Best-Action-Empfehlungen von Pega hat Sprint ausgezeichnete Ergebnisse erzielt. Es konnte die Abwanderung um 10 % senken und den Net Promotor Score für Transaktionen um 40 % steigern. Unter dem Strich stehen 40 % mehr Kunden, die zusätzliche Leistungen in Anspruch nehmen, sowie eine Steigerung von 800 % im Upgrade-

Geschäft. In der Bilanz-Telefonkonferenz vom Juli 2016 konnte Sprint über die geringste Abwanderungsrate bei Vertragskunden in der Unternehmensgeschichte berichten – nämlich nur 1,39 %. Pega hat einen wesentlichen Beitrag zu dieser Entwicklung geleistet.

Pega Marketing for Communications wurde in sämtlichen Callcentern von Sprint eingesetzt. Über 7.500 Agenten, also beinahe 90 % aller Agenten, nutzen das Werkzeug.

Pega unterstützt auch die Sprint-Filialen mit Empfehlungen. Regionale Outbound-Marketingkampagnen werden demnächst ebenfalls über verschiedene weitere Kanäle (Unternehmensmarketing, digital, über Sprachdialogsysteme) sowie Prepaid-Produkte erfolgen.

„Die Agenten können den Grund des Kundenanrufs jetzt besser einordnen. Sie sind besser informiert, bieten die richtige Lösung an, und die Kunden profitieren von einem besseren Service.“

Jim Curran
Vice President Marketing, Sprint



Sprint ist ein Tier-1 US-Mobilfunkanbieter mit einem Jahresumsatz von 35 Milliarden Dollar. Das Unternehmen bedient insgesamt fast 60 Millionen Kunden, darunter 30 Millionen Mobilfunkkunden mit Laufzeitverträgen. Es beschäftigt 35.000 Callcenter-Agenten und betreibt 5.000 Filialen (direkt und indirekt).



AN DER SPITZE EINER VERBRAUCHERREVOLUTION

Geschäftsziele

- Verbesserung des Kundenservice
- Verringerung der Bereitstellungskosten durch vereinfachte Prozesse
- Verstärkte Nutzung der SB-Kanäle
- Vereinfachung der Interaktionen im ganzen Kundenlebenszyklus, transparent und personalisiert

-
- Lösung, die von mehr als der Hälfte der 3.000 Contact-Center-Agenten verwendet wird
 - Next-Best-Action-Technologie gibt Empfehlungen für alle Kunden, die online sind.

Ergebnisse

- 40 % weniger anfängliche Beschwerden
- 15 % weniger Anrufe zu Beginn
- Einsparungen in Höhe von 21 Millionen Pfund durch weniger Beschwerden, kürzere Anrufe und geringere Kundenabwanderung

„Wir haben 40 % weniger Beschwerden [von Neukunden] und 15 % weniger Anrufe [von Neukunden]. Wir haben gerade unsere niedrigste Kundenabwanderung überhaupt zu verzeichnen. Das ist ein Beleg dafür, dass die Maßnahmen wirklich greifen und wir den Kundenservice so verbessern.“

Alex Birtles

Head of Customer Loyalty Strategy, TalkTalk



HERAUSFORDERUNG UND VISION: Schnelles Wachstum + große Ambitionen = Verbraucherrevolution

Seit dem Start 2006 wollte TalkTalk der britische Anbieter mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis sein. Dieses Ziel führte zu schnellem Wachstum durch Übernahmen. Die damit verbundene komplexe Bestands-technik behinderte Innovationen beim Kundenservice. Durch den unzuverlässigen Service geriet das Unternehmen schließlich in Verruf. Um den Dialog mit den Kunden zu verbessern, musste TalkTalk die Komplexität abbauen und einen durchgängigen Kundenservice auf allen Kanälen liefern. Gleichzeitig mussten die Kosten drastisch reduziert werden.

Es wurde versucht, eine andere Lösung zu implementieren, aber das System scheiterte an den komplexen Prozessen bei TalkTalk. Funktionierte ein Dienst nicht, oder gab es ein Problem bei einem Neuauftrag oder einem Vertragsupgrade, waren die Kunden gezwungen, mehrere Telefonate zu führen. Außerdem erlebten die Kunden auf unterschiedlichen Kanälen einen unterschiedlichen Service. So wurde z. B. online ein anderer „frühester Schalttermin“ genannt als bei der Hotline.

Ziel von TalkTalk war die Implementierung eines einheitlichen, auf Best Practices basierenden Prozesses für alle Kanäle – insbesondere für den Selbstbedienungskanal.

SO KONNTE PEGA HELFEN: Kanalübergreifende Rationalisierung des Kundenservice

TalkTalk erkannte die Schwächen seiner aktuellen Kundenservice-Lösung. Das System war nicht geeignet für die Komplexität und den technischen Anspruch seiner Online-Transformationsstrategie. Pega war für TalkTalk der ideale Partner, da das Unternehmen in der Lage war einen Prozess auf Best Practices aufzubauen, der durchgängig in allen Kanälen einschließlich Selbstbedienung eingesetzt werden konnte, um ein echtes Omnichannel-Kundenerlebnis schaffen.

Das Unternehmen implementierte Pega Customer Service for Communications und führte Case Management, Branchen-Service-Cases und Next-Best-Action im Kundenservice ein.

Um die SB-Kanäle für die Kunden attraktiv zu machen, musste TalkTalk seine Prozesse transparenter und persönlicher gestalten und entsprechende intelligente Funktionen bereitstellen. Pega bietet intelligente Unterstützung indem es die Entscheidungen der besten Agenten von TalkTalk während laufender Kundeninteraktionen repliziert. Darüber hinaus überträgt das System die Prozesse im Kundenservice identisch über digitale Kanäle in den SB-Bereich und sorgt so für Transparenz.

RESULTAT:

Neue agile Arbeitsweise

Mit Pega bietet TalkTalk seinen Kunden jetzt über alle Kanäle hinweg ein durchgängiges Erlebnis. Durch den Einsatz von Pega Case Management kann TalkTalk jetzt Kunden-

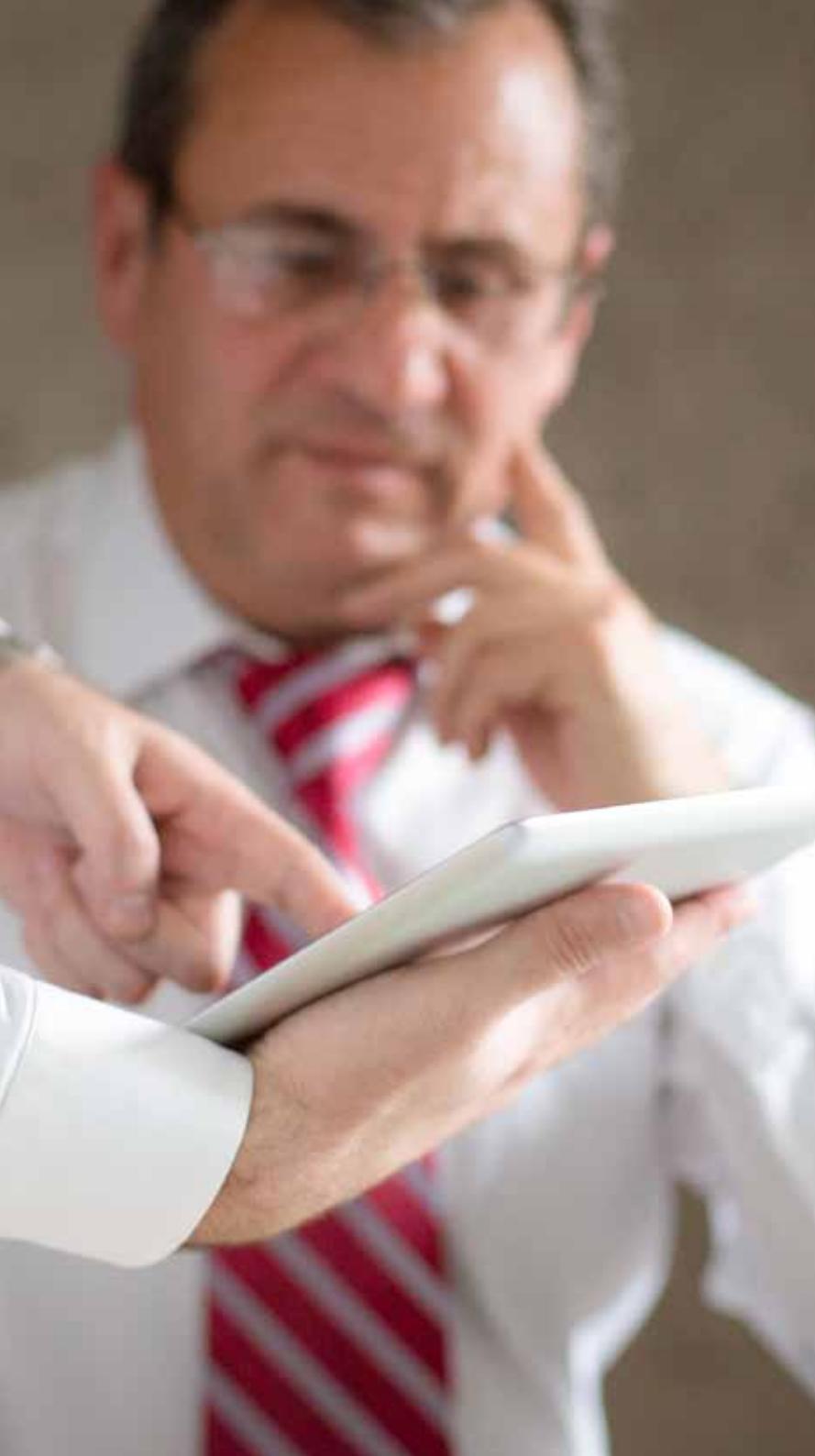
service-Fehler und Fehlbestellungen korrigieren, schnell und zufriedenstellend lösen und die Kunden dabei über alle Einzelschritte auf dem Laufenden halten. Durch Beseitigung der aus Kundensicht wesentlichen Schwachstellen hat TalkTalk die Anzahl frühzeitiger Beschwerden um 40 % und die Zahl der Telefonate um 15 % reduzieren können.

Die Pega-Lösung für TalkTalk stellt auf den Desktopcomputern der Agenten und den Omnichannel-Plattformen leistungsstarke Case-Management-Funktionen bereit, und die Entscheidungsfunktionen Pega unterstützen Next-Best-Actions für die Kunden. Im nächsten Schritt soll Pega auch für die anderen Prozesse und Agenten mit Kundenkontakt eingeführt werden.

„Wir setzen Pega nicht deshalb ein, weil es coole neue Technik ist, die unsere Technikfans lieben“, begeistert sich Andrew Storer, Systemarchitekt bei TalkTalk. „Wir setzen es ein, weil es für unsere Kunden genau das Richtige ist.“

TalkTalk

TalkTalk ist ein Quad-Play-Anbieter und der viertgrößte Betreiber in Großbritannien. Das Unternehmen will der Anbieter mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis werden. Dabei agiert es besonders disruptiv, reagiert schnell auf den Markt und bietet die Leistungen häufig günstiger an als die Wettbewerber. TalkTalk bedient fast vier Millionen Privat- und Geschäftskunden.



VEREINHEITLICHUNG DES B2B-KUNDENSERVICE

Geschäftsziele

- Verbesserung des Kundenservice für die größten Kunden
- Bereitstellung konvergenter Informations- und Kommunikationsdienste (Mobilfunk, Festnetz, Cloud, digitale Welt)
- Höhere Transparenz und besserer Kontrolle des gesamten Vertriebsprozesses
- Schnellere Markteinführung neuer B2B-Services

- 20.000 Unternehmenskunden
- Unterstützung von 1.200 Systembenutzern
- Bearbeitung von 440.000 Verträgen jährlich

Ergebnisse

- Verkürzung der Markteinführungszeit von einem Jahr auf einen Monat
- Bündelung von Unternehmensprodukten über verschiedene CRM-Insellösungen hinweg
- Besseres Kundenerlebnis bei konvergenten Lösungen
- Einheitlicher Überblick über den Kunden

„Unsere Systeme waren Insellösungen für bestimmte Dienste, nicht für Kunden. Mit Pega sind wir in der Lage, den Vertragslebenszyklus zu verkürzen und eine dynamische Plattform zu errichten, die sich an den Wandel der Kunden anpasst.“

Goffredo Sdrubolini
Head of Customer Care, Telecom Italia



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Differenzierter B2B-Kundenservice

Telecom Italia wollte für Vertriebs-, Konfigurations-, Angebots- und Bestellprozesse in den verschiedensten Geschäftsfeldern einen nahtlosen digitalen Kundenservice anbieten. Dabei sollten die Vertriebsagenten einen umfassenden Einblick in Leads, Verträge und Serviceanfragen haben.

Die Umsetzung dieser Ziele wurde durch eine komplexe IT-Umgebung mit veralteten Insellösungen erschwert, die zur Unterstützung von Unternehmensgeschäft und Kundenstamm eingesetzt wurden. Ohne einheitliche Sicht auf die Kundeninformationen und ohne umfassende Transparenz musste der Vertriebs- und Vertragsprozess manuell abgewickelt werden und war entsprechend fehleranfällig. Dadurch wurden Vertriebschancen vertan, Kundenanfragen erst spät beantwortet und die Kunden verärgert.

Ziel von Telecom Italia war ein differenzierter B2B-Kundenservice mit schneller Reaktion auf Kundenanfragen sowie genauer und zeitnäher Auftragserledigung. Dazu musste das Unternehmen seine Vertriebs-, Vertrags-, Abwicklungs- und Abrechnungsprozesse durch Integration der Systeme und einen nahtlosen Kundenservice vereinheitlichen.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Moderne Implementierung auf der Grundlage von Alt-Infrastruktur

Telecom Italia hat sich für Pega entschieden, weil Pega die Komplexität in den Griff bekam und mit dem bestehenden IT-Ökosystem arbeiten konnte. Zuvor hatte das Unternehmen

bereits versucht, zwei bestehende CRM-Software-Implementierungen zusammenzuführen, was aber gescheitert.

Im Gegensatz zu den meisten Unternehmen, die Altsysteme ersetzen wollen, musste Telecom Italia aus Risiko- und Kostengründen im Zusammenhang mit einer Backoffice-Integration die bestehenden Service- und Bestellmöglichkeiten sowie Produktkataloge weiterhin nutzen.

Ursprünglich wollte Telecom Italia den Vertrags- und Bestellprozess optimieren. Dabei hat die Pega-Lösung die Alt-Umgebungen modernisiert und die Produkt- und Kunden-daten aus drei CRM-Systemen integriert, um komplexe Unternehmenslösungen zu unterstützen. Die Lösung von Pega umfasst einen einheitlichen Produktkatalog, in dem die Vertriebsteams die Produkte und Dienste aus den Alt-CRM-Systemen sowie neue Serviceprodukte bündeln können.

Darüber hinaus ermöglichen Case-Management-Funktionen die Orchestrierung und gewährleisten so eine nahtlose Übergabe, kontinuierliche Verfolgung und durchgängige Transparenz.

RESULTAT:

Besserer Kundenservice, bessere Reaktionsfähigkeit

Mit der Pega-Lösung kann sich Telecom Italia auf dem Markt nun offensiver präsentieren und eine Vielzahl neuer integrierter Angebote unterbreiten. Da der Geschäftsbereich selbst – und nicht die IT – Änderungen vornehmen kann, können Angebote jetzt innerhalb von Wochen und nicht erst nach Monaten unterbreitet werden. Neue indirekte Vertriebskanäle erreichen Neukunden, außerdem wurde ein

neues Programm zur Kundenbindung eingeführt. Das hat zu höheren Einnahmen, einem größeren Marktanteil und zu stärkerer Markentreue geführt.

Telecom Italia hat die Lösung für die größten 30.000 Unternehmenskunden eingesetzt und plant die gestaffelte Einführung für weitere 200.000 Kunden. Mit dieser gestaffelten Einführung werden Risiken minimiert, und die Lösung wird schrittweise immer besser angepasst.

Das Unternehmen profitierte auch von der „Build for Change“-Technologie von Pega. Damit kann der Geschäftsbereich eigenständig und ohne Hilfe der IT Produkte, Geschäftsregeln und Prozesse ändern und so die Markteinführungszeit verkürzen, Fehler reduzieren sowie die Vertriebszyklen beschleunigen.



Telecom Italia ist Betreiber eines Netzwerks für Mobil-, Daten- und Sprachkommunikation in Italien. Gemeinsam mit ihren Tochterunternehmen legt Telecom Italia den Schwerpunkt auf verschiedene digitale Dienste für unterschiedliche Bereiche wie hochentwickelte Kommunikation, sichere digitale Welt, Geschäftswelt und digitale Unterhaltung. Zu den Bereichen von Telecom Italia gehören Privat- und Geschäftskunden sowie der Verkauf von Netzkapazitäten auf nationaler Ebene.

A photograph of a woman with blonde hair, wearing a pink button-down shirt, multitasking in a kitchen. She is holding a baby in one arm and talking on a black cordless phone with the other. She is standing at a kitchen counter, which has a large yellow mixing bowl containing ingredients, a whisk, a carton of eggs, a container of flour, and a small bowl of red berries. The background shows shelves with various kitchen items.

OPTIMIERUNG DER UMZUGSDIENSTE BEI TELSTRA

Geschäftsziele

- Verbesserung der Kundenzufriedenheit durch bessere Kundenbewertungen
- Betriebseffizienz bei der Abwicklung von Kundenumzügen steigern
- Echtzeit-Überblick über die anstehenden Umzüge von Diensten

Ergebnisse

- Implementierung innerhalb von 90 Tagen abgeschlossen
- 38 % weniger Kulanngutschriften
- 30 % weniger Kundenbeschwerden
- 180 % Verbesserung bei Kundenbewertungen

„Früher waren die mit einem Kundenumzug verbundenen Prozesse derart komplex, dass wir zur Koordination der einzelnen Elemente vieles von Hand erledigen mussten. Das hat sich auf unsere Kundenbewertungen ausgewirkt. Inzwischen können wir alles in Echtzeit verfolgen, und unsere Kundenbewertung hat sich um 180 % verbessert.“

Frank Ferguson
Senior Business Analyst, Telstra



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Mehr Effizienz und Transparenz beim Umzug von Kunden

Jedes Jahr beantragen beinahe 300.000 Privatkunden die Verlegung der Festnetzdienste von einer Anschrift zu einer anderen Anschrift zu einem bestimmten Termin. Für Telstra stellte sich das als problematisch heraus.

Mit den Bestandssystemen von Telstra ließen sich durchschnittlich vier Aufträge je Umzug bewältigen. Aufgrund der Komplexität der Prozesse und Systeme war es ohne aufwendige manuelle Zusatzarbeit kaum möglich, einen vollständigen Überblick über den gesamten Kundenvorgang zu bekommen. Die meisten Umzugsaufträge umfassten zahlreiche interne Aufträge, die zu Fehlerzuständen führten und den Umzug verzögerten.

Und – noch schlimmer – die Telstra-Agenten wussten nicht einmal etwas davon. Aus ihrer Sicht war der Auftrag erledigt. Obgleich die Telstra-Systeme eine zu 97 % erfolgreiche Erledigung der Aufträge verzeichneten, waren die Kunden anderer Meinung und gaben schlechte Bewertungen ab. Die manuelle Zusatzarbeit, Mehrfachaufträge und mitunter unnötiger Mehraufwand wirkten sich negativ auf Kosten und Profitabilität aus.

Telstra wollte die Kontrolle über den gesamten Umzugsprozess erlangen und die Kundenzufriedenheit nachhaltig verbessern.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Telstra verfolgt jetzt den Umzug, nicht die Daten

Telstra entschied sich für die Customer-Service-Lösung von Pega, weil Telstra damit einen vollständigen Überblick über jeden einzelnen Umzugsvorgang bekam. Mit der Case-Management-Funktion von Pega kann Telstra jeden Vorgang verfolgen und zahlreiche Schritte automatisieren, die zuvor eine manuelle Übergabe zwischen Mitarbeitern und Abteilungen erforderlich gemacht hatten. Wenn an einer beliebigen Stelle im Umzugsprozess ein Problem auftritt, kann sich jeder Agent in Echtzeit einen Überblick verschaffen und proaktiv entsprechende Maßnahmen ergreifen. Mit Pega liegen Telstra jetzt Echtzeit-Berichte vor, anhand derer sich ineffiziente Prozesse optimieren lassen.

Ein weiterer Vorteil: Die Einstieglösung war in nur 90 Tagen einsatzbereit, weil die Case-Management-Funktionen von Pega die bestehenden Systeme für Auftragsmanagement und Serviceautomatisierung modernisierten und kein teurer IT-Austausch erforderlich war.

RESULTAT:

Besserer Kundenservice, bessere Reaktionsfähigkeit, mehr Effizienz

Telstra hat zunächst innerhalb von nur 90 Tagen Pega Customer Service mit Case Management eingeführt. In einer Anschlussphase nach weiteren 90 Tagen erfolgten eine tiefere Integration der Bestandssysteme und eine weitere Automatisierung. Dadurch konnten

sich Fallmanager um die problematischen Fälle kümmern, anstatt sich mit jedem einzelnen Fall befassen zu müssen.

Inzwischen werden fast 90 % der Kundenumzüge mit dieser Lösung abgewickelt. So konnte das Unternehmen die Zahl der Umzüge pro Jahr steigern. Die Bewertungen des Telstra-Kundenservice verbesserten sich um 180 %. Probleme werden erkannt und behandelt, bevor sie Auswirkungen auf Kunden haben. Kulanzgutschriften konnten um 38 % reduziert werden, weil die Fehleranfälligkeit bei Umzugsaufträgen gesunken ist. Gleichzeitig können die Agenten den Kunden jederzeit mit allen notwendigen Auskünften dienen.

Darüber hinaus konnte Telstra die Betriebseffizienz steigern, weil manuelle Eingriffe nur noch in Ausnahmefällen erforderlich sind. Jetzt kann Telstra die Betriebsprozesse auf Basis von Echtzeit-Übersichten zu Leistungsproblemen optimieren und die Umzugspipeline abarbeiten.



Telstra Corporation Limited ist der größte Telekommunikations- und Medienkonzern Australiens. Das Unternehmen hat 16 Millionen Mobilfunkkunden, 7,5 Millionen Festnetzkunden sowie 3 Millionen

Breitband-Privatkunden (Festnetz). Das Unternehmen beschäftigt fast 32.000 Mitarbeiter und bietet seine Services über 362 eigene Filialen, 90 Businesszentren sowie 127 Geschäfts- und Unternehmenspartner an. Darüber hinaus vertreibt das Unternehmen diese Leistungen über mehr als 15.000 weitere (kleine) Handelsstandorte.



AUSGEZEICHNETES AUFTRAGSMANAGEMENT

Geschäftsziele

- Bewältigung der Komplexität und Kosten senkung bei B2B-Auftragserfassung und -abwicklung
- Steigerung von Auftragsqualität und Kundenzufriedenheit
- Kürzere Markteinführungszeit, um auf Marktnachfragen reagieren zu können
- Verbesserung der Ressourcenplanung

Ergebnisse

- Aufwand bei Auftragsabwicklung um 51 % gesenkt
- Beschleunigung der Markteinführung um 40–70 %
- Kostensenkung bei Drittanbieteraufträgen um 30 %
- 2014 Gewinner des Gartner BPM Excellence Award

Vier verschiedene Lösungen mit Pega-Technologie und -Anwendungen ▪ 3.500 Mitarbeiter arbeiten mit Pega

„Die Transformation [beinhaltete ein] durchgängiges Overlay für das Geschäft mit Unternehmenskunden ... womit für uns der Vorteil verbunden war, dass wir auf dringende [Kunden-] Anfragen eingehen konnten.“

Jens Fudickar

Head of Enterprise BPM Competence, Vodafone Deutschland



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Mit optimiertem B2B-Bestellprozess Kundenerwartungen erfüllen

Angesichts seines zügig wachsenden Unternehmenskundengeschäfts und einer fragmentierten IT-Systemlandschaft wurde es für Vodafone Deutschland zu einer zunehmend komplexen Aufgabe, die Anforderungen seiner Kunden zu erfüllen.

Beim Unternehmen gingen Aufträge und Bestellungen in vielfältiger Form ein, etwa als Tabellen, per E-Mail sowie über Kundenportale. Der Prozess war fehleranfällig, da Aufträge und Bestellungen oft weder in sich konsistent noch vollständig waren und von Hand in zahlreiche Auftragsmanagementsysteme eingegeben wurden. In acht verschiedenen Abteilungen und Standorten mussten Tausende individuelle Unteraufträge verarbeitet werden. Außerdem wurden einige Aufträge ausgelagert, womit das Risiko stieg, dass bei der Abwicklung Fehler auftreten. Da die Projektmanager die Aufträge nicht richtig verfolgen konnten, gingen zahlreiche Aufträge verloren und wurden erst nach Kundenbeschwerden wieder bearbeitet und ausgeführt.

Vodafone Deutschland wollte die ursprünglichen Vertriebszusagen einhalten und so den Kundenservice transformieren. Dazu wollte das Unternehmen für jeden Vertriebskanal einen Prozess zur digitalen Auftragserfassung einführen, der zur optimierten und automatisierten Auftragsabwicklung beitragen sollte.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Digitales Auftragsmanagement durch einen agilen Ansatz

Ausschlaggebend für die Entscheidung von Vodafone Deutschland zugunsten von Pega waren das Stufenkonzept für die Transformation und die agilen Methoden. Geschäfts- und IT-Bereiche kooperierten bei der Entwicklung der Lösung und beschleunigten damit deren Umsetzung.

Mit Pega stehen Vodafone jetzt eine digitale Auftragserfassung, eine technische Auftragsabwicklung sowie die Automatisierung der Geschäftsabläufe zur Verfügung.

Das System unterstützt einen geführten Multichannel-Prozess zur Erstellung fehlerfreier Aufträge, während die Auftragsabwicklung dafür sorgt, dass die Arbeit den richtigen Ressourcen zugewiesen wird, und zwar mit allen Informationen, die für die Erledigung notwendig sind.

Die Bestandssysteme von Vodafone wurden dabei nicht ersetzt, sondern Vodafone modernisierte diese Systeme mit der Pega-Lösung und machte sie durch Eingliederung in neue Geschäftsprozesse wieder funktionsfähig. Pega ermöglichte ein durchgängiges Overlay sowie die entsprechende Orchestrierung, um gleichzeitig auf verschiedene Bestandssysteme zugreifen zu können. Dabei waren Teilbereitstellungen in Phasen von drei bis sechs Monaten möglich.

Mit durchgängigem Prozessmanagement und Statusübersichten kann Vodafone jetzt proaktiv auf Unterbrechungen von Betriebsabläufen reagieren.

RESULTAT:

Operative Exzellenz im B2B-Geschäft

Mit Pega konnte Vodafone den Aufwand in der Auftragsabwicklung um 51 % senken und die Markteinführung von Prozessverbesserungen durch agile Methoden um über 40 bis 70 % beschleunigen. Durch optimale Zusammenarbeit mit Drittanbietern erzielte das Unternehmen bei der Auftragsbearbeitung darüber hinaus eine Kostensenkung um 30 %. Auch die Kundenzufriedenheit hat sich durch die transparenteren Bestellprozesse verbessert.

Das Vodafone-Vertriebsteam und die Kunden haben jetzt durch verbesserte Steuerungsmöglichkeiten und mehr Transparenz größeres Vertrauen in den Lieferprozess, was letztlich zu einem hervorragenden Kundenerlebnis führt. Vodafone plant eine Erweiterung der Pega-Lösung durch Einbeziehung weiterer Vertriebskanäle. Dazu sollen die Funktionen zur digitalen Auftragserfassung sowie die verbesserte Prozessautomatisierung des Systems genutzt werden.

Außerdem will das Unternehmen den Kundenservice durch eine transparentere Darstellung des Auftragsstatus während Verkauf, Entwicklung und Betrieb optimieren.



Vodafone Deutschland, eine Tochtergesellschaft der Vodafone Group, ist eines der größten Kommunikationsunternehmen der Welt. Vodafone hat über 400 Millionen Kunden und 90.000 Mitarbeiter in mehr als 30 Ländern.



ENERGIE & VERSORGUNGSWIRTSCHAFT: VORWORT DES VORSTANDS



Die weltweite Nachfrage nach Wasser und Energie nimmt zu, denn die Weltbevölkerung lebt zunehmend in urbanen und entwickelten Milieus. Die Energiewirtschaft ist darauf bedacht, die eigenen Leistungen zu optimieren, und muss sich dabei mit schwankenden Energiepreisen, sich ändernden behördlichen Vorgaben, geopolitischen Umwälzungen sowie neuen Formen der Energieerzeugung und -übertragung auseinandersetzen.

Dabei haben Energieversorger der Feinabstimmung ihrer Prozesse für Energiemanagement- und -erzeugung schon immer ein besonderes Augenmerk geschenkt. Aber die alten Methoden reichen nicht mehr aus. Turbulente Märkte, anspruchsvollere Kunden, Druck durch Aufsichtsbehörden und eine immer stärkere Beachtung des Umweltschutzes sorgen dafür, dass die Energiewirtschaft ihre gesamten Prozesse neu überdenken muss.

Die Technologien dazu gibt es bereits, wie etwa automatisierte intelligente Workflows, vorausschauende Analysen und vernetzte Geräte, die für Transparenz bis hin zum entlegensten Energieerzeugungsstandort sorgen. Die größte Herausforderung für die Energiewirtschaft besteht darin, die bestehende Unternehmenskultur und den Widerstand gegenüber neuen Ansätzen, Prozessen und Arbeitsweisen zu überwinden, um alle Vorteile nutzen zu können, die sich aus den Investitionen in digitale Technologien ergeben.

Pega arbeitet gemeinsam mit allen Energieversorgern weltweit an der Vorbereitung auf das neue Energiezeitalter. Von neuen Denkansätzen beim Kundendialog über Enterprise Asset Management bis zu vorausschauender Wartung – wir unterstützen Energieriesen dabei, die Prozesse für Energieerzeugung, Verteilung, Vertrieb und Kundenservice transparenter zu gestalten und ihre Wertströme umfassend zu digitalisieren. Damit sind diese führenden Energieversorger auf dem besten Weg, das Echtzeit-Wissen und die Erkenntnisse zu erfassen, die sie benötigen, um strategische Chancen zu nutzen und ihre Effizienz zu maximieren – von Anwendungen für das operative Geschäft und die Logistik bis hin zu technischer Ausrüstung und Kundensupport. Die folgenden Fallstudien sind weitere Beispiele dafür, wie Pega auch Ihrem Unternehmen kosteneffiziente Wege zur Erneuerung und Digitalisierung des Geschäfts aufzeigen kann. Bei Fragen können Sie sich gern an mich wenden: bruce.williams@pega.com.

Bruce Williams

Vice-President und Business Line Leader, Pegasystems



EINHEITLICHES MARKETING SETZT WERTE FREI

Geschäftsziele

- Eine einzige Plattform für kanalübergreifenden Kundendialog
- Verarbeitung einer großen Menge erfasster Rechnungsnamen innerhalb von drei Stunden
- Bereitstellung umfangreicher und differenzierter Simulationsmöglichkeiten
- Erfassung von 20 Millionen Rechnungsnamen in drei Stunden
- Ein Milliarde simulierte Angebote in drei Stunden

Ergebnisse

- 85 % weniger Verzögerung bei Datenübertragung
- 20 % mehr Kundengewinnung in den ersten drei Monaten
- Einsparungen von mehreren Millionen Pfund durch neue Technologie
- 20 Millionen SLA-Simulationen in drei Stunden

„Mit dieser Entscheidung für Pega haben wir Einsparungen in Millionenhöhe erwirtschaftet. Unser Zusatznutzen: Eine Steigerung bei der Neukundengewinnung um 20 % allein in Phase 1.“

Geschäftsleitung, Next-Generation Decisioning, britisches Versorgungsunternehmen

HERAUSFORDERUNG UND VISION: Vom Push-Marketing zum Kundendialog

Dieser Versorgungsriese bediente sich in der Vergangenheit einer produktspezifischen Marketingstrategie, die er anhand von Push-Kommunikation umsetzte, wobei Kanäle und Technologien isoliert betrieben wurden. Künftig, so stellte es sich der Versorger vor, wollte man sich dem Kunden im Dialog nähern und mit relevanten Informationen zu geeigneter Zeit dauerhafte Kundenbeziehungen aufbauen.

Das Unternehmen erkannte, dass eine Neukonzeption seiner der Customer-Decision-Plattform wesentliche Verbesserungen für die Kunden bringen würden und die großen Datenbestände des Unternehmens stärker zur Wertschöpfung beitragen könnten.

Die angestrebte Echtzeit-Entscheidungs-umgebung sollte Inbound- und Outbound-Kanäle auf einer einzigen Plattform zusammenführen. Produktspezifische Push-Werbung sollte durch Kundendialog ersetzt werden – für besseren Kundenservice, bessere Wiedererkennung und Personalisierung. Das Unternehmen war überzeugt, dass sich die Wartezeiten für Outbound-Kampagnen durch tägliche Datenaktualisierungen um 95 % reduzieren lassen würden.

SO KONNTE PEGA HELFEN: Einheitliche Plattform für Omnichannel-Messaging

Mit Pega Marketing entwickelte das Versorgungsunternehmen das folgende Stufenkonzept zur Transformation seiner isolierten Entscheidungsumgebung in eine

einheitliche Plattform für kontextbezogenen, kanalübergreifenden Kundendialog:

- Phase 1: Neue Plattform für Inbound-Kanäle.
- Phase 2: Integration der Inbound- und Outbound-Kanäle
- Phase 3: Migration der digitalen Kanäle in Echtzeit-Kanäle.
- Phase 4: Migration der verbleibenden Kanäle in Echtzeit-Kanäle.

Innerhalb von fünf Monaten nach Projektstart konnte das Unternehmen die Cloud-basierte Messaging-Lösung sowie die Cloud-Infrastruktur für die Phasen 2 und 3 einsetzen. Für die Erstellung eines individuellen Schulungsmoduls mit der Möglichkeit vielfältiger Simulationen seiner 10 Millionen Kunden wurde der Visual Business Director von Pega verwendet. Die Berichtsfunktionen aus Phase 1 liefern jetzt Daten zu den Ergebnissen aller Verkaufs-, Cross- und Up-Selling-Dialoge.

In den Phasen 2 bis 4 wird kontextgebundenes digitales Messaging für die wichtigsten Kanäle eingeführt. Damit erhalten 12.000 Außen-diensttechniker Echtzeit-Zugriff auf sämtliche Daten.

RESULTAT:

Stabile kanalübergreifende Kommunikation für 20 Millionen Gas-Kunden

Durch den geschäftlich orientierten Ansatz war das Versorgungsunternehmen ohne nennenswerte IT-Beteiligung in der Lage, Phase 1 des Systems zügig einzuleiten und

auszubauen. Das brachte beträchtliche Kosteneinsparungen, geschäftliche Unabhängigkeit sowie eine um 85 % von vier Tagen auf einen Tag verkürzte Datenlatenz. Insgesamt wurde mit der zunehmenden Vereinheitlichung von Geschäftsprozessen, Technologie und Kundenservice ein mächtiges Wettbewerbsinstrument geschaffen.

Mit der Lösung aus Phase 1 lassen sich innerhalb eines dreistündigen Fensters bis zu 10 Millionen Namen und Adressen zur Rechnungsstellung generieren. In Simulationen liefert die Lösung vergleichbare Mengen und Durchsätze bei Leistungsverträgen (SLA).

Im Rahmen von Phase 1 erhielten etwa 20 Millionen bestehende und potenzielle Kunden personalisierte Kontaktangebote. Ein unvorhergesehener (aber willkommener) Zusatznutzen: Der Anteil akzeptierter Angebote stieg um 20 %.

Die neu konzipierte Plattform bietet dem Versorgungsunternehmen einen strategischen Zwei-Wege-Kanal für intelligente Kundendialoge, um die Kunden zu binden.

BRITISCHER VERSORGER

Dieses große Versorgungsunternehmen auf dem britischen Markt hat über 10 Millionen aktuelle Privatkunden und acht Millionen potenzielle Kunden für seine Gas- und Stromversorgungsangebote sowie weitere Dienstleistungen. Das Unternehmen gehört zu den wichtigsten sechs Energieversorgern, erwirtschaftet einen Jahresumsatz von 14,3 Milliarden Pfund und beschäftigt fast 30.000 Mitarbeiter.



VERKÜRZUNG DER VERTRAGSZYKLUSZEIT, STEIGERUNG DER PRODUKTIVITÄT UND KOSTENSENKUNG

Geschäftsziele

- Geringere Abhängigkeit von manuellen Änderungen, die durch neue behördliche Vorgaben notwendig werden
- Verkürzung der Vertragszykluszeit
- Steigerung der Benutzerproduktivität, Neufokussierung auf hochwertige, Umsatz generierende Tätigkeiten
- Kostensenkung und Kostenvermeidung

Ergebnisse

- Einstiegslösung innerhalb von 14 Wochen realisiert
- Durch Prozessautomatisierung jährliche Einsparung von 12.000 Arbeitsstunden erwartet
- 2 Millionen Dollar Wertschöpfung
- 750.000 Dollar Kostensenkung
- 500.000 Dollar Kostenvermeidung

„Wir haben die Anzahl der manuellen Prozesse und die Mehrfacherfassung von Daten reduziert. Jetzt können sich die Einkaufsmitarbeiter wieder stärker auf profitablere Tätigkeiten konzentrieren.“

Chief Procurement Officer eines Öl- und Gasriesen

HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Verkürzung der Vertragszykluszeit

Dieser Energieriese aus dem Öl- und Gasgeschäft hatte sich vorgenommen, die Vertragszykluszeit zu verkürzen – also die Zeit, die notwendig ist, um einen Vertrag abzuschließen oder zu ändern. Zur Verkürzung dieser Zeit brauchte das Unternehmen einen vollständigen Einblick in die Vertragsprozesse und die Komponenten der Zykluszeit. Das war mit den schlecht integrierten ERP-Punktlösungen, den Vertragsmanagementsystemen sowie den eigenen proprietären Systemen allerdings nicht möglich.

Um die sich ständig ändernden weltweiten sowie örtlichen Vorschriften einhalten zu können, war der Einkauf außerdem gezwungen, die ohnehin schon komplexen Geschäftsprozesse manuell auf den aktuellen Stand zu bringen, wodurch noch einmal neue Systeme geschaffen wurden. Diese sich häufenden Ineffizienzen belasteten die Produktivität, steigerten die Kosten und wirkten sich negativ auf die Vertragszykluszeiten aus.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Vertragszyklus-Management innerhalb von 14 Wochen realisiert

Pega lieferte eine Contract Lifecycle Management-Lösung zur Orchestrierung des Prozesses zur Entwicklung, Überarbeitung, Genehmigung und Bearbeitung von Vertragsanfragen. Dashboards wurden so konfiguriert, dass die Benutzer sich einen detaillierten Überblick über die Arbeitsauslastung in ihrem Unternehmen, offene Termine sowie die

Produktivität verschaffen können. Die IT-Abteilung erstellte intern Standardberichte für verschiedene Funktionen im Unternehmen. Benutzer bekamen auch die Möglichkeit, spontan eigene Berichte zu erstellen.

Die Einstiegslösung wurde innerhalb von 14 Wochen realisiert. Dabei bot Pega eine konsistente Benutzeroberfläche mit intuitiv bedienbaren Funktionen, die eine problemlose Einführung der Lösung gewährleistete. Weltweit nutzen etwa 3.500 Mitarbeiter im Bereich Einkauf die Pega-Plattform für das Vertragszyklus-Management. Mit den Business-Process-Management- und Case-Management-Funktionen von Pega konnte der Einkauf komplexe Geschäftsprozesse und -regeln problemlos festlegen, konfigurieren und pflegen, wodurch die Einhaltung der weltweiten und örtlichen Vorgaben gewährleistet wird.

Die Berichtsfunktionen von Pega eröffneten dem Einkauf einen entscheidenden Einblick in die eigenen Prozesse. Service Level Agreements wurden auf der Basis einer rechtzeitigen und zuverlässigen Datenberichterstattung erstellt, gemeldet und verbessert.

RESULTAT:

Jährliche Einsparung von 12.000 Stunden

Das führende Öl- und Gasunternehmen hat seine Einkaufsprozesse jetzt umfassend transparent gestaltet und mit der Suche nach weiteren möglichen Prozessoptimierungen begonnen, um die Vertragszykluszeiten zu reduzieren. Durch die Abschaffung manueller Prozesse werden jährliche Arbeitszeiteinsparungen von 12.000 Stunden erwartet. Zeit, die sich profitabler nutzen

lässt, etwa für Vertragsverhandlungen (mit denen sich eventuell bis zu 2 Millionen Dollar zusätzlich erwirtschaften lassen). Außerdem werden zwei große eigene proprietäre Systeme abgeschafft, und weitere proprietäre Systeme können vermieden werden. Dadurch ergeben sich weitere Einsparungen von etwa 1,25 Millionen Dollar.

Künftig kann der Einkauf Prozesse und Geschäftsregeln direkt ändern und so die Einhaltung der weltweiten und örtlichen Vorschriften gewährleisten. Das System nutzt Geschäftsprozessabläufe und Regeln, um die Programmierung zu automatisieren. So können jetzt zahlreiche Änderungen schnell und direkt von Einkaufsmitarbeitern durchgeführt werden, wodurch die IT-Abteilung entlastet wird.

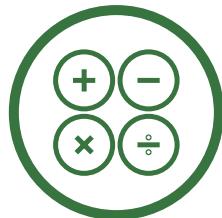
ÖL- UND GASRIESE

Als eine der größten integrierten Mineralölgesellschaften ist dieser Energieriese in allen Bereichen des Öl-, Erdgas- und Geothermiegeschäfts aktiv. Zu den Kompetenzen des Unternehmens gehören Kohlenwasserstoffexploration und -gewinnung, Raffinierung, Marketing und Transport, Herstellung und Vertrieb von Chemikalien sowie Energieerzeugung.



FINANZDIENSTLEISTUNGEN:

VORWORT DES VORSTANDS



Alle Finanzinstitute von der Retail-Bank bis hin zu großen Investmentfirmen unternehmen im Sinne einer nachhaltigen Kundenbindung große Anstrengungen, Prozesse zu vereinfachen und Innovationen voranzutreiben. Viele dieser Institutionen versuchen, diese Herausforderungen durch digitale Transformation zu meistern.

Aber obgleich die digitale Transformation auf der strategischen Tagesordnung der Banken ganz oben steht, verlangen zwei andere Pflichten Aufmerksamkeit: Sie müssen angesichts wirtschaftlicher Unsicherheit unablässig die Kosten senken und mit den regulatorischen Änderungen Schritt halten. Gleichzeitig unterliegen Banken einem enormen Druck, da sie gerade in einer „Always-on“-Welt einen nahtlosen Kundenservice über verschiedene Kanäle hinweg anbieten müssen.

Doch die Führungskräfte der Banken erkennen, dass sie die digitale Transformation nicht im Alleingang bewältigen können. Der einzige Weg, all diese Herausforderungen bewältigen zu können, führt über einen Partner, der sie bei der digitalen Transformation des Geschäfts und der Neukonzeption von Kundeninteraktion und Kundenservice unterstützt.

Pega hilft den Branchengrößen, die aktuellen Anforderungen an Effizienz, Agilität und Innovation zu erfüllen. Zukunftsorientierte Pioniere setzen auf die Branchenkompetenz von Pega und die neuesten Trends im Bereich intelligente Automatisierung, wenn es darum geht, die Effizienz im Unternehmen drastisch zu erhöhen und profitabel zu bleiben oder wieder zu werden und dabei alle Vorschriften einzuhalten.

Entscheidend ist, dass diese Banken die strategischen Anwendungen und neuesten Funktionen von Pega nutzen, um ihre Kundendaten zu konsolidieren und die Kunden proaktiv persönlich zu beraten, damit sie fundierte Finanzentscheidungen treffen können. Auf die gleiche Weise können Finanzdienstleister ein digitales Erlebnis schaffen, das ihnen ihren Platz bei den Kunden sichert. Damit sichern sie nicht nur die Kundenbeziehung, sondern auch ihre eigene Relevanz und Profitabilität bis weit hinein in die digitale Zukunft.

Bitte nehmen Sie sich einen Augenblick Zeit, und lesen Sie, wie Pega Unternehmen wie Ihrem dabei geholfen hat, die Chancen und Herausforderungen der digitalen Transformation zu nutzen. Sollten Sie noch Fragen haben, können Sie sich gern mit mir in Verbindung setzen: michael.haney@pega.com.

Michael Haney

Vice-President, Business Line Leader, Finanzdienstleistungen, Pegasyystems



LEISTUNGEN FÜR FIRMEN-KUNDEN: VERKÜRZUNG DER SERVICEZEIT AUF EIN VIERTEL

Geschäftsziele

- Einheitliche Desktop-Ansicht der Kundenbestände zur besseren Führung der telefonischen Kundenberater
- Verkürzung der Antwortzeit bei Kundenanfragen zu Konten- und Transaktionsdaten
- Erfassung der Anträge von Kunden für Mobile Banking und SMS-Benachrichtigung
- Erfassung zusätzlicher Produkt- und Leistungspräferenzen

Ergebnisse

- Verkürzung der Servicezeit für wichtige Anfragearten auf ein Viertel
- Über 1.500 Benutzer in allen Segmenten
- Unternehmensweit 20 % Wiederverwendung von Pega-Komponenten

„ Dieses Projekt ist ein wirklich gutes Beispiel für eine zügige Implementierung mit Pega. Durch Nutzung der Out-of-the-Box-Avaya-Verbindung sowie der Kundenservice-Anwendung von Pega gelang uns eine zügige Umsetzung, und wir konnten die Servicezeiten auf ein Viertel reduzieren. “

Martin Pilecky
CIO, Alfa-Bank JSC, Pegaworld 2015



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Transformation der IT über Geschäftsbereiche hinweg

Die Alfa-Bank strebte eine Vereinheitlichung vergleichbarer Geschäftsprozesse in unterschiedlichen Geschäftsbereichen an.

Gleichzeitig wollte sie die Geschäftsprozesse transparenter gestalten, um den aktuellen Arbeitsstand, die aktuellen Arbeitsaufträge sowie die SLAs kontrollieren zu können. Außerdem wollte die Bank durch Wiederverwendung ähnlicher Bestandteile von Geschäftsprozessen die Entwicklung beschleunigen und die Kosten senken. Die Alfa-Bank strebte darüber hinaus an, die Zusammenarbeit zwischen operativem Geschäft und IT bei der Entwicklung von Geschäftsanwendungen zu verbessern und gleichzeitig die Qualität der Geschäftsprozesse zu erhöhen, den Kundenservice mit reduzierten SLAs zu verbessern und fehlgeleitete Unterlagen und Anfragen auf ein Minimum zu reduzieren.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Kürzere Markteinführungszeiten durch modernisierte Infrastruktur

Die Alfa-Bank erstellte auf Basis von Pega 6 und Pega 7 einschließlich der Pega Client Service Application für Firmenkunden mehrere Anwendungen. Diese Anwendungen sind sowohl für das Frontoffice (Vertriebsautomatisierung) als auch für das Backoffice vorgesehen und decken verschiedene Segmente wie Privatkunden, KMU und Firmenkunden ab. Im Rahmen dieser Umstellung gelang es mit Pega, die bestehende Infrastruktur durch Integration der verschiedenen Bestandssysteme (Core Banking

System, SAP HR) zu modernisieren. Mit Pega Direct Capture of Objectives (DCO) und einer agileren Methodik, die die schnelle Nutzung neuer Funktionen ermöglichte, konnte die Bank die Markteinführung deutlich beschleunigen.

RESULTAT:

Bessere Service Levels und höhere Kundenbindung

Neben einer Verkürzung der Servicezeit für die wichtigsten Corporate-Callcenter-Prozesse um 400 Prozent, weniger Fehlern bei Anfragen und einem besseren Kundenservice konnte die Bank weitere wichtige Verbesserungen erzielen. Da die Architektur von Pega den Austausch von Unternehmensintegrationen und Prozessfunktionen unterstützt, konnte die Bank 20 % der (technischen und operativen) Komponenten wiederverwenden, mehrere Anwendungen ohne gedruckte Anforderungsdokumente erstellen, über 100 Teilprozesse in regionalen Filialen vereinheitlichen sowie über 100 IT-Spezialisten im Rahmen eines internen Pega-Schulungsprogramms zertifizieren.



Die Alfa-Bank unterhält mehr als 200 Filialen in Russland und der Gemeinschaft Unabhängiger Staaten (GUS). Sie hat darüber hinaus Tochterunternehmen in Kasachstan, den Niederlanden und den USA. Das Filialnetz der Bank in den GUS-Staaten bietet Commercial- und Investment-Banking-Services für Firmen- und Privatkunden.



ERSTKLASSIGER SERVICE WELTWEIT

Geschäftsziele

- Weltweit angesehенste Dienstleistungs-marke sein
- Nahtloser Service über alle Lieferkanäle hinweg
- Schaffung eines einzigen weltweiten Serviceportals
- Verbesserung der Geschäftsagilität
- Ausbau der Kundenbeziehungen und Stärkung der Bindung bei jeder Interaktion

Ergebnisse

- 68 Servicestandorte in 12 Ländern und mit 6 Sprachen
- 12.000 Kundenbetreuer
- Jährlich über 200 Millionen Interaktionen
- Entwicklungskosten 75 % gesenkt

„Wir sind jetzt auf zwölf Märkten in zwölf Ländern rund um den Globus präsent und bieten unsere Leistungen in sechs Sprachen an. Dabei wickeln wir jedes Jahr über 200 Millionen Interaktionen ab, Tendenz steigend.“

Stuart Green

Vice-President, Global Servicing Capabilities, American Express



HERAUSFORDERUNG UND VISION: Unübertriffter Kundenservice innerhalb der Marge

Mit 50 Service-Standorten in aller Welt will American Express die weltweit angesehenste Dienstleistungsмарke sein. Das bedeutet, die Kundenerwartung selbst in einer „Welt ständiger Verfügbarkeit“ mit schnell wechselnder Nachfrage und immer wieder im Umbruch befindlichen Lieferkanälen dauerhaft zu übertreffen.

Mit zunehmender Komplexität der Servicekanäle geriet das operative Geschäft des Unternehmens aber unter Druck. Die Herausforderung: Konsolidierung der 22 US-amerikanischen und internationalen Serviceorganisationen in einer einzigen weltweiten Serviceorganisation und Bereitstellung völlig verschiedener Systeme für den Kunden über Länder- und Geschäftszweiggrenzen hinweg. Der laufende Betrieb des Ökosystems, dessen Aktualisierung und Vernetzung war alles andere als kosteneffizient.

Das Unternehmen erkannte, dass es die Geschäftsprozesse standardisieren und ein einheitliches Kundendienstportal für alle Kundenberater an allen Standorten schaffen musste. Das hieß: modernster Benutzerservice auf einer Technologie-Plattform mit einer Verfügbarkeit von 99,99 %, zuverlässiger Wiederherstellung sowie erstklassigen Antwortzeiten.

SO KONNTE PEGA HELFEN: Wertschöpfung durch Kundenservice ab dem ersten Tag

American Express entwickelte und optimierte das künftig Kunden- und Mitarbeitererlebnis in Zusammenarbeit mit den Benutzern der

Lösung. Das Unternehmen entsandte sogar seine Kundenbetreuer in die Entwicklungsteams.

AMEX richtete ein Unternehmens-Kompetenzzentrum ein, in dem Anwendungen für verschiedene Geschäftszweige entwickelt und bereitgestellt werden. Hier nutzte das Unternehmen Technologie von Pega, um allgemeine Komponenten anzubieten, die im gesamten Unternehmen wiederverwendet werden können. Das bedeutet Governance, Zusammenarbeit und Wiederverwendbarkeit im gesamten Unternehmen.

„Als der Geschäftsbereich Unternehmenskunden zu uns kam und meinte, wir müssten das Portal für das Unternehmenskundengeschäft einrichten, konnten wir 70 % dessen wiederverwenden, was wir bereits für die Einrichtung der ursprünglichen Portalarchitektur entwickelt hatten.“

Ileana Figueroa
Vice-President, Global Servicing
Network Technology, American Express

AMEX setzte auf ein besonders ehrgeiziges Entwicklungsmodell auf der Grundlage einer agilen SCRUM-Methodik in Verbindung mit benutzergeführter Zusammenarbeit und offener Governance.

RESULTAT: Effizienter Service von der weltbesten Dienstleistungs- marke

Die auf Lösungen von Pega basierende Plattform wurde in zwölf Ländern und sechs Sprachen eingeführt, darunter Japanisch und

Deutsch. Über 200 Millionen Interaktionen werden in der neuen Anwendung anhand von 180 Prozessen abgewickelt. Das entspricht etwa 90 % der von den Kundenbetreuern ausgeführten Arbeiten.

Darüber hinaus erkannte Amex durch die Einbindung der tatsächlichen Nutzer in die Entwicklungs- und Designteams, dass es kein MVP (Minimum Viable Product), sondern ein MLP (Minimum Lovable Product) schuf.

AMEX gehört laut JD Edwards im Kreditkartenbereich weiterhin zu den Unternehmen mit der höchsten Kundenzufriedenheit. Darüber hinaus konnte das Unternehmen außerdem in den Bereichen Umsatz pro Kunde, durchschnittliche Bearbeitungszeit, Kundenabwanderung, Kosten und Kundenzufriedenheit Verbesserungen erzielen. Neue Bereiche haben inzwischen 70 % der bereits entwickelten Grundlagenanwendungen wiederverwendet. Damit ließen sich die Kosten dafür um 75 % senken.



Die American Express Company (AMEX) ist vor allem für sein Kredit- und Kundenkartengeschäft sowie für das Geschäft mit Reiseschecks (Travellerschecks) bekannt. 24 % des Gesamtumsatzes in Dollar, der in den USA per Kreditkarte abgewickelt wird, entfällt auf Amex-Karten.

AMEX wurde 1850 gegründet und ist die Nummer 88 der Fortune-500-Unternehmen. 2015 hatte AMEX Gesamtaktiva in Höhe von 161 Milliarden Dollar, ein Verrechnungsgeschäft über 1 Billion Dollar sowie einen Jahresumsatz von 32,8 Milliarden Dollar.



UNTERSTÜTZUNG VON UNTERNEHMEN MIT STANDARDISIERTEM WELTWEITEM SERVICE

Geschäftsziele

- Verbesserung der Servicequalität und einheitliches Serviceerlebnis für Unternehmenskunden
- Weltweite Bereitstellung detaillierter Konto- und Transaktionsdaten
- Standardisierung unter Berücksichtigung lokaler und regionaler Anforderungen
- Unterstützung der Kundenberater in den Filialen vor Ort

Ergebnisse

- Verkürzung der Bearbeitungszeit für Standardanfragen von 24 Stunden auf zwei Stunden
- Senkung der Kosten und Risiken durch bessere regionale und globale Compliance
- Kanalübergreifende globale Übersicht über verschiedene Produkte für die einzelnen Kunden
- Automatisierte Workflows für ein effizienteres Backoffice

„Wir wollen unseren Kunden einen erstklassigen durchgängigen Kundenservice bieten, und ich bin überzeugt davon, dass die Lösung von Pegasystems uns dabei geholfen hat, unsere Position als führender Dienstleister zu sichern.“

Transaction Services Unit Executive einer weltweit agierenden Geschäftsbank



HERAUSFORDERUNG UND VISION: Leistungserbringung rund um den Globus transformieren

Diese weltweit agierende Geschäftsbank wollte ihren größten Kunden über verschiedene Kontinente und Zeitzonen hinweg einen einheitlichen Service bieten sowie detaillierte Konto- und Transaktionsdaten zur Verfügung stellen. Um dieses Ziel zu erreichen, wollte der Bereich Transaction Services der Bank unterschiedliche Service- und Supportsysteme in automatisierte und standardisierte Werkzeuge und Prozesse zur Verwaltung von jährlich 750 Millionen Transaktionen integrieren. Transaction Services betreut 2.200 Geschäftsanwendungen und bedient etwa 65.000 Kunden in über 100 Ländern auf sechs Kontinenten. Der Bereich unterstützt die Regionen bei der Anpassung der Werkzeuge und Funktionen an lokale, regionale und nationale Anforderungen an Unternehmensdienstleistungen.

SO KONNTE PEGA HELFEN: Bereitstellung einer weltweiten strategischen Service-Plattform

Die Bank nutzte Pegas einzigartige Möglichkeiten, wiederverwendbare allgemeine Prozesse zu definieren und diese mit dynamischen Regeln zu kombinieren, um lokale Vorschriften, Produkte, Kanäle und Standards einzubeziehen. Pega stellt eine einheitliche Single-Screen-Oberfläche bereit, die eine vollständige Echtzeitsicht auf jeden Kunden einschließlich Transaktions- und

Kontodaten, Konto-Rollup-Berichten und Kunden-Scorecards bietet. Durch die mithilfe von Pega gewonnenen Erkenntnisse können die Kundenberater weltweit durchgängige Serviceleistungen anbieten und gleichzeitig auf besondere Anforderungen Rücksicht nehmen. Die Kunden-Scorecards bieten einen wertvollen Überblick über die Key-Account-Metriken. Gleichzeitig ermöglichen sie dem Bereich Transaction Services, wichtige Service-Metriken einzuhalten.

Daneben nutzt die Bank die Pega-Lösung zur zügigen Integration bestehender Werkzeuge, um die eigene Infrastruktur effizient einzusetzen und Unterbrechungen zu vermeiden.

Transaction Services entwickelte einen auf zwei Jahre angelegten Stufenplan, der eine reibungslose Leistungserbringung und geschäftliche Kontinuität garantiert, Anpassungen auf ein Minimum reduziert, Prozesse optimiert und Systeme vereinfacht. Die Pega-Lösung wird inzwischen von den 3.500 Kundenberatern der Bank weltweit genutzt.

RESULTAT:

Qualitativ höherwertiger Service in einem Zehntel der Zeit

Durch die Standardisierung der Daten in einem einheitlichen Frontend müssen sich die Kundenberater vor Ort zur Bearbeitung von Kundenanfragen nicht mehr an die Servicezentren in anderen Regionen wenden. Die Bearbeitungszeit hat sich bei bestimmten einfachen Serviceanfragen von 24 auf zwei Stunden verringert. Darüber hinaus hat die Automatisierung des Workflows den

Arbeitsaufwand für Standardanfragen deutlich reduziert und das Backoffice effizienter gemacht. Jetzt können sich die Servicemitarbeiter mehr Zeit für die strategische Beratung der Kunden nehmen.

Die Pega-Lösung stellt den Kunden auch Selbstbedienungsfunktionen zur Verfügung. Weil jetzt mehr Kundenanfragen schnell und effektiv über den SB-Kanal abgewickelt werden, können sich die Kundenberater auf komplexere Anfragen konzentrieren.

Mit dem SB-Service hat die Bank das Transaktionsvolumen und auch die Gesamtproduktivität gesteigert und damit die Kapitalkosten sowie das Betriebsrisiko gesenkt.

WELTWEIT AGIERENDE GESCHÄFTSBANK

Diese bekannte global agierende Bank verwaltet Vermögenswerte in Höhe von mehreren Billionen Dollar. Zu den Kunden gehören Treasurer, Finanzvorstände, Vermögensverwalter und Finanzmanager, die 95 % der Fortune-500-Unternehmen repräsentieren. Sie bietet integrierte Cash- und Fondsmanagement-, Wertpapier- und Handelsdienstleistungen für multinationale Unternehmen, Finanzinstitute und öffentliche Körperschaften.



DIGITALE TRANSFORMATION BEI DER İŞBANK

Geschäftsziele

- Verringerung der Komplexität
- Standardisierung der Architektur
- Einrichtung eines robusten, nachhaltigen Rahmens für Prozesse
- Kultureller Wandel im Unternehmen soll schnellere, leichtere und einfachere Erledigung von Aufgaben ermöglichen

- Anzahl Unique Users pro Tag: 15.000
- Maximale Anzahl Vorgänge/Fälle pro Tag: 80.000
- Maximal Anzahl gleichzeitiger Sitzungen: 5.000
- 13 bis 14 Millionen Fälle jährlich
- Über 30 Projekte

Ergebnisse

- Steigerung der Prozesseffizienz um 30 % bis 80% für über 500 Prozesse
- Steigerung der Entwicklungsproduktivität um 60 %
- Konsolidierung von mehr als 40 Altsystemen

„Als digitale Bank reicht es nicht aus, die Interaktionspunkte mit den Kunden zu digitalisieren. Wir müssen auch alle Prozesse digitalisieren.“

Hakan Aran
CIO, İşbank



HERAUSFORDERUNG UND VISION: Attraktivität für jüngere Kunden mit digitalem Banking

Etwa 17 % der Bevölkerung der Türkei ist zwischen 15 und 24 Jahre alt. Das sind über 13,5 Millionen potenzielle Bankkunden, die technologisch auf der Höhe der digitalen Zeit sind.

Die İşbank ist die älteste Bank des Landes und hat erkannt, dass sie ihr Geschäft digitalisieren muss, wenn sie die Bedürfnisse dieser jungen wachsenden Bevölkerung erfüllen will. Zunächst bedurfte es allerdings einer Transformation der Geschäftsprozesse, um Effizienzgewinne zu erzielen und sich von den manuellen papierlastigen Prozessen zu befreien.

Mit ihrem Programm „Opera“ wollte İşbank die folgenden Ziele erreichen:

- Einfachheit: Einführung von 500 neuen Prozessen, Steigerung der Effizienz um 30 % und Vereinfachung der Technologie-Plattform.
- Standardisierung: Schaffung eines einheitlichen Konzepts für Case Management, Reporting und COE.
- Nachhaltigkeit: Entwicklung einer robusten Architektur auf der Grundlage digitaler und agiler Methoden.

SO KONNTE PEGA HELFEN: Bereitstellung einer Plattform für das Transformationsprogramm

İşbank hatte erkannt, dass die bestehenden Plattformen ungeeignet waren, die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu gewährleisten und die Anforderungen der Kunden zu erfüllen. Nach einem gründlichen Auswahlverfahren entschied sich die Bank für die Case-Management-Lösung von Pega. „Wir haben auf das Versprechen und die Fähigkeit des Tools gesetzt, unsere eigene Vision umsetzen zu können“, meint Ali Yalçın, der bei der İşbank für den Bereich Business-Process Management und die Entwicklung digitaler Bankingkanäle zuständig ist.

İşbank konnte in kurzer Zeit ihre Bereitstellungszeiten verkürzen, eine einheitliche Umgebung implementieren, Bestandssysteme konsolidieren bzw. ausmustern, in den Filialen und Operation Centers neue Anwendungen einführen, über 30 Projekte aufsetzen und die digitale Transformation vorantreiben.

RESULTAT: Einsparungen in Millionenhöhe durch digitale Funktionen

İşbank konzentrierte sich auf die Umgestaltung seines operativen Fundaments, um seine digitale Transformation zu realisieren. Die Zusammenarbeit mit Pega im Rahmen des Programms Opera brachte Einfachheit, Standardisierung und Nachhaltigkeit für

über 500 Prozesse und ebnete der İşbank den Weg zur digitalen Bank der Türkei.

Mit Effizienzgewinnen von 30 % bis 80 % bei den meisten Prozessen sowie der Ausmusterung von 40 Bestandssystemen konnte die Bank Gesamteinsparungen von 50 bis 60 Millionen Dollar verbuchen.



Türkiye İş Bankası bzw. İşbank wurde 1924 gegründet. Sie ist die größte Bank der Türkei und eines der weltweit führenden Finanzinstitute. Ihr Filialnetz umfasst 1.354 inländische sowie 55 ausländische Niederlassungen. Die Bank hat über 14 Millionen Kunden. 2015 betrug das Bruttoergebnis insgesamt 6,8 Milliarden Dollar (Tier-1-Kapital laut Bank für Internationalen Zahlungsausgleich, Basel).



BANK ERFÜLLT SCHLÜSSELKENNZAHLEN – MIT PEGA

Geschäftsziele

- Kürzere durchschnittliche Bearbeitungszeit
- Mehr Vertriebsmöglichkeiten
- Geringere Fehlerquote
- Kürzere Schulungsdauer für die Agenten
- Benutzerfreundlichere Anwendungen für die Agenten

Ergebnisse

- Durchschnittliche Bearbeitungszeit für Zahlungsprozess um 66 % verkürzt
- Verstärkte Up- und Cross-Selling-Aktivitäten
- Agenten halten Vorschriften besser ein
- Kürzere Schulungsdauer für Agenten und weniger Abwanderung

„Wir schaffen eine Umgebung, in der wir jeden einzelnen unserer Kunden kennen. Mit der Roboter-Automatisierung von Pega haben wir die durchschnittliche Bearbeitungszeit gesenkt und die Schulungszeiten reduziert. Gleichzeitig konnten wir mehr Vertriebsmöglichkeiten generieren und die Einhaltung der Vorgaben durch unsere CSRs verbessern.“

Vice-President, Operations Manager and Management Services einer großen US-Retail-Bank



HERAUSFORDERUNG UND VISION: Schnellerer Service und Umsatzsteigerung im Vertrieb

Diese große US-Retail-Bank musste ihren Kundenservice verbessern und die Vertriebs-erlöse ihrer Vertriebs- und Service-Center-Agenten steigern. Das Unternehmen setzt einen Mix aus Bestandssystemen ein, darunter Siebel CRM, Visual Basic und sowohl Mainframe- als auch Browser-basierte Anwendungen. Der Einsatz dieser separaten Anwendungen ergab eine komplexe Umgebung, in der die Mitarbeiter regelmäßig zwischen Programmfenstern hin- und herwechseln mussten. Das wirkte sich in einigen zentralen Bereichen natürlich negativ auf die Leistung aus. Die Bank wollte die Effizienz steigern, Compliance-Prozesse vereinfachen und die Weiterbildung beschleunigen. Sie wollte, dass ihre Agenten schneller Basiskompetenzen erwerben und auch schneller zu „Experten“ werden, damit sie mehr Vertriebsmöglichkeiten in kürzerer Zeit generieren konnten.

SO KONNTE PEGA HELFEN: Umgehender ROI schon bei Implementierung

Nach der Implementierung von Pega Robotic Desktop Automation in nur 90 Tagen hatte die Bank umgehend den Return on Investment (ROI) erreicht. Mit dem Ansatz der agilen Methodik können die Bankanalysten jetzt sofort auf Leistungsfeedback reagieren und auf allen Desktopcomputern in Rekordzeit Verbesserungen der eingesetzten Lösungen vornehmen. Das Unternehmen konnte separate

Bestandsanwendungen integrieren, ohne die zugrunde liegenden Anwendungen ändern zu müssen, darunter ein Windows-basiertes CRM-System mit Visual Basic, Emulatoren für mehrere 3270-Mainframe-Sitzungen und -Anwendungen sowie verschiedene Browser-basierte Web-Anwendungen. Durch die Zusammenführung häufig genutzter Felder und Steuerelemente wurden zusammengesetzte Oberflächen für die einheitliche Anzeige von Kundeninformationen geschaffen, die sofortige Workflow-Verbesserungen ermöglichen. Die Bank konnte wiederkehrende Aufgaben wie Kundenprüfung, Zahlungstransfers, Freigaben und Löschung von Hypotheken, Änderung von Anschriften und Telefonnummern sowie die Datenübermittlung an den Outbound-Vertrieb automatisieren.

RESULTAT:

Desktop-Lösung stärkt Produktivität der Agenten

Die Bank konnte die durchschnittliche Bearbeitungszeit für mehrere Schlüsselprozesse deutlich senken. Bei einem Zahlungsprozess wurden 22 Schritte automatisiert, wodurch die durchschnittliche Bearbeitungszeit um 66 % von 360 Sekunden auf 120 Sekunden verkürzt werden konnte. Die rückläufigen Bearbeitungszeiten wirkten sich direkt auf das Mitarbeiterengagement aus und steigerten das Up-Sell- und Cross-Sell-Geschäft. Da die Agenten weniger durch die unterschiedlichen Anwendungen abgelenkt werden, können sie einen besseren und genaueren Service erbringen. Automatische Kopierfunktionen zwischen Formularen haben zu einer deutlichen Verringerung von Datenfehlern geführt. Eine neue Benutzerführung, neue Formulare und automatische Workflow-Schritte unterstützen

die korrekte und vollständige Durchführung von Aufgaben und gewährleisten so, dass die Agenten die Vorschriften besser einhalten. Center-Manager können die Desktop-Metriken einzelner Benutzer protokollieren, um Prozesse zu analysieren und die Arbeitsabläufe entsprechend anzupassen. Die Schulungsdauer für die Agenten wurde ebenfalls verkürzt. Benötigten sie früher 60 Tage, sind sie jetzt in wesentlich kürzerer Zeit eingearbeitet bzw. gelten als erfahren.

GROSSE US-RETAIL-BANK

Als eine der größten Banken in den USA verfügt dieses Unternehmen über Vermögenswerte in Höhe von etwa 100 Milliarden Dollar. Zu den Dienstleistungen der Bank gehören Vermögensverwaltung, Retail und Commercial Banking, Verbraucherfinanzierung sowie Investment-Banking-Produkte und -Dienste, die weltweit angeboten werden.



TRANSFORMATION VON ONBOARDING UND COMPLIANCE

Geschäftsziele

- Verbesserung des Kundenservice (intern und extern)
- Senkung der Kosten für den Service pro Kunde und Compliance
- Wechsel zu einem umfassenden Client Lifecycle Management
- Steigerung der operativen Effizienz mit einem globalen Transformationsansatz

Ergebnisse

- Geringere Kosten für den Service pro Kunde und Compliance
- Mehr Transparenz und Kundenorientierung
- Lösung läuft in neun Ländern mit über 200 Benutzern

„Pega hilft uns, in einer zuvor stark von manuellen Tätigkeiten geprägten Umgebung geeignete Organisations- und Arbeitsabläufe bereitzustellen. Auf diese Weise schaffen wir uns die richtige Struktur.“

Executive Sponsor einer großen Universalbank



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Transformation von Kunden-Onboarding und Kundenservice

Interne Kunden dieser Universalbank hatten wegen der globalen Kosten bestehender Plattformen, fehlender Personalisierung, mangelnder Einhaltung lokaler Vorschriften und fehlender IT-Flexibilität zunehmend Bedenken. Vor kurzem kündigte die Global Banking and Investor Solutions Group ein Transformationsprogramm an, das sich auf zwei Schwerpunkte konzentriert: Ersatz der hauseigenen Plattform für das Kunden-Onboarding und Implementierung einer neuen globalen Kundenservice-Plattform. Die Bank wollte von einem isolierten Onboarding-Ansatz hin zu einer durchgängigen globalen Lösung für das Kundencyklus-Management. Das Projekt musste auch die IT-Ziele unterstützen, nämlich die Entwicklung strategischer Anwendungen, die von einer gemeinsamen Plattform mit einer agilen, kontinuierlichen Liefermethode unterstützt werden.

Die strategischen Anwendungen von Pega sind eng mit den Zielen der Bank in Bezug auf Kunden-Onboarding, Service, Kundenschnittstellen und operative Effizienz verzahnt.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Ganzheitlicher Ansatz für die kundenorientierten Ziele der Bank zum Erfolg

Als die Global Banking and Investor Solutions Group Pega als möglichen Lösungsanbieter für das Kunden-Onboarding/KYC-Projekt

bewertete, diente eine eventuelle Eigenentwicklung als Maßstab. Parallel dazu untersuchten die Unternehmen auch andere Aspekte des Customer Lifecycle Management wie etwa Kundenservice und Betriebseffizienz. Daraus entstand eine enge Beziehung zu den Führungskräften der Bank. Weitere Schlüsselfaktoren für die Entscheidung waren:

- Mit einem ganzheitlichen Ansatz konnte Pega eine globale Plattform bereitstellen, die zur digitalen Strategie der Bank passte (Kombination aus strategischen Anwendungen und einer agilen Entwicklungsplattform).
- Die umfassenden Referenzprojekte von Pega im Bereich Finanzdienstleistungen.
- Der Funktionsumfang des Pega-Portfolios und die agile Lösungsbereitstellung, die in zwei umfangreichen Machbarkeitsstudien auf Basis der besonderen Anforderungen der Bank an ein umfassendes Onboarding und einen erweiterten Kundenservice getestet wurden.

RESULTAT:

Customer Lifecycle Management verbessert das Kundenerlebnis

Die strategischen Anwendungen von Pega sind eng mit den Initiativen der Global Banking and Investor Solutions Group rund um die Themen Kunden-Onboarding, Kundenservice, Vereinfachung von Kundenschnittstellen und operative Effizienz verzahnt. Pega unterstützt die digitale Strategie der Bank, passt zu ihrem

digitalen Transformationprogramm und kann dieses auch voranbringen.

Mit Pega implementierte die Bank in nur drei Monaten für 200 aktive Benutzer in neun Ländern eine durchgängige Plattform für Client Lifecycle Management und die Optimierung von Arbeitsabläufen. Die Bank hat jetzt die Möglichkeit, die angestrebten Vorteile zu realisieren, nämlich:

- Senkung der Kosten für den Service pro Kunde und Compliance.
- Mehr Transparenz und Kundenorientierung.

Wegen des bereits erreichten Erfolgs plant die Bank eine Ausdehnung des Einsatzes von Pega auf die operativen und geschäftlichen Aspekte ihrer Tätigkeit.

GROSSE UNIVERSALBANK

Dieser multinationale französische Bank- und Finanzdienstleister ist einer der größten europäischen Finanzdienstleistungskonzerne. Das Fundament der Gruppe ist ein diversifiziertes Universalbankmodell und verbindet finanzielle Solidität mit einer Strategie nachhaltigen Wachstums. Die Gruppe hat über 148.000 Mitarbeiter und ist in Europa und Afrika flächendeckend vertreten.

A photograph showing three business professionals—two women and one man—sitting around a white round table in a modern office setting. They appear to be engaged in a discussion, with papers and a pen visible on the table.

KYC LEICHT GEMACHT – FÜR TAUSENDE BANKEN

Geschäftsziele

- Schaffung einer zentralen KYC/Due-Diligence-Datenquelle für Banken und Unternehmenskunden
- Ermöglichen einer vollständigen Zusammenstellung und Verwaltung von KYC-Profilen durch optimierte, automatisierte Prozesse
- Zügige Umsetzung von sich ändernden Regeln

Ergebnisse

- Einsatzbereit innerhalb von sechs Monaten – mit einem Bestand von 113.000 juristischen Personen
- Über 2.200 Buy-Side- und Unternehmenskunden mit mehr als 350.000 Dokumenten
- Vollständiges Onboarding und umfassende Pflege aller Investmentprodukte und Kunden; Offboarding ruhender Benutzerkonten

„Mit Pega CLM ... haben wir Kontoeröffnung und Compliance-Themen schnell erledigt, sodass Firmen schnell über Liquidität verfügen und die Markteinführung beschleunigen können. Wir arbeiten mit über 1.500 [Kunden] zusammen, um den KYC-Aufwand zu verringern, und verhandeln mit zahlreichen Partnern direkt.“

Jon May
CEO, kyc.com (Markit)



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Komplexe KYC-Prozesse für Finanzinstitute vereinfachen

Die großen Finanzdienstleister investieren eine Menge Zeit und Geld, um die sich ständig ändernden behördlichen Vorgaben zu erfüllen. Dies gilt insbesondere, wenn es darum geht, die KYC-Compliance (Know Your Customer) für ihre Kunden und verbundenen Unternehmen zu gewährleisten. Da auf dem Markt Arbeiten häufig doppelt ausgeführt werden, haben Markit und Genpact die Gelegenheit genutzt und bieten eine zentrale, verlässliche Quelle für KYC-Due-Diligence-Daten.

Die Zusammenstellung und Pflege dieser Profile ist keine leichte Aufgabe. Das Sammeln der erforderlichen Informationen erfolgt weitgehend manuell und umfasst häufig Recherchen zu komplexen multinationalen Konzernstrukturen, Führungskräften, Geschäftssitzen usw. All dies hat Auswirkungen auf die Informationen, die zusammengetragen werden müssen. Hier ist es ganz wesentlich, dass es sich um einen kontrollierten, nachvollziehbaren und gesteuerten Prozess handelt. Der Prozess muss ebenfalls geprüft werden, da die KYC-Dienste die Verantwortung für den Nachweis übernehmen, dass die Profile korrekt und aktuell sind und angemessen gehandhabt werden.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Pega 7 als Werkzeug für KYC Compliance

Markit und Genpact entschieden sich für den Einsatz von Pega 7 Case Management und CRM als Basis für kyc.com, um die KYC- und FATCA-Profile zu erstellen und zu pflegen. So konnten neue Zuständigkeiten, Finanzinstitute und Endkunden schneller integriert werden. Dabei gibt es verschiedene Auslöser, die einen Fall initiieren: Ein neuer Kunde meldet sich an, der seinerseits Kunden hat, für die es noch keine Profile gibt; bestehende Profile müssen regelmäßig erneuert und aktualisiert werden; eine unternehmerische Maßnahme (wie etwa eine Fusion); Veranlassung von außen (wie etwa negative Berichterstattung zu diesem Unternehmen); oder eine Nachfrage von einem Bankkunden, der die Profildaten des KYC-Service als unzutreffend beurteilt.

Mit den Case-Management-Funktionen von Pega 7 lässt sich kyc.com kontrollieren und prüfen, und man kann schnell auf Kundenbedarf reagieren. Die CRM-Funktionen von Pega 7 managen die Kommunikation mit Banken und Kunden und verfolgen Kontakte, Unternehmen und deren Strukturen, E-Mails und Anrufe sowie Änderungen von Strukturen, Kontakten usw.

RESULTAT:

Tausende Kunden setzen auf kyc.com

Markit und Genpact entschieden sich für Pega, weil die meisten ihrer Kunden Pega bereits für ihre Onboarding- und Customer-Due-Diligence-Prozesse einsetzen. Pega gilt in diesem Bereich als der anerkannte Marktführer.

Da sich Änderungen sehr schnell und einfach vornehmen lassen, kann man mit häufigen Änderungen von Vorschriften oder Kundenverhältnissen Schritt halten. Das und die modernen flexiblen Integrationsfunktionen von Pega erleichterten Markit und Genpact die Wahl.

Heute greifen zwölf der weltweit größten Banken auf kyc.com zurück, und über 2.200 Buy-Side- sowie Unternehmenskunden sind angemeldet. Kyc.com unterstützt mehr als 113.000 juristische Personen mit über 350.000 Dokumenten, die im System zur Verfügung stehen.



Kyc.com ist ein Joint Venture von IHS Markit und Genpact, zwei führenden Anbietern auf dem Finanzdienstleistungsmarkt. Kyc.com bietet ein zuverlässiges Paket an Compliance-, Steuer-, Datenväldigerungs- und Referenzdatendiensten. Mit mehr als 350.000 Dokumenten unterstützt das Unternehmen über 113.000 juristische Personen. Zwölf der weltweit größten Banken sowie über 2.200 Buy-Side- und Unternehmenskunden, 6.000 Unternehmen und 80 Banken verlassen sich auf Kyc.com.



BANK SETZT WERTE FREI DURCH AUTOMATISIERUNG

Geschäftsziele

- Integration von Bestandsanwendungen wie Mainframe-, Windows- und Web-anwendungen
- Optimierung von Geschäftsabläufen für Bankmitarbeiter ohne Änderung der Anwendungsprogrammierung
- Reduzierung und Vereinfachung der Schulung neuer Account Manager

Ergebnisse

- Rückgang der Fehlerquote von 29,7 % auf 2 %
- Verkürzung der Bearbeitungszeit um 78 %
- Kontobearbeitungszeit halbiert
- Durchschnittliche Bearbeitungszeit für Prüfung der Vorgaben um 28 % verkürzt

„Wir haben schnell erkannt, dass wir keinen Zugriff auf unsere Quellsysteme hatten. Das sind die umfangreichen Bankanwendungen, die zur Abwicklung von Kundentransaktionen in einem nahtlosen Prozess benötigt werden. Wir hatten keine direkte Kontrolle darüber, wie diese Systeme verbessert werden konnten.“

Senior Vice-President, Corporate Technology einer multinationalen Bank



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Automatisierung manueller Aufgaben zur Verbesserung des Kundenservice

Dieser Bankdienstleister war mit den typischen Prozessengängen konfrontiert, die der gesamten Retail-Banking-Branche zu schaffen machen. Umständliche manuelle Geschäftsprozesse zwangen die Mitarbeiter der Bank dazu, ständig zwischen mehreren Bildschirmmasken verschiedener Bestandsanwendungen hin- und herzuwechseln. Ein hervorragender Kundenservice war so für die Bank auf diese Weise nicht zu erreichen. Das Unternehmen erkannte, dass sich durch Integration unterschiedlicher Bestandsanwendungen wie Mainframe-, Windows- und Web-Anwendungen die Effizienz verbessern und die Geschäftsprozesse optimieren lassen würden. Dabei wollte die Bank aber bestehende Anwendungsprogramme nicht ändern, um die für neue Account Manager notwendigen Schulungen zu reduzieren und zu vereinfachen.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Kurzfristige Realisierung von Kosten- und Zeit-einsparungen in allen Filialprozessen

Mithilfe von Pega Robotic Automation erstellte die Bank in nur drei Wochen eine Prototyp-Lösung, die sechs Prozesse automatisierte. Nach einer zweiwöchigen Schulungsperiode übernahmen zwei Entwickler der Bank das

Projekt. Die ersten Projekte konzentrierten sich auf Prozesse zur Bonitätsprüfung, Kontoanmeldung und Kontoführung sowie Up-Selling-Prozesse für Giro-, Sparkonten und andere Investment-Produkte. Die neuen Funktionen erstrecken sich auf die drei Bereiche Backoffice, Filiale und Contact Center. Durch die Optimierung von Bestandsanwendungen ohne Änderung des Quellcodes konnte das Unternehmen sowohl Zeit als auch Geld sparen.

RESULTAT:

Reibungslose Prozesse lassen der Bank mehr Freiraum für höherwertige Projekte

Die Anmeldezeit in den Filialen konnte drastisch von 78 Sekunden auf nur noch 45 Sekunden pro Person reduziert werden; vier Bestandsanwendungen wurden in einer Ansicht zusammengefasst. Im Kundencenter wurde Pega Robotic Automation eingesetzt, um Bestandsanwendungen zu integrieren, Kontodaten über Bildschirmmasken hinweg automatisch zu aktualisieren und für die Einhaltung von Vorgaben zu sorgen. Das Ergebnis: Die durchschnittliche Bearbeitungszeit wurde um 120 Sekunden (28 %) je Mitarbeiter und Anruf reduziert, und die Fehlerquote ging von 29,7 % auf 2 % zurück.

Im Backoffice optimierte Pega Robotic Automation Schlüsselprozesse. Dadurch sank die Verarbeitungszeit um 78 %, und die Zahl der bearbeiteten Konten verdoppelte sich. Damit musste weniger Personal für Bonitätsprüfungen und andere manuelle Prozesse eingesetzt werden, und die Mitarbeiter konnten sich wieder auf andere

Projekte konzentrieren. Für die Modernisierung von Bestandsanwendungen waren keine neuen Investitionen erforderlich. Das Team untersucht jetzt eine Reihe neuer Möglichkeiten für mehr Produktivität und weitere Einsparungen mittels Pega Robotic Automation.

MULTINATIONALE BANK

Dieses Servicezentrum einer weltweit agierenden Universalbank bearbeitet Girokonten, Darlehensanträge, Kreditkartenkonten und andere Angebote zur Kapitalanlage. Die Bank ist in über 100 Ländern vertreten, und das Servicezentrum gilt als Innovationsführer unter den Banken des Landes.



RBS WIRD ZUR VERTRAUENSWÜRDIGSTEN BANK

Geschäftsziele

- Verstehen, was für die Kunden wichtig ist
- Kunden helfen, wann immer das nötig ist
- Hervorragender Kundenservice auf allen Kanälen
- Customer Lifetime Value aus jeder Kundenbeziehung

Ergebnisse

- Unterstützung von über 100 Kundenszenarien
- Steigerung der Hypothekeneinbehaltung um 20 %
- Web-Funktionen in der Filiale von 0 auf 40 % gesteigert
- 10-1 ROI aus Next-Best-Action im Jahr 2015

-
- 17 Millionen Omnichannel-Kunden
 - kanalübergreifende Unterstützung für 15.000 Agenten
 - Über zwei Milliarden personalisierte Interaktionen pro Jahr
-

„Wir schaffen eine Umgebung, in der wir jeden unserer Kunden kennen. Wir wollen unser Wissen über sie dazu nutzen, wirklich zu verstehen, was für sie wichtig ist – damit wir für sie da sind, wenn es darauf ankommt.“

Jessica Cuthbertson

Leiterin Data Science & Customer Decisioning, RBS



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Personology: Optimale Entscheidungen durch gründliche Kundenkenntnis

Nach der weltweiten Finanzkrise befand sich die Royal Bank of Schottland (RBS) auf einem besonders wettbewerbsintensiven Markt; sie musste ihre Anstrengungen verstärken, um profitable Kunden zu gewinnen und zu halten. Um das Geschäft mit Privatkunden zu stärken, musste die Bank einen personalisierten Marketingansatz implementieren und durch Verbesserung der Kundenbeziehung effektiver werden.

RBS wollte zur „vertrauenswürdigsten Bank“ werden. Dazu war ein anderer Ansatz notwendig: weg vom reinen Produktverkauf hin zu einem wertschöpfenden Kundendialog. Außerdem Aufbau eines neuen Kundenstamms und der Verbesserung der Cross-Selling-Möglichkeiten musste das Unternehmen die Kundenbindung stärken und für nachhaltige Einnahmequellen sorgen.

In der Vergangenheit hat sich RBS auf Boom-and-Bust-Kampagnen verlassen. Aber die neue Kundencharta der RBS sah vor, die Bankgeschäfte für den Kunden zu vereinfachen, ihm zuzuhören und ihm wo immer erforderlich zu helfen. Zur Unterstützung dieses Ansatzes musste RBS moderne Analytik und Entscheidungsmanagement nutzen, um die Kundeninteraktion kanalübergreifend persönlicher (und profitabler) zu gestalten.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Personalisierung durch CRM - mit Verstand

RBS kannte den Wert von Daten, musste diese Daten aber über die verschiedenen Kanäle hinweg zusammenführen, um durch den Kundenkontext maximale Wirkung zu erzielen. Mit Pega Marketing und der Unterstützung des kanalübergreifenden Pega Customer Decision Hub konnte RBS seinen 17 Millionen Kunden einen direkten, personalisierten Kundendialog bieten.

RBS integrierte personalisierte Next-Best-Action-Empfehlungen in seine Web-, Filial-, Kundencenter- und Outbound-Kanäle. Diese Empfehlungen waren nicht auf den Vertrieb beschränkt, sondern sollten über den Verkauf von Leistungen hinaus fundierte Interaktionen für den Kunden ermöglichen. Das Unternehmen entwickelte mehr als 100 spezielle Szenarien zur Verbesserung des Kundenservice, die für personalisierte Angebote und Nachrichten im Rahmen der jährlich über zwei Milliarden Kundeninteraktionen der Bank eingesetzt wurden.

Ein effektives Analyse-Tool war dabei eine unbedingte Voraussetzung. Entsprechend wurde das Pega Machine-Learning in den Prozess integriert. Diese Funktion bot einen Self-Learning Framework, der sich mit dem Kunden entwickelt und seine Strategie und Taktik automatisch an sich ändernde Situationen anpasst.

RESULTAT:

RBS gewinnt Kundenvertrauen

Nach der Neukonzeption seines Kundenansatzes anhand des Konzepts „Personology“ kann RBS den Kunden jetzt in Echtzeit relevante

Inhalte sowohl auf Inbound- wie auch auf Outbound-Kanälen anbieten. Die in der Pega-Plattform integrierten agilen Funktionen erlauben der Bank Programme zügig zu überarbeiten und bestätigen, und zwar innerhalb weniger Tage, nicht erst nach Monaten.

Die Investition der Bank in Pega lieferte die intelligenten Informationen und Steuerungsmöglichkeiten, die für hochwertige Interaktionen in den beraterseitigen Kanälen notwendig sind. Die Filialmitarbeiter haben festgestellt, dass neben fachlichen Empfehlungen auch etwas so Einfaches wie ein Geburtstagsglückwunsch zu einem tieferen und persönlicheren Dialog führt und die Bindung stärkt.

Außerdem wirkt sich die Personalisierung in den Webkanälen der Bank, wo täglich Millionen Kundeninteraktionen stattfinden, direkt auf die Einnahmen aus. Die Einbehaltungsquote bei Hypotheken hat sich um 20 % verbessert, und 40 % der Filialtermine werden jetzt online vereinbart, was es vor einigen Jahren noch gar nicht gab.

Durch Neuinvestitionen in seine Kunden hat sich RBS seinen Platz als „vertrauenswürdigste Bank“ verdient.



Die Royal Bank of Scotland (RBS) wurde 1727 gegründet und hat ihren Hauptsitz in Edinburgh. Zur Bankengruppe gehören NatWest, Ulster Bank sowie RBS-Marken mit über 92.000 Mitarbeitern, 2.200 Filialen und 17 Millionen Kunden. RBS hat eine einfache Zielsetzung: den Kunden gut zu dienen. Das Unternehmen möchte nach eigenem Bekunden führend bei Kundenservice, Vertrauen und Kundenzufriedenheit werden.



BEHÖRDEN:

VORWORT DES VORSTANDS



Führungskräfte in Regierungen und Behörden sind für einige der wichtigsten Themen überhaupt zuständig. Sie müssen rund um die Uhr die öffentliche Sicherheit gewährleisten, für Veteranen und Einsatzkräfte sorgen und kritische Infrastrukturen managen. Regierungen und Behörden erhalten die Luft, die wir atmen, das Land, auf dem wir uns bewegen, und das Wasser, das wir trinken. Durch ihr Engagement und ihr Handeln werden Versorgungsleistungen effizient verteilt, Menschen erhalten bei Bedarf schnell Unterstützung, und Nationen werden vor Bedrohungen geschützt.

Bei der Bewältigung jeder einzelnen Aufgabe setzen sich die Führungskräfte eingehend mit Technologien und Prozessen auseinander. Die IT entwickelt sich in atemberaubendem Tempo, und öffentliche Einrichtungen stehen vor gewaltigen Herausforderungen: Etatdruck, technische Modernisierung, sich wandelnde Erwartungen der Bürger, Bevölkerungswandel sowie die Notwendigkeit immer schnellerer Ergebnisse. Die Führungskräfte dieser Einrichtungen sind gute Verwalter der Steuermittel, und sie sorgen dafür, dass alle Investitionen skalierbar und flexibel sind. Pega ist besonders stolz darauf, mit seinen Kunden bei Behörden und öffentlichen Einrichtungen an diesen alltäglichen Herausforderungen zu arbeiten, eine schnelle Wertschöpfung zu erreichen und Vorbereitungen für künftigen Wandel zu treffen.

Ich möchte Sie bitten weiterzulesen, damit Sie erfahren, wie Behörden in aller Welt beim Thema Build for Change vorangehen. Sollten Sie Fragen haben, schreiben Sie mir bitte unter douglas.averill@pega.com.

Douglas Averill

Global Government Business Line Leader, Pegasystems



KALIFORNIEN ERWIRTSCHAFTET 2 MILLIARDEN FÜR BÜRGERDIENSTE

Geschäftsziele

- Besserer Kundenservice, geringere Kosten und Schließen der Steuerlücke
 - Sichere Selbstbedienungsoptionen für Steuerzahler
 - Automatisierung manueller Prozesse, Streichung von Ausnahmen und Beschleunigung von Erstattungen
 - Prüfung der Steuererklärungen im gesamten Bundesstaat gegen die komplexe und sich ständig ändernde Steuergesetzgebung
 - Steigerung der Produktivität der Mitarbeiter
-
- In der Spitze 960.000 bearbeitete Steuererklärungen pro Tag
 - Vier Millionen Steuererklärungen in einer Woche

Ergebnisse

- 2 Milliarden Dollar Einnahmen für den Bundesstaat
- 16 Millionen bearbeitete Steuererklärungen in weniger als vier Monaten
- 24X7 Selbstbedienung für Korrespondenz zur persönlichen Einkommensteuer
- Senkung der Durchschnittskosten für Abschluss eines Steuerjahres

„2016 war unser bestes Steuerjahr. Durch unsere Verbesserungen wie den Einsatz von Pega konnten wir über 16 Millionen Steuererklärungen in weniger als vier Monaten bearbeiten. Allein in der letzten Woche wurden vier Millionen Unterlagen bearbeitet, ganz ohne Probleme oder Serviceanfragen.“

Cathy Cleek
CIO, California Franchise Tax Board



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Schließen der Steuerlücke

In Kalifornien ist die Einkommensteuer die wichtigste Einnahmequelle für Bürgerdienste. Daher wollte die Steuerbehörde, das California Franchise Tax Board (CA FTB), die Lücke zwischen der eigentlichen Steuerschuld der Bürger und den laut Steuererklärung tatsächlich entrichteten Steuern schließen. Etwa 20 % fehlerhafte Steuererklärungen führen dazu, dass Steuerzahler wegen falscher Formulare oder anderer Ausnahmen zu wenig Steuern zahlen.

Die Steuerbehörde wollte außerdem in der Lage sein, die Steuererklärungen im gesamten Bundesstaat schnell und automatisch anhand der komplexen und sich ständig ändernden Steuergesetzgebung zu prüfen.

Bis zur Einführung von Pega wurden Prüfungen manuell durchgeführt. Ziel der CA FTB waren die Streichung von Ausnahmeregelungen und die automatische Prüfung der Vorschriften. Zudem wollte man die Steuerzahler darüber informieren, wie die Steuerberechnung effizienter und präziser erfolgen kann.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Höhere Produktivität der Mitarbeiter und besserer Kundenservice

Im Sinne dieser Ziele entschied sich die Steuerbehörde, die genaue Prüfung der Steuererklärungen mithilfe von Pega durchzuführen. Die Pega-Anwendung gehört zum Projekt Enterprise Data to Revenue (EDR), bei dem es um das operative Geschäft und System-Modernisierungen geht.

Pega wurde zunächst zur automatischen Bearbeitung von Papierkorrespondenz und anschließend als Plattform für die Bearbeitung aller 16 Millionen Einkommenssteuererklärungen für das Steuerjahr 2016 genutzt. So konnten pro Tag 960.000 Steuererklärungen bearbeitet werden.

Nach dem Einscannen eines Dokuments erkennt eine Anwendung auf der Pega-Plattform die Art der Korrespondenz und leitet das Schreiben an die zuständige Person oder Abteilung weiter. Bis dahin wurden Papierunterlagen in der Steuerbehörde von Hand verschiedenen Kategorien zugeordnet.

RESULTAT:

Besserer Kundenservice, Einsparungen für Steuerzahler

Mit den neuen Funktionen werden Steuererklärungen automatisch analysiert und geprüft. Damit sinken die Bearbeitungskosten, und die Produktivität der Mitarbeiter steigt.

Durch die fast vollständige Abschaffung ineffizienter papierbasierter Prozesse wird mit EDR die Bearbeitung von etwa einer Million digitalen und Papier-Steuererklärungen automatisiert.

Außerdem bietet EDR den Steuerzahlern sichere Selbstbedienungsoptionen, prüft die Erklärungen und automatisiert und standardisiert manuelle Prozesse. Die Steuerzahler haben sogar verschiedene Kontaktmöglichkeiten, wie etwa E-Mail, Telefon und SMS, und bekommen damit schneller Antworten auf Fragen sowie zügigere Steuererstattungen.

Mit der Anwendung ist die Steuerbehörde auch in der Lage, den Steuererklärungsprozess für beliebige Szenarien intelligent zu automatisieren und damit schneller zu entscheiden – sowohl bei Erstattungen für Bürger als auch bei Zahlungen an den Staat.

Durch optimierte Prozesse und Automatisierung hat EDR mehr als 2 Milliarden Dollar zusätzliche Einnahmen für den Staat generiert.

STATE OF CALIFORNIA FRANCHISE TAX BOARD

Die Steuerbehörde des Bundesstaats Kalifornien (State of California Franchise Tax Board) ist die zweitgrößte Steuerbehörde in den USA und Kalifornien die sechstgrößte Volkswirtschaft der Welt. Die Behörde bearbeitet jährlich über 16 Millionen private Einkommensteuererklärungen und eine Million Unternehmenssteuererklärungen. Die Behörde bietet entsprechende Services und Informationen, um die Steuerzahler bei Erstellung und pünktlicher Abgabe ordnungsgemäßer Steuererklärungen zu unterstützen.



WEGWEISEND FÜR DIE REFORM DES STRAFRECHTS

Geschäftsziele

- Gerechtere Strafprozesse für die Bürger
- Mehr öffentliche Sicherheit
- Prozessoptimierung und Effizienzsteigerung
- Anpassung eines 250 Jahre alten Kautionsverfahrens und gerechtere Behandlung von Personen, die keine Kautionsstellen können

Ergebnisse

- Über 5 Millionen Dollar Einsparungen durch Wiederverwendung und Verzicht auf isolierte Anwendungen
- 96 % Kostensenkung durch elektronische Überwachung von Angeklagten
- Einführung eines einheitlichen Klageerfassungssystems in weniger als neun Monaten
- Drei Bestandsanwendungen zusammengeführt und innerhalb von neun Monaten eingesetzt
- 87 % Effizienzsteigerung bei der Erfassung einer Klage

▪ 2.500 Mitarbeiter des Stadtgerichts ▪ 40.000 Mitarbeiter von Strafverfolgungsbehörden

„2015 hat New Jersey ein historisches Gesetz verabschiedet, mit dem das 250 Jahre alte Kautionsverfahren angepasst wird. Mit Vorverfahrensdiensten wird New Jersey in der Lage sein, dem Richter mehr Informationen als bisher im Sinne gerechterer Kautionsentscheidungen bereitzustellen.“

Jack McCarthy

CIO, Gerichte von New Jersey



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Effizientere Prozesse durch Automatisierung bei Polizei und Gericht

Etwa 2.500 Mitarbeiter von Stadtgerichten sowie bis zu 40.000 Mitarbeiter von Strafverfolgungsbehörden nutzen die Gerichte von New Jersey (NJC) im Zusammenhang mit Informationen zu Strafsachen und Verkehrsdelikten. Ein automatisches Case-Management-System war für einen effizienten und präzisen Informationsfluss entscheidend. Um den Prozess für Polizei und Gerichtsverwaltung zu optimieren, holte NJC Pega ins Boot. In weniger als neun Monaten sollte ein einheitliches Klageerfassungssystem (Unified Complaint Entry - UCE) eingerichtet werden.

NJC wollte darüber hinaus die Kautionsverfahren neugestalten und dafür sorgen, dass Angeklagte mit geringem Gefährdungspotenzial bis zum Prozess ihrer Arbeit nachgehen und Geld für ihre Familien verdienen können, während Angeklagte mit hohem Gefährdungspotenzial in Untersuchungshaft bleiben. Mit einer solchen Reform wären Haftanstalten weniger überfüllt und die entsprechenden Kosten für den Steuerzahler geringer.

Außerdem musste NJC das Lifecycle-Management für die einzelnen Verfahren optimieren und automatisieren. NJC wollte in diesem Zusammenhang das gesamte Gerichtssystem zentralisieren, verschiedene Erfassungssysteme integrieren und Prozesse automatisieren.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Optimierte Strafverfolgungs- und Gerichtsverfahren

Bei der Umsetzung der historischen Strafrechtsreform arbeitete Pega mit NJC an folgenden Aufgaben:

- Entwicklung mehrerer Anwendungen, wobei ein agiler Ansatz verfolgt wurde. Den Anfang machte das UCE-Projekt. Alle Polizisten von New Jersey geben Klagen und Anzeigen direkt in ein einheitliches Erfassungssystem ein, mit dem der gesamte Fall von Anfang bis Ende verwaltet wird.
- Entwicklung einer Anwendung zur Bewertung der öffentlichen Sicherheit (Public Safety Assessment - PSA), mit der das Gefährdungsrisiko von Angeklagten für die Gesellschaft anhand von bewährten statistischen Modellen eingeschätzt wird. Anhand von Geschäftsregeln, die von Dritten festgelegt werden, wird eine Risikoeinstufung vorgenommen, mit der Richter in Echtzeit bessere Entscheidungen bei der Festlegung der geeigneten Next-Best-Action im Rahmen der Vorverhandlung treffen können.
- Konzept für eine Anwendung zur Überwachung von Angeklagten vor ihrem Prozess. Mittels elektronischer Überwachung können Beamte die Angeklagten, die nicht in Untersuchungshaft bleiben müssen, vor einem Prozess wirksam überwachen und an die anstehenden Gerichtstermine und sonstigen Verfügungen des Gerichts erinnern.
- Durchsetzung des Rechts der Angeklagten auf einen zügigen Prozessbeginn, um zu garantieren, dass das Verfahren innerhalb von 180 Tagen beginnt. Mit automatischen Geschäftsprozessen und einem integrierten Case-Lifecycle-Management ist NJC in der Lage, sämtliche Vorgaben einzuhalten.

RESULTAT:

Mehr öffentliche Sicherheit und ein gerechteres System

Mit dem Einsatz des einheitlichen Klageerfassungssystems, der Bewertung der öffentlichen Sicherheit, der Anwendung zur Überwachung bis zum Verfahren sowie dem automatischen Stadtgerichtssystem (MACS) gehört NJC zu den Pionieren bei der Strafrechtsreform und der Erfüllung gesetzlicher Vorgaben.

Mit der MACS-Anwendung verfügt NJC jetzt über einen Bestand an Case-Management-Diensten sowie einen Rahmen für bestmögliche Wiederverwendung von Anwendungen mit jedem neuen Release. NJC identifizierte 18 allgemeine Anwendungsfälle und nutzte die entsprechenden Prozesse für alle seine Gerichtssysteme auf einer einheitlichen Plattform. So konnten über 6.000 Entwicklungsstunden eingespart werden. Das bedeutet, dass gemeinsame Prozesse wie Terminplanung und Zahlungsabwicklung, die von Stadt-, Straf-, Berufungs-, Drogen-, Finanz- und Familiengerichten genutzt werden, wiederverwendet werden konnten und nicht doppelt entwickelt werden mussten. NJC hat auch über 30 Jahre alte bzw. isolierte Anwendungen einbezogen und Redundanzen abgeschafft.

GERICHTE VON NEW JERSEY

Jährlich werden den Gerichten von New Jersey etwa sieben Millionen neue Fälle vorgelegt. Die Richter entscheiden Streitfälle zu verschiedenen Themen, so etwa im Strafrecht, Verstöße im Straßenverkehr, Fragen des Familienrechts sowie zu amerikanischen Grundrechten. Kürzlich wurde in New Jersey ein Gesetz zur Strafrechtsreform verabschiedet im Sinne gerechterer Strafprozesse für die Bürger.



HÖHERER REISEKOMFORT UND KOSTENSENKUNG IN VIER MONATEN

Geschäftsziele

- Weniger Verspätungen und zeitnahe, präzise Informationen für Reisende
- Einsatz eines proaktiven Störfallmanagementsystems
- Besserer Service und bessere Informationsübermittlung für Bürger
- Schnellere Reaktion auf Gerätefehler

- 18.000 Kilometer Straße
- Über 5000 Brücken und Tunnel
- Meldungen von über 20.000 fernauslesbaren Geräten

Ergebnisse

- Go-Live schon nach vier Monaten
- Besserer Service für Reisende in New South Wales
- Geringere Kosten durch effizientere Abläufe
- Nahtloses, transparentes Störfallmanagementnetzwerk

„In nur vier Monaten haben wir bereits erheblich von Pega und unserer Fehlermanagement-Lösung profitiert. So konnten wir die Engineering-Ressourcen besser einsetzen und die Fehlerbehandlung priorisieren, was zu schnelleren Reaktionszeiten geführt hat.“

Chris Ruwoldt

Principal Manager Transport Operations Systems,
New South Wales Transport Management Centre (Australien)



HERAUSFORDERUNG UND VISION: Mehr Bürgerservice bei niedrigeren Kosten

Das New South Wales Transport Management Centre (NSW TMC) ist für den gesamten Auto-, Schienen-, Fähr- und Busverkehr auf 18.000 km Straße und mehr als 5.000 Brücken und Tunneln des australischen Bundesstaates verantwortlich.

Die Behörde kooperierte mit Pega bei der Entwicklung eines proaktiven Incident-Management-Systems, das das bestehende Straßensensornetz, intelligente Transportsysteme, elektronische Informationstafeln sowie Hinweisschilder umfassen soll.

Um Verspätungen auf ein Minimum zu reduzieren und Informationen für Reisende zeitnah und präzise bereitzustellen, wollte das NSW TMC seine Verkehrskoordinationsdienste sowie die Überwachung und das Management des NSW-Straßennetzes verbessern.

SO KONNTE PEGA HELFEN: Besseres Verkehrsmanagement und schnellere Maßnahmen bei Zwischenfällen

Damit Reisende in New South Wales noch besser unterwegs sein können, entwickelte die NSW TMC den Fault Management Service (FMS), eine nahtlose entscheidungsbasierte Störfallmanagementlösung. Der FMS erfasst und verarbeitet eine Vielzahl von verkehrsrelevanten Ereignissen und reagiert darauf. Der Einsatz von agilen Methoden und Pega-Funktionen machten es möglich,

dass die Behörde schon nach vier Monaten entsprechende Ergebnisse liefern konnte.

Mit FMS kann die Behörde Störungen dynamisch verfolgen und beheben, die von über 20.000 fernautesbaren Geräten wie Wechsel-Verkehrs- und Geschwindigkeitsbegrenzungszeichen sowie Überwachungsgeräte erfasst werden. Auf Basis der Pega-Geschäftsregeln zur automatischen Priorisierung und Eskalation ermöglicht es die Lösung den Mitarbeitern von NSW TMC, Störfälle schneller zu beheben. Darüber hinaus lassen sich dynamische Prozessabläufe für die Außendiensttechniker besser unterstützen.

RESULTAT:

Vorbereitung auf künftige Veränderungen

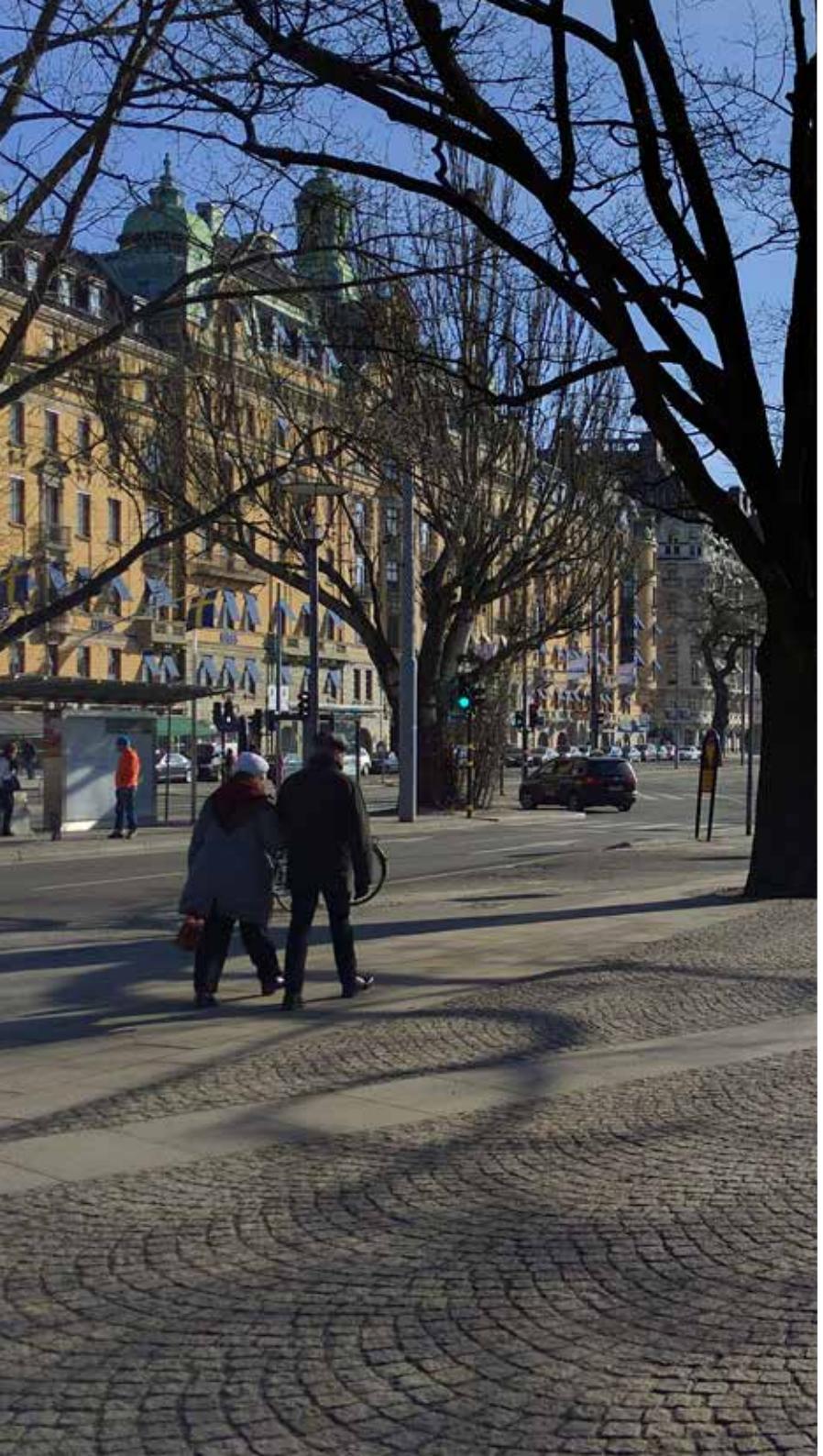
NSW TMC konnten die Service Levels für die Bürger durch präzisere Informationsübermittlung und flüssigeren Verkehr verbessern. Durch effizientere Abläufe konnten auch die Kosten gesenkt werden. Durch die optimierte Nutzung und Priorisierung von Maßnahmen zur Störungsbehebung kann die Behörde jetzt die Ereignisse besser bewerten und schneller darauf reagieren. Für das FMS-Programm wurde die Behörde 2013 beim jährlich stattfindenden Gartner BPM Summit im australischen Sydney mit dem Preis „Best Use of BPM Technology“ ausgezeichnet.

Jetzt verfügt die Behörde über ein agiles Störfall- und Case-Management-System, das situationsbezogen und intelligent reagieren kann. Die Behörde entschied sich für Pega, weil das System die aktuellen Anforderungen unterstützt und eine flexible Basis für künftige Änderungen innerhalb der Behörde und

verbundener Einrichtungen bietet. NSW TMC erwartet, dass sich die Reaktionszeit kontinuierlich verkürzen wird, wenn die Prozesse auf Basis der gewonnenen Daten im Laufe der Zeit weiter optimiert werden. Konkret plant die Behörde, ein kollaboratives Störfallmanagement zu integrieren, das die Zusammenarbeit zwischen Support- und Betriebspersonal weiter verbessern soll.



Das New South Wales Transport Management Centre (NSW TMC) ist die australische Behörde, deren Aufgabe es ist, den Kundenservice innerhalb des Verkehrsnetzes im Bundesstaat New South Wales zu verbessern. Sie ist für den gesamten Auto-, Schienen-, Fähr- und Busverkehr auf 18.000 km Straße und mehr als 5.000 Brücken und Tunneln des australischen Bundesstaates verantwortlich. Mit Pega hat die Behörde ihr bestehendes Straßensensornetz zur Implementierung eines proaktiven Störfallmanagementsystems genutzt.



BESSERER BÜRGER-SERVICE, WENN ER GEBRAUCHT WIRD

Geschäftsziele

- Effizienter und benutzerfreundlicher Service für die anspruchsberechtigten arbeitslosen Mitglieder
- Vereinheitlichung der IT-Plattform für alle 28 Versicherungen, um Wieder-verwendung, Durchgängigkeit und individuellen Markenauftritt zu ermöglichen
- Weg von papiergebundenen Prozessen hin zu einem digitalen SB-Angebot im Internet
- Verkürzung der Fallbearbeitungszeiten

-
- 28 Versicherungen
 - 3,5 Millionen Mitglieder
 - Jeden Montag Bearbeitung von 40.000 Fällen
 - 20.000 Mobilnutzer gleichzeitig innerhalb von zwei Stunden
-

Ergebnisse

- Bessere Skalierbarkeit für 28 Versicherungen
- Verkürzung der Fallbearbeitungszeiten von Wochen auf Minuten
- Steigerung der Online-Nutzung durch die Mitglieder von 65 auf 79 %
- Antragsverfahren von zwei Wochen auf einige Minuten verkürzt

„Mit dem Einsatz von Pega waren wir in der Lage, die Fallbearbeitungszeiten für unsere Mitglieder von Wochen auf Minuten zu verkürzen. Damit können wir unseren Mitgliedern, die ihre Arbeitslosenunterstützung schnell brauchen, jetzt einen besseren Service bieten. Und diesen Service können wir ohne zusätzliche Kosten erbringen.“

Joakim Kruse

CIO, schwedischer Dachverband der Arbeitslosenversicherungen



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Schritt halten mit den Ansprüchen der Bürger

Der schwedische Dachverband der Arbeitslosenversicherungen wollte die sich schnell wandelnden Bedürfnisse seiner Mitglieder erfüllen und den umfassenden Einsatz von Technologie unterstützen. Die Mitglieder erwarten, dass sie mit den Behörden über beliebige Kanäle kommunizieren können, also auch über Smartphones, Tablets sowie herkömmliche Computer. Mit Pega konnte der Dachverband seinen Mitgliedern kanalübergreifend Funktionen anbieten, um Ansprüche zu prüfen und zu bearbeiten, ohne dabei Anwendungen für die jeweils einzelnen Kanäle neu entwickeln zu müssen. Jede Anwendung wird nur einmal entwickelt und in dieser Form über beliebige Benutzerschnittstellen angeboten.

SO KONNTEN PEGA HELFEN:

Vollständiger Überblick über die einzelnen Bürger

Der schwedische Dachverband der Arbeitslosenversicherungen hat nun ein vollständiges Bild von den einzelnen Mitgliedern und kann mit diesen Angaben und den gesamten Interaktionsdaten der Mitglieder und der Fallmanager Unterstützung leisten. So kann der Dachverband beispielsweise feststellen, wo ein arbeitsloses Mitglied vorher beschäftigt war und hat auf einem sicheren Weg Einblick in die frühere Einkommenssituation. Da der gesamte Beschäftigungsverlauf sicher digitalisiert und zentral gespeichert ist, kann die Auszahlung der Arbeitslosenunterstützung schnell und effizient erfolgen, während gleichzeitig der

Datenschutz des Mitglieds gewährleistet ist. Was mit Papieranträgen einmal bis zu zwei Wochen gedauert hat, ist jetzt innerhalb von Minuten online erledigt. Außerdem können arbeitslose Mitglieder schon vorher ganz einfach online sehen, wann die Zahlung ihrer Arbeitslosenunterstützung erfolgt.

RESULTAT:

Garantierte Qualität und Schwerpunkt auf Kundenservice

Fallmanager haben jetzt mehr Zeit, um sich direkt um die Mitglieder zu kümmern und dafür zu sorgen, dass deren Anforderungen erfüllt werden. Der Dachverband muss – ungeachtet der 40.000 Fälle, die an jedem Montagmorgen bearbeitet werden, und der 20.000 gleichzeitigen Mobilnutzer, die das System während eines Zwei-Stunden-Fensters nutzen – die durchgängige Verfügbarkeit gewährleisten. Durch Digitalisierung und Nutzung der einheitlichen Plattform konnte der Verband die Bearbeitungszeit deutlich verringern. Fallmanager haben dadurch mehr Zeit für besseren und effizienteren Service für die Mitglieder. Arbeitslose Mitglieder fühlen sich manchmal verunsichert und verletzlich. Durch die Digitalisierung werden die Informationen aber sicher und effizient verarbeitet – und das bedeutet weniger Stress für die Mitglieder.

Außerdem sind die Mitglieder des Dachverbands jetzt produktiver. Sie können durchgängige Prozesse und Interaktionen voraussetzen, da alle Systeme und Anwendungen übereinstimmen. Damit wird auch das Risiko durch unerfahrene Mitarbeiter verringert,

zusätzliche Schulungen können entfallen, die Produktivität steigt und der Kundenservice verbessert sich.

SCHWEDISCHER DACHVERBAND DER ARBEITSLOSENVERSICHERUNGEN

Der schwedische Dachverband der Arbeitslosenversicherungen kümmert sich über 28 unabhängige Arbeitslosenversicherungen um die Versicherungssprüche von 3,5 Millionen Versicherten. Der Dachverband ist verantwortlich für die Bereitstellung der gemeinsamen IT sowie einer einheitlichen Pega-Plattform, deren Module wiederverwendet werden und auf die konkreten Anforderungen der einzelnen Versicherung zugeschnitten sind. Dies gewährleistet sichere Auszahlungen an die Arbeitslosen und die notwendige Flexibilität für Anpassungen an geänderte gesetzliche Vorgaben.



MINISTERIUM SPART MILLIONEN DOLLAR STEUERGELDER

Geschäftsziele

- Verbesserung von Genauigkeit und Pünktlichkeit der Zahlungen an Lieferanten
 - Austausch von Bestandssystemen für mehr Effizienz und Flexibilität
 - Vermeidung von Überbezahlung und/oder Ungenauigkeiten
 - Verbesserung der Effizienz der Mitarbeiter und damit Kosteneinsparungen
-
- 1,2 Millionen Rechnungen
 - Zahlungen über 14 Milliarden Dollar pro Jahr

Ergebnisse

- Zahlungsgenauigkeit auf fast 100 % gesteigert
- Bearbeitungskosten um 33 % gesenkt
- Versorgung richtet sich nach den Bedürfnissen der Veteranen
- Steigerung der Produktivität der Mitarbeiter

„Unsere digitale Transformation in der Lage sein, Umfang und Komplexität unserer Prozesse zu bewältigen. IPPS hat uns in die Lage versetzt, die Genauigkeit bei den Zahlungen auf beinahe 100 % zu steigern und die Kosten um 33 % zu senken – Einsparungen, die wir jetzt in die Versorgung der Veteranen stecken können.“

Clint Loeser

Director of Financial Operations Financial Services Center,
U.S. Department of Veterans Affairs



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Unterstützung der Ziele des Ministeriums, schnelle Bereitstellung und geringere Kosten

Das U.S. Department of Veterans Affairs (VA) Financial Services Center (FSC) (Zentrum für Finanzdienste des US-amerikanischen Kriegsveteranenministeriums) benötigte eine Technologie-Plattform, die kontinuierliche Verbesserungen ermöglichen und sich ständig ändernde Vorschriften unterstützen würde. Das FSC entschied sich für Pega, da es Lösungen mit hoher Wiederverwendbarkeit und kurzer Entwicklungszeit brauchte.

Damit im Rahmen der Betreuung der Veteranen modernste medizinische Ausrüstung und Leistungen angeboten werden können, implementierte VA FSC das Invoice Payment and Processing System (IPPS) (System für Rechnungszahlung und -bearbeitung). Das IPPS ist ein einheitliches Online-Rechnungsprüfungssystem, das VA FSC nutzt, um sämtliche Zahlungen im Namen der medizinischen Einrichtungen des Kriegsveteranenministeriums landesweit zu bearbeiten. Bezahlt werden unter anderem Produkte und Dienstleistungen für Krankenhäuser vom Herzschrittmacher über Krankenhausbetten bis hin zu Gebäudedienstleistungen.

Dabei garantiert ein großer Pool erstklassiger Lieferanten und Dienstleister eine optimierte medizinische Versorgung, da er den Zugang zu besseren Produkten und Leistungen ermöglicht. Auch auf korrekte Zahlungen kommt es an, weil das Ministerium öffentliche Mittel auch weiterhin verantwortungsvoll verwalten will. Mit dem IPPS konnten Genauigkeit und Pünktlichkeit der Zahlungen an Lieferanten verbessert werden.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Digitale Transformation für effizientere und produktivere Mitarbeiter

Durch die Vereinheitlichung der gesamten Zahlungsabwicklung unter IPPS konnte VA die alten Anwendungen ersetzen sowie das System effizienter und flexibler machen. Bis dahin hatte man verschiedene Insellösungen miteinander verbunden. Die Folge: Langsamer Datenaustausch zwischen den Systemen und hohe Wartungskosten. Mit IPPS wurden das System automatisiert und der Zahlungsvorgang durch Systemänderungen beschleunigt: Empfang der Rechnungen in allen verfügbaren Formaten, Anwendung ausgefeilter Geschäftsregeln, automatische Weiterleitung der Rechnungen zur Bestätigung und Ausführung der entsprechenden Zahlung.

Darüber hinaus hat VA FSC Pega für das Eligibility and Enrollment (EE) und das Referral and Authorization System (RAS) vorgesehen. Mit diesen Systemen werden die gesetzlichen Vorgaben umgesetzt („Choice Act“), nach denen den Veteranen in der Gesundheitsversorgung eine größere Auswahl auch außerhalb des medizinischen Netzwerks des Ministeriums zusteht. VA nutzt EE und RAS für die Bearbeitung von Anträgen und gewährleistet damit, dass die Gesundheitsleistungen für die Veteranen auch an externe Gesundheitsdienstleister gezahlt werden.

RESULTAT:

Besserer Kundenservice, geringere Kosten und verbesserte Compliance

Durch Implementierung des IPPS konnte VA FSC die Kosten für Rechnungsabwicklung um 33 % senken. Mit optimierten und effizienten

Abläufen war das Ministerium auch in der Lage, Steuergelder zu sparen.

Darüber hinaus setzt VA FSC setzt die Customer-Service-Anwendung ein, um einen besseren Überblick über die einzelnen Dienstleister zu bekommen, darunter Kundenhistoie und Kontext für die beste Lösung von Problemen. Durch den besseren Echtzeit-Einblick in die Leistungskennzahlen des Kundenservice kann VA besser Prioritäten setzen und den Service kontinuierlich verbessern.

IPPS liefert VA genauere Berichte und sorgt dafür, dass gesetzliche Vorgaben leichter eingehalten werden können, was für mehr Transparenz gegenüber dem Steuerzahler führt. IPPS gewährleistet nicht nur, dass fehlerhafte Zahlungen unterbleiben, es unterstützt das VA auch bei Einhaltung der entsprechenden gesetzlichen Regelung („Improper Payments Elimination and Recovery Act“) im Sinne von mehr Transparenz.

U.S. DEPARTMENT OF VETERANS AFFAIRS

Das U.S. Department of Veterans Affairs (VA) ist verantwortlich für die Verwaltung von Programmen, medizinischer Ausrüstung und Gebäudedienstleistungen zur Unterstützung von Veteranen, Hinterbliebenen und deren Familien. Das VA Financial Services Center (FSC) in Austin, Texas, kümmert sich im Namen von VA um die pünktliche und genaue Bezahlung der entsprechenden Waren und Dienstleistungen in Höhe von 14 Milliarden Dollar jährlich.



GESUNDHEITSWESEN:

VORWORT DES VORSTANDS



Bessere Ergebnisse, geringere Kosten und höhere Qualität sind im 21. Jahrhundert Erfordernisse, die das Gesundheitswesen weltweit zu erfüllen hat. Die Verbraucher von heute sind in einer Zeit aufgewachsen, in der innovative Technologien wie nie zuvor Einzug gehalten haben und beinahe jeden Aspekt des Lebens mitbestimmen. Verbraucher erwarten von Gesundheitseinrichtungen jetzt, dass sie diese Technologien einbeziehen und einen effizienten, personalisierten und einfühlsamen Kundenservice bieten.

Nie zuvor gab es eine bessere Gelegenheit für Gesundheitseinrichtungen, die weitverbreitete Kompetenz beim Umgang mit neuen Technologien, neue Pflegemodele sowie Unternehmensziele im Sinne der Gesundheitsförderung miteinander zu verbinden.

Die Umsetzung dieser Chancen verlangt die Konzentration auf einen Kundenservice, der personenbezogene Daten einbezieht, auf klinischen Best Practices beruht und durch Geschäftsmodelle unterlegt ist, die qualitativ hochwertige Ergebnisse liefern. Die Kunden von Pega aus dem Bereich Gesundheitswesen meistern diese Anstrengungen täglich erfolgreich. Diese führenden Unternehmen stützen sich auf einen Ansatz aus Geschäftsdaten und Technik, um aus Informationen personalisierte Kenntnisse und entsprechende Maßnahmen abzuleiten.

Pega arbeitet mit führenden Gesundheitseinrichtungen zusammen, um den Kundenservice zu verbessern und gleichzeitig eine deutliche Umsatzsteigerung sowie Kosteneinsparungen zu erreichen. Typische Ergebnisse sind bessere CMS-Qualitätsbewertungen (bis zu den 5 möglichen Sternen), 78 % Zeiteinsparung bei Verlängerungen, 60 % weniger Schulungszeiten für Servicemitarbeiter sowie 67 % weniger Antragsablehnungen.

Bitte lesen Sie hier, wie sich Pega gemeinsam mit führenden Gesundheitseinrichtungen für bessere Ergebnisse bei Gesundheits- und Kundenserviceleistungen einsetzt und dabei die Patientenversorgung und die Customer Journey revolutioniert. Bei Fragen können Sie sich gern an mich wenden: susan.taylor@pega.com.

Susan Taylor

Vice-President and Global Manager, Gesundheitswesen, Pegasystems



CAREFIRST BESCHLEUNIGT PRODUKTERSTELLUNG

Geschäftsziele

- Verwaltung der Produkterstellung und die Möglichkeit der nur einmaligen Eingabe von Produktdaten
- Optimierung der Produktkonfiguration und Vermeidung von doppeltem Aufwand
- Effektive Prüf- und Berichtsfunktionen

-
- Bietet Lifecycle Management für die Produktkonfiguration von über 800 medizinischen Produkten
 - Ermöglicht Compliance in drei Rechtsordnungen und für zwei juristische Personen
-

Ergebnisse

- Konfiguration von 250 medizinischen Produkten in fünf Wochen
- Einrichtung eines Datensatzbestands für Antragsbearbeitung sowie SB-Portale
- Update-Konfigurationszeit um 50 % verkürzen

„Ich freue mich sehr über die Fortschritte, die wir dank PCS bei der Prozessoptimierung im Rahmen des Produkt-Buildmanagements gemacht haben.“

Phaedra Swann, PMI-ACP
Program Manager, CareFirst



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Zügige Bereitstellung mit einer einzigen flexiblen Quelle für Produkte und Leistungen

CareFirst musste seine Produktbereitstellung beschleunigen und dabei Prozessredundanzen deutlich verringern. Getrennte Teams dieses Krankenversicherers konfigurierten Produkte und Leistungen in zwei verschiedenen Systemen zur Bearbeitung von Anträgen auf der einen und Leistungen auf der anderen Seite. Das verhinderte einen durchgängigen Service für Mitglieder und Anbieter.

Gesetzesänderungen und Verschiebungen bei den geschäftlichen Anforderungen erforderten vergleichbare Anstrengungen. Oft mussten Hunderte Produkte manuell aktualisiert oder einzeln neu konfiguriert werden.

Das Ziel von CareFirst war die Einführung einer Lösung, die als einheitlicher Referenzbestand für seine Produkte sowie als Standardleistungskatalog dient, die in die Systeme für Antragsbearbeitung und Leistungsangebote exportiert werden können.

Derartige Funktionen würden nicht nur die Prozesse zur Verwaltung von Produkten und Leistungen optimieren, sondern CareFirst auch eine flexible Lösung bieten, die ein schnelle und genaue Reaktion ermöglicht und dem Unternehmen hilft, seine Position als Marktführer in diesem verbraucherorientierten Markt zu verteidigen.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Automatisierte und konsolidierte Konfiguration von Produkten und Leistungen

CareFirst entschied sich für Pegas Produkt Composer System (PCS) for Healthcare, um

seine Geschäftsziele zu erreichen: höhere Genauigkeit, schnellere Markteinführung sowie eine weniger komplexe Verwaltung der Leistungen. Der Healthcare-spezifische Fokus von PCS und seine Fähigkeit, komplexe Gesundheitsprodukte unterstützen zu können, waren entscheidend dafür, dass CareFirst seine Ziele umsetzen konnte.

Durch die DNA des Systems sowie die Wieder-verwendung von Produkt-Bausteinen im Rahmen von PCS konnte CareFirst die Implementierung von Änderungen weiter beschleunigen. Außerdem bot PCS erstklassige Workflow- und Berichtsfunktionen und ermöglichte dem Unternehmen die Verwaltung des Produkt- und Leistungs-Zyklus in der bei CareFirst vorgegebenen Weise.

CareFirst konnte seine Produkte und Leistungen in PCS kodieren und die Funktionen der Pega-7-Plattform nutzen, um automatische Prozesse zum Auslesen von Konfigurationsdaten im von den Unternehmenssystemen verlangten Format zu erzeugen – schneller und mit höherer Genauigkeit. Was früher manuell erledigt wurde, ist heute ein automatischer Prozess - nachvollziehbar und berichtsfähig.

RESULTAT:

Effiziente Produkt-konfiguration und schnellere Markteinführung

Nach erfolgreicher Implementierung konnte CareFirst innerhalb von fünf Wochen 250 medizinische Produkte konfigurieren, die den gesetzlichen Vorgaben entsprachen (Affordable Care Act - „Obamacare“). Die Markteinführung beschleunigte sich um 50 %, während sich der Arbeitsaufwand um die Hälfte verringerte. Aufgrund dieser Erfolge erweiterte

CareFirst das ursprüngliche Einsatzspektrum von PCS und nutzte das System nicht mehr nur für das 2016er Produktportfolio im Rahmen von Obamacare, sondern plant jetzt die Einbeziehung aller Produkte, die in einem seiner Bestandssysteme für Antragsbearbeitung enthalten sind (darunter die Bereiche Augenheilkunde und Medikamente).

Vor kurzem hat das Konfigurationsteam von CareFirst über 450 Tarife aktualisiert, um eine dringende Compliance-Vorgabe zu erfüllen. Bisher musste das Team dafür jeweils zwei Aktualisierungen pro Tarif durchführen. Jetzt kann dieser Vorgang im Batchverarbeitung ablaufen, und die aktuellen Tarife werden gleichzeitig auf beiden Systemen eingespielt. Dabei gelang es CareFirst, die Bearbeitungszeit zu halbieren.

Bislang verwaltet CareFirst in PCS über 800 Produkte. Gleichzeitig verstärkt das Unternehmen seine Konfigurationsanstrengungen, um auch weitere große Produkte einzubeziehen, die in einem weiteren Bestandssystem zur Antragsbearbeitung enthalten sind.

CAREFIRST

CareFirst ist der größte Krankenversicherer in den Mittelatlantikstaaten der USA, hat 3,4 Millionen Mitglieder und gehört im Rahmen der Versicherung von Bundesbeamten seit über 10 Jahren zu den besten Versicherungsträgern mit erstklassigem Kundenservice. CareFirst verfügt über das größte Anbieternetz in der Region und arbeitet dabei mit 80 % der Gesundheitsanbieter zusammen.



WIE FALLON DIE ANGEBOTSERSTELLUNG OPTIMIERT HAT

Geschäftsziele

- Erstellung eines Online-Broker-Journals
- Einhaltung der Termine für die Gesundheitsreform
- Umgestaltung des Vertriebsprozesses zur Optimierung des Broker-Services
- Konsolidierung von Lead-Management und Angebotserstellung
- Automatische Angebotserstellung für unterschiedlichste Versicherungsformen

- Über 4.000 Broker
- Alle Versicherungsangebote auf einem Portal
- Angebote für 1.600 Produkte im Rahmen von vier Programmen für Privatpersonen und kleine Gruppen, einschließlich eines optimierten Aufnahmeverfahrens

Ergebnisse

- 75 % Zeiteinsparung bei der Angebots-erstellung
- Lösung in vier Monate fertiggestellt
- Vom Bundesstaat Massachusetts als „Maßstab“ bezeichnet

„Wir haben Pegasystems nicht nur ins Boot geholt, um intelligenter zu arbeiten, sondern um direkt auf die Bedürfnisse unserer externen Kunden wie Broker, Arbeitgeber und Privatpersonen einzugehen. Mit der Technologie von Pega können wir den Service für die Kunden verbessern und ihre Erwartungen übertreffen.“

David Przesiek

Senior Vice-President und Chief Sales Officer, Fallon



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Zügige Erfüllung der ACA-Bestimmungen und Umsatzwachstum

Im Jahr 2013, ein Jahr vor Inkrafttreten des „Affordable Care Act“ (Obamacare), kämpfte Fallon Health wie andere Versicherer auch intensiv mit der gesetzeskonformen Umsetzung. Die Versicherer mussten die gesetzlichen Vorgaben erfüllen, um an den Gesundheitsbörsen teilhaben zu können. Darüber hinaus mussten sie ihre Infrastruktur mit Werkzeugen aufrüsten, die ihnen die Wettbewerbsfähigkeit sicherten.

So stand Fallon Health vor mehreren Herausforderungen. Das eigenen fragmentierten IT-Systeme waren nicht in der Lage, die dringenden Compliance-Vorgaben zu erfüllen wie die Teilnahme an der staatlichen Gesundheitsbörse, ACA-Mitgliederbewertungen sowie Mandate für den zusammengelegten Markt („Merged Market Mandates“). Außerdem waren bestehende Broker-Portale aus Vertriebssicht nicht erfolgreich genug. Untätigkeit würde Marktanteile kosten sowie Bedeutungsverlust auf Broker-Plattformen.

In nur vier Monaten wollte Fallon Health die Verkaufs- und Angebotskommunikation der Broker für immer mehr Marktplätze, Produkte und Vertriebskanäle vereinfachen und personalisieren, um den Vorgaben zu entsprechen, Effizienzgewinne zu erwirtschaften, sich von den Wettbewerbern abzugrenzen und die Zahl der Mitglieder zu erhöhen.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Schnelle Ergebnisse durch agiles Broker-Portal

Fallon Health entschied sich für das Vertriebs- und Patientenaufnahmesystem von Pega als

einiger Plattform zur schnellen Erfüllung der Vorgaben und zur Steigerung des Umsatzes. Der Versicherer war von der technischen Reife der Pega-Lösung beeindruckt, die genau zu seinen Geschäftsanforderungen passte, die Anforderungen an einen dienstleistungsorientierten Vertrieb erfüllte und die Vision des Unternehmens hinsichtlich des Vertriebs im Gesundheitsmarkt unterstützte. Auch die Fähigkeit von Pega, die Time-to-Value zu beschleunigen, und das sogar bei einer speziell auf das Gesundheitssystem zugeschnittenen Vertriebs- und Patientenaufnahmelösung, fand große Wertschätzung. Dabei formten Pega und Fallon Health eine sehr enge Partnerschaft von Geschäfts-, IT- und externen Partnern, die einen agile Bereitstellungsansatz nutzten. Innerhalb kürzester Zeit entwickelte das Team einen überzeugenden Broker-Service, der die fertigen Funktionen von Pega nutzt. Darüber hinaus ermöglichte das Team nahtlose Self-Service-Vetriebsinteraktionen für Broker und Kunden (z. B. für die Dokumentenerzeugung), die beinahe in Echtzeit erfolgen. Zusätzlich zum überzeugenden Kunden- und Broker-Service stellt die Lösung operative und unternehmensbezogene Prozessanalysen und Performance-Management-Funktionen bereit.

RESULTAT:

Erstklassiger Service für erstklassige Resultate

In nur vier Monaten erfüllte Fallon Health die Voraussetzungen für den Zugang zur Börse. Dazu wurde Pegas Funktionspaket HIPAA 270/271 EDI zur elektronischen Verwaltung von Anfragen zu Ansprüchen und Leistungen eingesetzt, die bei der Gesundheitsbörse in Massachusetts eingehen.

Gleichzeitig setzte Fallon Health die Vertriebs- und Patientenanmeldelösung von Pega ein, um den Direktvertrieb und die Tätigkeit von 4.000 Brokern effizienter zu gestalten und zu verbessern. Mit der Einführung von QuoteNow, dem auf Pega aufbauenden Broker-Portal von Fallon Health, wurde die Navigation vereinfacht, alle Versicherungsangebote sind nun über ein Portal buchbar (alle Versicherungen für alle Arbeitgeber), und die detaillierten Angebote werden schneller erstellt und sehen professioneller aus. Durch den verbesserten Broker-Service kann sich Fallon besser von seinen Mitbewerbern abheben.

Mit seiner „Wir schaffen das“-Mentalität und der unbedingten Zielorientierung gewann das Team von Fallon das Vertrauen der Broker Community und seiner Geschäftspartner. Nicht zuletzt lobte der Bundesstaat Massachusetts die Prozesse bei Fallon als „Maßstab“, der erreicht werden müsste.



Fallon Health (gegründet 1977) ist eine gemeinnützige Gesellschaft, die in Massachusetts Gesundheitsleistungen im Rahmen von Gruppen- und Einzelversicherungen bereitstellt (privat, Medicaid und Medicare). Als Innovator bei Wellness-Leistungen und Leistungsgestaltung landet Fallon in der NCQA-Bewertung von Krankenversicherungen in allen Geschäftsfeldern durchweg unter den Top-10-Prozent.



HAP VERORDNET SICH GESUNDHEITSSCHUB

Geschäftsziele

- Nahtlose, kanalübergreifende Dokumentenerfassung
- Intelligente Weiterleitung und automatische Workflows
- Schnellere Bearbeitung durch automatisch priorisierte Eskalationen sowie Echtzeit-Performance-Dashboards und -Berichte
- Effiziente Kommunikation
- Verbessere Einhaltung von Vorschriften

Ergebnisse

- 13 % Steigerung der Pünktlichkeit
- 33 % Steigerung der Genauigkeit
- 66 % Steigerung der Produktivität

„In Zeiten eines verbraucherorientierten Gesundheitswesens ist ein effektives Einspruchs- und Beschwerdemanagement mit den entsprechenden Prozessen für jeden Krankenversicherer ein Wettbewerbsvorteil.“

Garima Aggarwal

Director Customer Experience, Health Alliance Plan



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Verbesserung des Einspruchs- und Beschwerdeprozesses zur Unterstützung des Wachstums

Wie auch andere Krankenversicherungen hatte Health Alliance Plan (HAP) mit einem weitgehend manuellen Einspruchs- und Beschwerdeprozesses zu kämpfen, der extrem arbeits- und zeitaufwendig war. Durch den Druck (bundes-) staatlicher Vorgaben und ständig neuer Verfugungen war es für den Versicherer ganz wesentlich, Einsprüche und Beschwerden genau zu verfolgen und eine geringe Fehlerquote zu gewährleisten.

Für die meisten Gesundheitseinrichtungen ist es schwierig, Vorgaben besser zu erfüllen und die Produktivität zu steigern, um Qualitätskennzahlen zu verbessern und Strafzahlungen zu minimieren. Krankenversicherer müssen außerdem ihr Berichtswesen transparenter gestalten und die Zufriedenheit von Mitgliedern und Anbietern steigern. Durch die jüngsten gesetzlichen Änderungen im Gesundheitswesen konnte HAP nicht nur einen Anstieg bei den Anmeldezahlen verbuchen, sondern den Mitgliedern auch bessere Leistungen bieten. Das hat zu einer deutlichen Zunahme der Kosten für die Abwicklung von Einsprüchen und Beschwerden geführt.

Daher entschloss sich HAP, eine einheitliche Plattform zur Rationalisierung des Einspruchs- und Beschwerdeprozesses zu implementieren.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Automatische Prozesse für einen exzellenten Mitglieder-Service

Pega unterstützte HAP bei der effizienteren Gestaltung des gesamten Einspruchs- und Beschwerdeprozesses – vom Beginn bis zur Klärung. Die Lösung basiert auf einem konfigurierbaren Rahmen zur Prozessautomatisierung, der den Eingang sämtlicher Einsprüche und Beschwerden aus verschiedenen Quellen optimiert: Internet, E-Mail, Fax, Publikumsverkehr usw. Die intelligente Regel-Engine von Pega, die Transaktionen anhand der Dringlichkeit priorisiert, ermöglicht eine kompetenzgesteuerte Weiterleitung. So können die Fälle schneller zugeordnet werden.

Mit Pega konnte HAP seine gesamten Dokumente und Fallnotizen für Referenzzwecke und eventuelle Unternehmensprüfungen zentralisieren. Darüber hinaus hat das Unternehmen Monitoring-Dashboards entwickelt, die es ermöglichen Prozesse anhand umfassender Leistungsmetriken zu messen, um Konsistenz und Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten.

Außerdem wurde die ein- und ausgehende Kommunikation in jeder Phase des Einspruchs- und Beschwerdeprozesses automatisch eingeleitet und erfasst. Pega zentralisierte den Prozess und sorgte so für eine bessere Kontrolle und mehr Transparenz – ganz im Sinne eines exzellenten Mitglieder-Service.

RESULTAT:

HAP übertrifft Erwartungen an Produktivität, Bearbeitungszeit und Genauigkeit

„Der Erfolg stellte sich praktisch sofort ein“, meint Garima Aggarwal, Director of Customer Experience bei HAP. Bei der Nachverfolgung von Produktivität, Pünktlichkeit und Genauigkeit stellte der Versicherer schnell fest, dass er sämtliche Kennzahlen übertroffen hatte.

Mithilfe von Prozessautomatisierung und -standardisierung wurden die Gesamtdurchlaufzeiten verkürzt und die Kennzahlen zur Pünktlichkeit deutlich verbessert. Mit Pega konnte HAP alle Schritte eines Falles, die gesamte Dokumentation und auch die Einhaltung von Vorschriften verfolgen und so die Werte für Qualität und Genauigkeit steigern.

Durch Prozessstandardisierung verdoppelte HAP überdies seine Produktivität. Durch die mithilfe der umfassender Analyse und dem einfachen, transparenten Prozess von Pega gewonnenen Erkenntnisse konnte der Krankenversicherer den Service sowohl für seine Mitglieder als auch für die Anbieter verbessern.



Health Alliance Plan (HAP) ist eine Tochtergesellschaft des Henry Ford Health System (HFHS) – einem der führenden Anbieter im Gesundheitswesen der USA. HAP bietet Krankenversicherungen für Einzelpersonen, Unternehmen und Einrichtungen. HAP arbeitet mit Ärzten, Arbeitgebern sowie Gesellschaftsgruppen zusammen, um Gesundheit und Wohlbefinden aller betreuten Gruppen insgesamt zu verbessern.



MGEN STARTET DIGITALE TRANSFORMATION

Geschäftsziele

- Durchgängige Vernetzung und Vereinfachung der gesamten Customer Journey über alle Kanäle hinweg
- Marketing, Vertrieb und Service sollen proaktiv und personalisiert erfolgen
- Schnellere Angebote und bessere Annahmequoten

- Drei Millionen eingehende Anrufe
- Jährlich eine Million Besuche in Niederlassungen
- Sechs Millionen Interaktionen über das Internet
- 380.000 E-Mails

Ergebnisse

- Unmittelbarer Zugriff auf umfassenden Gesamtüberblick über (potenzielle) Kunden
- 70 % Zeitgewinn bei Terminvereinbarungen
- Kürzere durchschnittliche Bearbeitungszeit

„Pega bietet uns einen gewaltigen Mehrwert. Mit dieser einheitlichen und integrierten Vertriebslösung können wir nicht nur effizienter verkaufen, sondern auch unsere Front- und Backoffice-Prozesse miteinander verknüpfen.“

Alain Le Garrec
Marketing Manager, MGen



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Kundenbindung, Ausbau des Geschäfts, Transformation

Wachsender Marktdruck (neue Wettbewerber, häufige Gesetzesänderungen, sinkende Produktmargen und zunehmende Kundenabwanderung) überzeugte MGen davon, dass eine Strategie zur Transformation des Unternehmens entwickelt werden musste. Das Ziel: Kunden binden und das Geschäft ausbauen.

Der Krankenversicherer benötigte ein Vertriebsmodell, das über alle Kommunikationskanäle hinweg (Kundencenter, SMS, Internet, Agenten und das Filialnetz) nahtlos und koordiniert funktionierte und Marketing- sowie Servicemaßnahmen zielgerichtet gestaltete. Zusätzlich zu Digitalisierung und Personalisierung erforderten diese Funktionen operative Effizienz und Automatisierung, um die konzentrierte jährlichen Vertriebsoffensive erfolgreicher zu machen.

Weil zahlreiche Bestandssysteme erneuert oder ausgetauscht werden mussten, entwickelte MGen einen Transformationsplan, der eine neue CRM-Lösung zur Unterstützung von Marketing, Vertrieb und Kundenservice erforderte. Mit modernen Funktionen sollte die Customer Journey verbessert und auf den neuesten Stand gebracht werden.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Vereinheitlichung des Kundenservice mit Pega CRM

Nach einem strengen CRM-Auswahlverfahren entschied sich MGen für Pega: Schnelle Resultate waren garantiert, es bot Funktionen zur kanalübergreifenden Unterstützung und

Integration und darüber hinaus umfassende CRM-Funktionen. Dabei fielen insbesondere die ausführlichen Kunden-Gesamtansichten ins Gewicht, die Vertriebs- und Servicemitarbeitern genaue Kundeninformationen liefern.

So begann MGen mit Pega Customer Service for Healthcare. Die Lösung war innerhalb von nur fünf Monaten einsatzbereit und bot mit dem Kunden-Gesamtüberblick Echtzeit-Daten aus 15 Backend-Systemen des Versicherers.

Durch die Outlook-Integration können Kundenbetreuer jetzt gemeinsam mit den Zweigniederlassungen auf Termine für Verkaufsgespräche und andere Informationen zugreifen.

Anschließend führte MGen die Gesamtansicht für potentielle Neukunden ein und automatisierte den Vertriebsprozess. Pega wurde dann mit den Tools für Kampagnen und Angebotserstellung verknüpft, sodass sowohl Mitarbeiter als auch Kunden erstmals einen CRM-Gesamtüberblick hatten.

RESULTAT:

Vertrieb und Marketing durch Echtzeit-Infos produktiv und proaktiv

Mit seiner Lösung – sie heißt LINK, weil Verknüpfungen (Links) zwischen allen Systemen und Kommunikationskanälen des Unternehmens hergestellt werden und MGen dadurch näher an seine (potenziellen) Kunden heranrückt – konnte MGen Vertrieb und Kundenservice deutlich effizienter, proaktiv und personalisiert gestalten.

Mit der kanalübergreifenden Aktivitätsüberwachung von LINK hat sich MGen vom Massenmarketing verabschiedet und ist zu zielgerichteten Kampagnen übergegangen.

Durch bessere Terminvereinbarung kann MGen während der kurzen jährlichen Vertriebsoffensive auch mehr potenzielle Kunden ansprechen. Im Rahmen der Planung zur digitalen Transformation wird MGen weitere CRM-Komponenten durch Pega ersetzen und so die Front- und Backoffice-Prozesse für die gesamte Customer Journey noch besser miteinander verknüpfen.

„Wir haben jetzt einen Einblick darin, was im täglichen Leben des Kontakts passiert. Wir haben die Vertriebschance und auch die von uns gestartete Marketingkampagne im Blick“, freut sich Alain Le Garrec, Marketing Manager bei MGen. „Wir können mehr verkaufen ... und die Lösung wird von den Geschäftskunden sehr gut angenommen. Sie hat tatsächlich schon unseren Arbeitsalltag verändert.“



MGen wurde 1947 gegründet. Als gemeinnützige Organisation bietet MGen Krankenversicherungen und Zusatzleistungen wie Lebens- und Berufsunfähigkeitsversicherungen für Beschäftigte in den Bereichen Bildung, Forschung und Kultur. MGen erbringt jährlich Versicherungsleistungen für fast vier Millionen Franzosen.

GESUNDHEITS- MANAGEMENT – MIT EINFÜHLUNGSVERMÖGEN

Geschäftsziele

- Zentrales Case Management für globale Kundenzentren
- Optimierung der operativen Prozesse
- Standardisierung der Kommunikations- und Technologie-Infrastruktur
- Neuentwicklung des Case Managements in Kontaktzentralen
- Anwendungen konsumierisieren

-
- Über vier Millionen Mitglieder weltweit
 - Eine Million Anbieter weltweit
 - 125 Länder auf vier Kontinenten
 - Fünf getrennte Geschäftseinheiten
-

Ergebnisse

- 43 % kürzere Schulungszeit für neue Mitarbeiter
- Produktivitätssteigerung von zwei Stunden pro Schicht und Tag
- Integration von über 100 Geschäftsanwendungen

„Wir können Pega Dynamic Case Management sowie die Expertise der Fallmanager in unseren Notrufzentralen nutzen und das Beste aus beiden Welten miteinander verbinden.“

Jeff Ganser
Director, IT-Projektmanagement, UHC Global



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Optimiertes Case Management in Kontaktzentralen

Für das Fallmanagement nutzte United-Healthcare Global eine Vielzahl von Bestandsystemen – über 100 Geschäftsanwendungen und mehr als 150 Workflows.

Um das Fallmanagement zu optimieren und diesen Service mit der richtigen Balance zwischen Effizienz und Einfühlungsvermögen bereitzustellen, musste UHC Global einen Paradigmenwechsel ins Auge fassen. Das Fallmanagement war von Grund auf zu überdenken, damit ein flexibles, skalierbares System entstehen konnte.

Zunächst wollte UHC Global seine gesamten Bestandsanwendungen erneuern. Das wäre aber weder zeitlich noch finanziell machbar gewesen. Dann entschied sich UHC Global für das robuste Dynamic Case Management von Pega, denn die branchenführenden Technologien würden es ermöglichen, seine vielen Bestandsanwendungen zu integrieren.

„Wir waren überzeugt, dass wir Pega Dynamic Case Management sowie die Expertise der Fallmanager in unseren Notrufzentralen nutzen und das Beste aus beiden Welten miteinander verbinden können.“

Jeff Ganser

Director, IT-Projektmanagement,
UHC Global

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Verbraucherfreundliches dynamisches Case Management

Auf der PegaWORLD 2014 hatte sich das Entwicklungsteam von UHC Global von der Leistungsfähigkeit des dynamischen Case Managements von Pega überzeugen können. Es stellte sich heraus, dass damit die Entwicklung einer Anwendung möglich war, die:

- sämtliche bestehenden Anwendungen orchestrieren kann
- einen intelligenten Workflow ermöglicht
- jedem Benutzer eine nahtlose zentrale Lösung bereitstellt
- Fallmanagern gestattet, ihr Expertenwissen zu nutzen

Die neue Lösung, Concourse, bietet ein zentrales Dashboard für fünf Geschäftseinheiten, mit dem sich die einzelnen Fälle leicht bearbeiten lassen. Es ermöglicht nahtlose Übergänge zwischen Beruf und Betreuung und automatisiert Funktionen wie die dynamische Risikobewertung. Bei der Entwicklung der flexiblen und skalierbaren Lösung stand auch die Konsumerisierung im Hintergrund.

„Wir wollten, dass dieses Tool genauso wie andere Tools funktioniert, mit denen sie vertraut sind“, meint Jeff Ganser. „Die Leute sind mit der Google-Suche vertraut. Wir wollten es wirklich ganz einfach machen.“

RESULTAT:

Erstklassige Lösung für weltweite Gesundheitsbetreuung

Das Team von UHC Global war innerhalb von etwa 15 Monaten in der Lage, eine erstklassige,

weltweit nutzbare Lösung zu entwickeln – vom ersten Kennenlernen des dynamischen Case Managements von Pega über Planung und Entwicklung bis hin zum Einsatz.

Concourse unterstützt das Case Management für einen Kundenstamm von vier Millionen Mitgliedern in 125 Ländern auf vier Kontinenten. Zudem ermöglicht Concourse die Zusammenarbeit mit über einer Million Pflegedienstleistern auf der ganzen Welt und macht die Insellösungen in fünf Geschäftseinheiten von UHC Global überflüssig.

Das Ziel der Konsumerisierung zeigt sich auch in der entscheidenden Verbesserung bei der Schulung neuer Mitarbeiter. Früher dauerte die Schulung 3,5 Monate, jetzt sind neue Mitarbeiter schon nach 2 Monaten einsatzbereit – eine Verkürzung um 43 %.

Außerdem erreichte man in allen Kontaktzentralen von UHC Global in jeder Schicht durch die Eliminierung langwieriger Case-Management-Übertragungen, Neuzuweisungen sowie Einweisungen eine Produktivitätssteigerung von zwei Stunden.

„Pega ist auf unserem Weg wie ein Dirigent“, meint Ganser. „Es orchestriert unsere Systeme.“



UnitedHealthcare Global gehört zur UnitedHealthcare Group. Das Unternehmen hat Kunden in über 125 Ländern, darunter 4,6 Millionen Menschen mit medizinischen Leistungen. Es bietet selbst ein umfassendes Spektrum an Gesundheits- und Mobilisierungsleistungen an. Außerdem unterstützt UnitedHealthcare Global die Gesundheitssysteme einzelner Länder mit Technologien, Finanzierung und Bereitstellung.



DEN WEG ZUM ERFOLG EBNEN

Geschäftsziele

- Verbesserung des Systemzugangs
- Optimierung der Geschäftslösungen
- Konsolidierung der Unternehmenstools und Realisierung eines durchgängigen Designs
- Schaffung eines Referenzbestands mit standardisierten, wiederverwendbaren Komponenten
- Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit durch intuitive, ansprechende Anwendungen

-
- Benutzerstamm um 200.000 erweitert
 - Über 700 Pega-Mitarbeiter geschult
 - Mehr als 39 Programme bereitgestellt

Ergebnisse

- Verkürzung der Vertragszykluszeit mit Ärzten um den Faktor neun
- Schaffung eines BPM-Unternehmensstandards
- Bessere Beziehungen zu Mitgliedern und Anbietern

„Pega war für uns das Licht in der Dunkelheit.“

Laura Ciavola

Senior Vice-President, Medicare and Retirement, UnitedHealthcare



HERAUSFORDERUNG UND VISION: Einfachere Prozesse für mehr Effizienz im Kundenservice

UHG stand wegen der Komplexität seiner Prozesse vor beträchtlichen Herausforderungen: mehrere Erfassungssysteme, unzureichende Transparenz, keine wiederverwendbaren Komponenten. Die vielen Tools, die im Unternehmen eingesetzt wurden, waren weder intuitiv noch ansprechend noch benutzerfreundlich.

UHG wollte eine Unternehmenstransformation einleiten, die sein operatives Potenzial stärken würde. Dazu gehörten eine bessere Koordination seiner Geschäftsfunktionen, geringere Verwaltungskosten, Kontaktmöglichkeiten und effizientere Schulungen.

Damit würden nicht nur die Prozesse im Callcenter und im operativen Geschäft optimiert, sondern es würde auch ein Center of Excellence geschaffen, mit dem das Unternehmen schneller und treffgenauer reagieren kann und im Gesundheitsbereich weiterhin führend bleibt.

SO KONNTEN PEGA HELFEN: Optimierte Prozesse und besserer Kundenservice

Zur besseren Verfolgung von Einsprüchen, Beschwerden und Streitfällen von Mitgliedern und Anbietern in verschiedenen Geschäftsbereichen entschied sich UHG für die Unterstützung durch Pega. Darüber hinaus setzte UHG verstärkt auf eine automatische Antragsanerkennung und ein effizienteres Überweisungs- und Genehmigungsmanagement für Militär-

angehörige und Veteranen. Um dies zu erreichen, wurden Workflows automatisiert und Prozesse vereinfacht.

UHG transformierte den SB-Bereich für Anbieter und entwickelte ein Workflow-Tool zur Unterstützung der Vergabe ärztlicher Leistungen sowie zur Pflege der Demografiedaten durch Anbieter. Auch das frühere Genehmigungssystem, das vom Apotheker- und Techniker-Helpdesk genutzt wurde, wertete man auf.

Im Zuge der Transformation modernisierte und vereinfachte UHG das elektronische Anmeldeverfahren für Medicare und Verrentung, das von Verbrauchern und Vertriebsagenten genutzt wurde, durch Entwicklung einer einheitlichen, produktunabhängigen Lösung.

Schließlich integrierte das Team eine Kundenservice-Anwendung, die den Zugriff auf wichtige Informationen aus verschiedenen Quellen über ein einziges Tool für Workflow- und Case-Management ermöglicht und einen erstklassigen Service gewährleistet.

RESULTAT:

Workflows standardisiert und ROI realisiert

Im Rahmen der Umsetzung schuf UHG ein umfassendes Workflow-Ökosystem über vier verschiedene Geschäftseinheiten hinweg, wobei über 30 Programme mit beträchtlichem ROI implementiert wurden. In diesem Zusammenhang erweiterte UHG seinen Pega-Benutzerstamm auf 50 000, und zwar durch umfangreiche mehrjährige Programme, mit denen das Unternehmen seinen Service für die Anbieter verbessern wollte. Schließlich baute das Team den Benutzerstamm innerhalb weniger Jahre auf 200.000 aus.

Seit Beginn seiner strategischen Partnerschaft mit Pega hat UHG inzwischen ein Center of Excellence für Business Process Management (BPM CoE) eingerichtet. Das Unternehmen führte BPM-Programme für über 39 Gruppen ein und wirbt weiterhin für die Durchsetzung von BPM als Disziplin innerhalb des ganzen Unternehmens.

UNITED HEALTH GROUP*

United HealthGroup (UHG) hat im Bereich Gesundheitsleistungen und -services mehr als 85 Millionen Kunden in den USA sowie 125 Ländern weltweit. Das Unternehmen erzielte 2013 einen Umsatz von 122,5 Milliarden Dollar und stand damit auf Platz 14 der Fortune-500-Unternehmen. In den Jahren 2011, 2012, 2013 und 2014 wurde UHG von Fortune im Bereich Versicherung und Managed Care zur Most Admired Company gekürt.



VERSICHERUNGEN:

VORWORT DES VORSTANDS



Die Versicherungsbranche steht vor nie dagewesenen Veränderungen, aber gleichzeitig bieten sich beträchtliche neue Chancen. Die Chancen, die sich durch diesen neuen „Normalzustand“ ergeben, sind vielfältig. Aber damit sind auch neue Risiken wie Cyberangriffe, Insurtech-Wettbewerber und veränderte Kundenerwartungen verbunden. Erfolgreiche Unternehmen müssen bestehende Prozesse automatisieren und sich an den sich wandelnden Versicherungsmarkt anpassen. Von den Führungskräften der Versicherungsbranche wird verlangt, dass sie die Erwartungen von Privat- und Geschäftskunden durch einen personalisierten und effizienten Kundenservice erfüllen. Auch die expandierende Sharing-Economy wird im Segment Privat- und Firmenkunden beträchtliche Veränderungen anstoßen. Die Bewältigung dieses Transformationsprozesses wird für den strategischen Erfolg der Versicherungswirtschaft von entscheidender Bedeutung sein.

Die Branche stellt sich diesen Herausforderungen unmittelbar und optimiert ihre Geschäftsprozesse, damit die richtigen Informationen – in digitalem Tempo – der richtigen Person zum richtigen Zeitpunkt zur Verfügung stehen. Darüber hinaus will sie so die eigene Effizienz erhöhen. Die Daten werden zunehmend über das Internet der Dinge (Internet of Things, IoT), also intelligente Geräte, autonome Fahrzeuge und Wearables, erfasst. Führende Versicherer planen ein verbraucherorientiertes Modell mit schnellen und kosteneffizienten Einsatzmöglichkeiten. Dabei ist die Planung von „außen nach innen“ statt von „innen nach außen“ gerichtet.

Pega führt seine lange Tradition der Entwicklung innovativer Lösungen fort, mit denen sich Versicherer diese Marktmöglichkeiten zunutze machen können. Gute Kundenbeziehungen sind einer der entscheidenden Faktoren für den Erfolg. Daher stärken die Kunden von Pega die Produktivität ihrer Vertriebskanäle. Sie bieten externen und internen Kundenberatern die Lösungen, mit denen sie die Anforderungen ihrer Kunden erfüllen können, wobei sie auf moderne Funktionen für Vermarktung, Cross- und Up-Selling sowie zur Kundenbindung zurückgreifen. Ziel ist das richtige Gleichgewicht zwischen profitabilem Wachstum, hervorragenden Vertriebsergebnissen und erstklassigem Kundenservice.

Die folgenden Fallstudien zeigen, wie der Einsatz von Pega zu messbaren Ergebnissen geführt hat. Wir würden uns freuen, Sie mit unseren Erfahrungen und Lösungen zu unterstützen, damit Sie Ihre Geschäftsziele erreichen. Sollten Sie noch Fragen haben, setzen Sie sich bitte mit mir in Verbindung: james.ryan@pega.com.

Jim Ryan

Vice-President, Global Insurance Business Line Leader, Pegasystems



AEGON DEFINIERT KUNDENSERVICE NEU

Geschäftsziele

- Entwicklung eines kundenorientierten Service
- Verbesserung von Effizienz und Effektivität der Kundenzentren
- Einfacheres intuitives Dashboard für Kundenbetreuer, das einen 360-Grad-Blick auf die Kunden ermöglicht

Ergebnisse

- Steigerung des Net Promoter Score von -28 (2012) auf 18 (2015)
- Zunahme der First-Call-Resolution auf 60 % (von 2012 bis 2015)

„Es ging nicht nur um die Senkung der Servicekosten. Es ging auch um einen besseren Kundenservice. Unser Net Promoter Score ist regelrecht in die Höhe geschossen. Bei der First-Call-Resolution lagen wir vor dem Einsatz von Pega im Contact Center bei 50 %, jetzt sind es 80 %.“

Nick Hill
Pega Delivery Centre Manager, Aegon



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Hin zu einem kundenorientierten und effizienten Unternehmen

Die Kunden erwarten heute zunehmend einen effizienten, schnellen und persönlichen Service. Daher wollte Aegon seinen Kundenservice grundlegend verbessern.

Als Branchenführer war Aegon schon immer bestrebt, einen außergewöhnlichen Kundenservice anzubieten. Angesichts des „neuen Normalzustands“ und des eigenen Anspruchs, als Marktführer Maßstäbe setzen zu wollen, sah Aegon die Zeit für Veränderungen gekommen.

Bei der Zusammenarbeit mit Pega lag der Fokus auf dem eigenen Kundenteam, dem Schlüssel zu einem erstklassigen Kundenservice. Diese Mitarbeiter in vorderster Front brauchten geeignete Systeme, die richtigen IT-Werkzeuge und die richtige Ausrüstung, um ihre Aufgaben besser erfüllen zu können.

Aegon begann damit, Prozesse zu automatisieren und die von ihren Kundendienstmitarbeitern verwendeten Informationen zu optimieren und zu rationalisieren. Zur Bereitstellung kontextrelevanter Informationen setzte Aegon die Knowledge-Management-Lösung von Pega ein.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Orchestrierung und Optimierung der Customer Journey

Pega unterstützte Aegon bei der Entwicklung eines zentralen Aufgabenmanagements – von der Einleitung eines Antragsprozesses über

die Abwicklung der Kundenkommunikation bis hin zur Erstellung neuer Richtlinien sowie digitaler Konten.

Das System sollte gewährleisten, dass die richtigen Aufgaben prioritätsgesteuert zur richtigen Zeit an die richtigen Agenten übermittelt werden. Automatische Prozesse reduzieren darüber hinaus die Anzahl manueller Aufgaben.

Jetzt müssen sich die Kundenbetreuer wichtige Kundendaten nicht länger aus mehreren Richtliniendatenbanken zusammensuchen.

Mit Pega hat Aegon jetzt ein 360-Grad-Sicht auf die Kunden. Dadurch können die Kundenbetreuer auf Anfragen nicht nur schneller reagieren, sondern haben auch gleich den Kundenverlauf mit den letzten Interaktionen im Blick.

„Pega verbindet die Interaktionsebenen an der Kundenfront mit den Backoffice-Systemen.“

John Davidson

Leiter IT Strategy & Architecture, Aegon

RESULTAT:

Kompetente Agenten und zweistelliger Zuwachs bei der Kundenzufriedenheit

Durch die Zusammenarbeit von Aegon und Pega konnten die Kosten beträchtlich gesenkt und die Kundenzufriedenheit deutlich erhöht werden. Optimierte Informationen und eine intuitive, benutzerfreundliche Oberfläche machen Schluss mit der manuellen Datensuche. Jetzt können sich die Agenten

wieder darauf konzentrieren, ihren Kunden einen effizienten, kontextrelevanten personalisierten Service bieten.

Die First-Call-Resolution-Rate stieg von 50 auf 80 %, und der Net Promoter Score schnellte von -28 (2012) auf 18 (2015) in die Höhe. Auch die Werte für das Mitarbeiterengagement nahmen in dieser Zeit von 33 auf 60 % zu.

„Heute können wir unseren gesamten Service in Pega abwickeln, und alle unsere CSRs in diesem System haben einen vollständigen Überblick über die Kunden. Das macht unseren Service viel kundenorientierter“, freut sich Nick Hill, Pega Delivery Centre Manager bei Aegon.

In der Vergangenheit musste der Kundenservice in der Versicherungsbranche transaktionsorientiert und reaktionsfähig sein. Jetzt hat AEGON einen neuen Servicestandard definiert, der umsichtig, reaktionsschnell und umfassend ist.



Aegon ist ein internationaler Anbieter von Lebens- und Rentenversicherungen sowie Asset-Management-Leistungen. Das Unternehmen verwaltet Kundenvermögen in Höhe von etwa 542 Milliarden Pfund. Der Versicherer hat Gesellschaften in über 25 Ländern auf der ganzen Welt.



CSAA INSURANCE GROUP: TRANSFORMATION DES KUNDENSERVICE

Geschäftsziele

- Kunden mit außergewöhnlichem Service begeistern
- Zufriedenere Agenten und kürze Schulungszeiten
- Effizientere Agenten (z. B. häufigere First-Contact-Resolution, kürzere durchschnittliche Bearbeitungszeit)
- Kundeninteraktion verbessern und Cross- und Up-Selling-Möglichkeiten stärker nutzen

Ergebnisse

- Deutliche Verbesserung von Net Promoter Score und Kundenzufriedenheit
- Vereinfachte intuitive Benutzeroberfläche erleichtert die Arbeit der Agenten und erhöht die Zufriedenheit
- Kürzere durchschnittliche Bearbeitungszeit und mehr First-Contact-Resolution
- Zügige Implementierung, mit etwas mehr als sechs Monaten Ziele übertroffen

„Unser Servicezentrum nimmt pro Jahr etwa fünf Millionen Anrufe entgegen. Noch vor einem Jahr [...] wussten wir nicht mal sicher, wie lange ein Kunde AAA-Mitglied war – jetzt wissen wir's. Wir nutzen die Informationen viel effizienter und können deshalb einen so perfekten Kundenservice bieten.“

Steve Rowbury

Geschäftsinhaber, CSAA Insurance Group



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Stärkere Kundenorientierung

Als Versicherungsgruppe für über 2,7 Millionen AAA-Mitglieder mit einem Nettoprämienvolumen von 3,2 Milliarden Dollar musste CSAA seinen Kundenservice transformieren, um die Kundenbindung zu stärken und Wachstum zu generieren. Das Ziel: ein einfacher, proaktiver und persönlicher Kundenservice.

Dabei war CSAA klar, dass man unbedingt einen einfacheren, intuitiven Desktop für die Agenten brauchte. Wie viele der führenden Versicherer war CSAA mit einer veralteten IT-Landschaft konfrontiert, in der die Kundendaten über verschiedene Systeme verteilt waren. So mussten die Agenten immer wieder wertvolle Sekunden und Minuten mit der Suche nach den entsprechenden Kundendaten verschwenden. Eine verbesserte Bedienoberfläche für die Agenten würde einen schnelleren Zugriff auf die kritischen Kundendaten erlauben, und die Agenten könnten sich ganz auf die Bedürfnisse der Kunden konzentrieren.

Die Agenten sollten nicht mehr in den einzelnen Policenverwaltungssystemen verstreute Daten zusammensuchen müssen. Vielmehr strebte CSAA an, dass sich die Agenten wieder stärker auf Tätigkeiten zur Wertschöpfung konzentrierten. Sie sollten den Kunden zuhören, ihre Anliegen lösen und auch Möglichkeiten zum Cross-Selling nutzen.

In Zusammenarbeit mit Pega hat CSAA seinen Kundenservice transformiert. Dazu implementierte das Unternehmen eine integrierte Kundenservice- und Vertriebslösung auf Basis der Pega-Plattform.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Optimale, ganzheitliche Sicht auf die Kunden

Um den Kundenservice grundlegend zu verbessern, war CSAA zu einem Perspektivwechsel gezwungen – weg von der Innenperspektive und hin zum Blick von außen.

Im Sinne dieses Ziels arbeitete CSAA mit Pega zusammen, um seine Prozesse entlang der gesamten Customer Journey neu zu definieren. CSAA stellte schließlich fest, dass nicht ausreichte, einfach nur die Kundenserviceprozesse zu ändern. Vielmehr war es notwendig, die Pega-Anwendungssuite für die gesamten Interaktionen mit seinen Kunden zu nutzen – vom Vertrieb bis zum Kundenservice.

Mit Pega konnte CSAA Daten aus verschiedenen Policenverwaltungssystemen konsolidieren, komplexe interne Prozesse vereinfachen und eine „Gesamtansicht“ des Kunden erstellen. CSAA war zum ersten Mal in der Lage, die Interaktionen mit den Kunden nachzuvollziehen.

Als ergebnisorientiertes Unternehmen konnte CSAA die umfassende Pega-Lösung innerhalb von nur sechs Monaten bereitstellen.

Dabei war der Implementierungsprozess laut CSAA ebenso wichtig wie das Ergebnis. „Die Leute von Pega waren großartig. Bei einem solchen Projekt sind Menschen und Unternehmenskultur ganz entscheidend“, ist Steve Rowbury von CSAA überzeugt.

RESULTAT:

Mehr Effizienz, besserer Kundenservice und leistungsfähigere Agenten

CSAA und Pega haben die Interaktionen zwischen Agenten und Kunden transformiert: weg vom reinen Transaktionserlebnis hin zu einer effizienteren, effektiveren, kundenorientierten Kommunikation.

Mit einer vereinfachten, intuitiven Benutzeroberfläche hat CSAA seinen Agenten den nötigen Freiraum geschaffen, um sich jetzt wieder auf die Kunden konzentrieren zu können. Mit den Informationen aus früheren Interaktionen sowie anderen relevanten Erkenntnissen haben die Agenten jetzt genügend Kontext für einen exzellenten Kundenservice. Sie können die Zeit nutzen, um die Kundenzufriedenheit zu verbessern, die Kundenbindung zu stärken und den Umsatz über entsprechendes Cross- und Up-Selling zu steigern.

Das Ergebnis war überwältigend für CSAA. Selbst im Kontext mehrerer Millionen Anrufe pro Jahr konnte das Unternehmen die Effizienz erhöhen, die durchschnittliche Bearbeitungszeit senken und die Kundenzufriedenheit sowie die Net Promotor Score steigern.



Mit über 100 Jahren Erfahrung in der Versicherungsbranche gehört die CSAA Insurance Group zu den 20 größten US-Sach- und Unfallversicherern im Privatkundenbereich.



EXZELLENZ FÜR DEN AGENTURKANAL

Geschäftsziele

- Kunden und Agenten durch optimalen Kundenservice begeistern
- Kundenbedürfnisse voraussehen und „proaktiv“ statt „reakтив“ handeln
- Stärkere Bindung der Agenten
- Attraktivität für neue Agenten
- Verstärktes Up- und Cross-Selling

Ergebnisse

- Einführung eines neuen Agentenportals innerhalb von 15 Monaten
- An 135.000 Agenten ausgeliefert
- Bessere Arbeitsbedingungen für die Agenten
- Höhere Qualität des Kundenservice

„Wir haben die Interaktion mit unseren Agenten und die Interaktion der Agenten mit den Kunden, den Versicherten, neu definiert.“

CEO einer internationalen Versicherungsgesellschaft



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Kompetente Agenten und florierendes Neugeschäft

In einem wettbewerbsorientierten Markt, der sich vor allem auf unabhängige Agenten stützt, konkurrieren die Versicherer nicht nur um das Kundengeschäft, sondern auch um den Agenten selbst und um dessen Geschäft. Um im Wettbewerb weithin an der Spitze zu bleiben, entschied dieser internationale Versicherer, dass er ein modernes Agentenportal einrichten musste, mit dem der Service sowohl für die Agenten als auch für die Kunden optimiert werden konnte.

Dazu gehörten neben Werkzeugen, die die Agenten durch Next-Best-Action-Empfehlungen und Einblicke in Kundenkonten und Kundenbedarf effizienter machen sollten, weitere Hilfsmittel, mit denen sie zum effektivsten und unternehmensfreundlichsten Versicherer in Japan avancieren konnten. Der Versicherer hilft dem Agenten, erfolgreich zu sein. So sorgt er für langfristige, profitable Geschäftsbeziehungen mit seiner umfangreichen Agenturorganisation.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Neudeinition der Prozesse und radikale Umgestaltung des Geschäfts

Um einen wirklich außergewöhnlichen Kundenservice zu bieten, wollte der Versicherer die Art und Weise seiner Unterstützung für den Erfolg der Agenten auf den Prüfstand stellen und revolutionieren.

Es braucht Zeit, bis aus einem Agenten ein erfolgreicher Agent wird.

Vertriebsabläufe können komplex sein, und man benötigt eine Menge Daten, um Risiken richtig und profitabel zu versichern. Die Agenturlösung des Versicherers sollte intuitiv und benutzerfreundlich sein, um Zeit und Aufwand im Bestands- und Neugeschäft für die Agenten möglichst gering zu halten.

Die Lösung unterstützt auch Führungskräfte, die Zugriff auf die Bestandsübersichten der Agenten haben. So können sie ihnen Chancen aufzeigen und sie bei ihrer Entwicklung hin zu erfolgreichen Akteuren unterstützen.

Der Versicherer entwickelte die Lösung auf Basis der Pega-Anwendung Sales Automation for Insurance. Der kollaborative Prozess brachte Agenten und Unternehmensvertreter zusammen, um die Kernanforderungen zu identifizieren. Das Ergebnis war eine Lösung, die sämtliche Geschäftsanforderungen erfüllte und vorfristig zur Verfügung stand.

RESULTAT:

Personalisierter Dialog, zufriedene Agenten und Kunden

Mit Pega konnte der Versicherer die Interaktion zwischen einem Netzwerk unabhängiger Agenten und den Endkunden transformieren – weg von einer reinen Transaktionsbörse hin zu einem personalisierten, reaktionsschnellen kundenorientierten Dialog.

Durch Vereinfachung der Benutzeroberfläche für die Agenten und leichten Zugang zu wichtigen Kundenvertriebsdaten kann der Versicherer entsprechend den Präferenzen der Kunden agieren und die Beziehung zum Vertriebskanal unabhängiger Agenten stärken.

Optimierte Vertriebsprozesse erleichtern das Cross- und Up-Selling anhand der konkreten Kundensituation und sorgen dafür, dass die Agenten schneller und präziser auf Kundenanfragen reagieren können. Das Ergebnis: Bessere Arbeitsbedingungen für die Agenten und höhere Qualität des Kundenservice.

GLOBALE VERSICHERUNGSGESELLSCHAFT

Diese Ergebnisse hat ein weltweit führender Versicherer mit über 160 Niederlassungen, 12.000 Mitarbeitern und einem Netzwerk aus über 135.000 unabhängigen Versicherungsagenten erzielt.



ERSTKLASSIGER SERVICE FÜR DIE KUNDEN

Geschäftsziele

- Geringere Bearbeitungszeit und geringeres Anrufaufkommen
- Steigerung der Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit
- Weniger Kosten und kürzere Schulungszeit
- Verstärktes Cross-Selling

Ergebnisse

- Einsparungen in Höhe von mehreren Millionen Dollar
- Höhere Kundenzufriedenheit
- Kürzere durchschnittliche Bearbeitungszeit und geringere Kosten
- Gestiegene Mitarbeiterzufriedenheit

Im Auftrag eines führenden US-Versicherungsunternehmens hat Pega die Benutzeroberfläche für den Kundenservice optimiert, dazu mehr als zwei Dutzend Bildschirmansichten auf einige wenige reduziert, die Effizienz gesteigert, die Schulungszeit verkürzt und mehr geschäftliche Flexibilität geschaffen.

**HERAUSFORDERUNG UND VISION:**

Besserer Kundenservice durch besseren Service für Agenten

Um seine führende Position in der Branche abzusichern, wollte dieser große Versicherer seinen Kundenservice durch eine grundlegende Neugestaltung der Arbeitsbedingungen der Agenten verbessern. Der Informationsfluss sollte vereinfacht werden, damit sich die Agenten auf die Kundenbedürfnisse konzentrieren und einen schnellen und gut reagierenden Kundenservice erbringen können.

Auf dem Weg dahin stand das Versicherungsunternehmen vor einem bekannten Problem: Die Agenten mussten sich erst durch zahlreiche Datenbanken und Verwaltungssysteme kämpfen, um an die entscheidenden Kundeninformationen zu kommen. So verbrachten die Agenten wesentlich mehr Zeit mit der Suche nach Informationen als damit, den Kunden zuzuhören und ihnen die passenden Angebote zu machen.

Ein weiteres typisches Problem für Versicherer waren die Kosten für die Schulung neuer Kundenbetreuer. Um sein Geschäft auszubauen, musste der Versicherer die Schulungsabläufe deutlich optimieren und Anlaufzeiten sowie Schulungskosten senken.

Mit Pega wollte der Versicherer bessere Voraussetzungen für die Agenten schaffen und dazu Kundendaten aus mehreren unterschiedlichen Quellen zusammenführen, darunter Polizzen, Kunden und Ansprüche. Pega vereinfacht diesen Informationsfluss und nutzt die Daten zur Führung der Agenten, die so schneller und effizienter reagieren und einen nachhaltigen, hervorragenden Service erbringen können.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Höhere Effizienz der Agenten für mehr Kundenzufriedenheit

Bei seiner Entscheidung zugunsten von Pega ging der Versicherer davon aus, dass diese effiziente, skalierbare Plattform Geschäftsresultate liefern würde.

Dieses Vertrauen beruhte auf einer früheren Pega-Implementierung zur Optimierung von Geschäftsabläufen, mit der verschiedene Backoffice-Prozesse effizienter gestaltet und automatisiert worden waren und die zu mehr Effizienz und mehr Kundenzufriedenheit geführt hatten.

In Pega fand dieser Versicherer einen Partner, mit dem er interne Silos beseitigen, Informationen schneller bereitstellen und intuitive benutzerfreundliche Anwendungen erstellen konnte, die nur einen geringen Schulungsaufwand fordern und dennoch exzellente Geschäftsergebnisse liefern.

Durch Einsatz von Pega konnte dieser Versicherer seine Digitalisierungsstrategie erfolgreich vorantreiben, um die Prozesse zu verbessern und die Kundenzufriedenheit zu steigern.

Mit der Pega-7-Plattform sowie Pega Customer Service for Insurance optimierte und vereinfachte der Versicherer den Datenfluss zu den Agenten. Dazu wurden die bestehenden Datenbanken so automatisiert, dass sie einen 360-Grad-Blick auf die Kunden gestatten und die Agenten wichtige Daten nutzen können, um Kundenbedürfnisse zu erkennen und zu erfüllen.

RESULTAT:

Kosteneinsparungen, produktive Agenten und glückliche Kunden

Mit Pega gelang es dem Versicherer, eine intuitive, leicht zu bedienende Benutzeroberfläche für die Agenten zu schaffen und so den Kundenservice zu transformieren.

Kundenbetreuer verbringen jetzt weniger Zeit mit der Suche nach Informationen und können so besser auf die Kundenbedürfnisse eingehen. Die verbesserte Interaktionsqualität bietet darüber hinaus bessere Chancen für Cross- und Up-Selling.

Durch diese Implementierung konnte der Versicherer über 30 Bildschirmsichten auf weniger als ein Dutzend reduzieren. Für das intuitive und vereinfachte Portal sind kürzere Schulungszeiten erforderlich, und das Portal ist besser handhabbar. Die einzelnen Agenten können jetzt in einer Anwendung mehr Anrufe abwickeln, und vor allem neue Agenten sind produktiver.

Unter dem Strich konnte der Versicherer folgende Vorteile realisieren:

- Einsparungen von mehreren Millionen Dollar über mehrere Jahre durch höhere Effizienz
- Kürzere durchschnittliche Bearbeitungszeit
- Geringere Ausgaben des Backoffice für Postbearbeitung
- Deutliche Verbesserung des Kundenservice
- Gestiegene Mitarbeiterzufriedenheit

FÜHRENDES US-VERSICHERUNGSGESELLSCHAFT

Einer der größten Lebensversicherer der Welt.



INNOVATIONEN FÜR DIE GLOBALE VERSICHERUNGSWIRTSCHAFT

Geschäftsziele

- Drastische Vereinfachung des historisch langwierigen Abwicklungsprozesses und Steigerung der Effizienz
- Einhaltung regulatorischer Vorschriften
- Strengere Kapitalkontrollen für Makler und Versicherer
- Unterstützung globaler Innovationen in der Versicherungswirtschaft

Ergebnisse

- Verbesserung des Mandantenbetriebs um 50 %
- Verbesserte Einhaltung regulatorischer Vorschriften
- Höhere Anwendungssicherheit
- Verkürzung der Abwicklungszeit von Monaten auf Sekunden

„Was Pega und Netsett für uns so wertvoll macht, ist, dass wir bei konzerninternen Transaktionsprozessen Millionen von Transaktionen automatisch zuordnen können. Dieser Prozess kann viele Wochen oder sogar Monate dauern – wir machen das innerhalb von Sekunden.“

Sean Norris

Director Netsett bei Xchanging



HERAUSFORDERUNG UND VISION: Beschleunigte Abwicklung von Transaktionen im digitalen Zeitalter

Xchanging nimmt als Teil des Clearinghouse-Systems von Lloyd's of London, einem der ältesten und renommiertesten Namen in der Versicherungswirtschaft, eine ganz besondere Stellung ein.

Im Zuge des digitalen Wandels, der die Versicherungsbranche erschüttert, sah sich Xchanging auf einem immer stärker digitalisierten Versicherungsmarkt mit zunehmenden Erwartungen an einen gut reagierenden, effizienten Service zwischen Maklern und Versicherern konfrontiert.

Um in diesem Umfeld erfolgreicher konkurrieren zu können und seine Führungsposition zu behaupten, musste der Anbieter von Unternehmenslösungen die Zeit zur Abwicklung von Transaktionen zwischen den Parteien deutlich verkürzen.

Gemeinsam mit Pega wollte Xchanging seine Geschäftsabläufe optimieren und die Zeit für die „Nettoabwicklung“ der Schadensabwicklung verkürzen.

SO KONNTE PEGA HELFEN: Transformation der Geschäftsabläufe und optimierte Prozesse

Mit Pega 7 als Basis für seine Londoner Versicherungsplattform Netsett optimierte und beschleunigte Xchanging die komplexen Abwicklungsvorgänge zwischen Maklern und Versicherern.

Mit Pega konnte Xchanging seine Geschäftsabläufe wirksam transformieren und dabei die Prozesse verbessern, interne Schritte optimieren und die Abwicklungszeit verringern.

RESULTAT:

Drastische Beschleunigung der Abwicklung und Verbesserung der Kundenergebnisse

Pega hat Xchanging bei der Optimierung und Automatisierung komplexer Zahlungsabstimmungen für die weltweit größten Versicherungsträger unterstützt.

Die Lösung – die vorfristig einsatzbereit war – verbesserte Xchangings Mandantenbetrieb um 50 %, stärkte die Einhaltung regulatorischer Vorschriften Aufsicht und erhöhte die Anwendungssicherheit. Darüber hinaus reduzierte sie die Zeiten für die Zahlungsabwicklung drastisch, und zwar von mehreren Monaten auf wenige Sekunden.

Mit Pega kann Xchanging jetzt Millionen von Transaktionen automatisch zuordnen lassen. Das Ergebnis: Ein Prozess, der früher Wochen oder Monate dauerte, ist jetzt innerhalb von Sekunden erledigt. Die Kunden von Xchanging haben folgende geschäftliche Vorteile:

- Verbesserte Liquiditätszuteilung
- Schnellere Kontenabstimmung
- Verbesserte Policenverwaltung

Darüber hinaus bietet Xchangings Pega 7-Plattform den Kunden eine hohe Flexibilität, denn Netsett läuft wahlweise in der Cloud, vor Ort oder in einer Hybridumgebung.



Xchanging

Xchanging ist ein globaler Anbieter von technologieunterstützten Business Services und verfügt über umfassendes Know-how in der Versicherungswirtschaft. Das Unternehmen kümmert sich um die Abwicklung des Innendiensts für Lloyd's of London, das jährlich weltweit Prämien in Höhe von über 30 Milliarden Pfund kontrolliert.



LIFE SCIENCES:

VORWORT DES VORSTANDS



Für Biopharmaunternehmen und Medizintechnikhersteller stand die Verbesserung der Gesundheit ihrer Kunden schon immer im Mittelpunkt. Mit dem dramatischen Wandel im Gesundheitswesen müssen sie sich allerdings um engere Beziehungen zu den Patienten bemühen. Führende Anbieter im Bereich Life Sciences liefern nicht mehr nur einfach ein Medikament oder ein Gerät, sondern gehen direkt auf die Patienten zu und binden sie in eine umfassende Customer Journey ein, um ihre Gesundheit und die Behandlungsergebnisse zu verbessern.

Technikaffine Kunden und digitale Technologien – von sozialen Plattformen bis zu vernetzten Geräten – ermöglichen einen integrierten, ganzheitlichen Ansatz für die Erbringung von Patientendienstleistungen wie die Bereitstellung von Informationen, finanzieller Unterstützung sowie Therapietreue, wie man ihn bisher nicht kannte. Die Umstellung hin zu umfassender Patientenorientierung ist allerdings nicht leicht. Life-Sciences-Unternehmen müssen einen neuen Kundenservice anbieten und dabei in einer Welt aus Big Data und Social-Media-Vernetzung auch Sicherheitsfragen und gesetzliche Anforderungen berücksichtigen. Darüber hinaus müssen sie auch ihre gesamten Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten verbessern, um die Markteinführung in einer Zeit personalisierter medizinischer Leistungen zu beschleunigen.

Dabei können sich Life-Sciences-Unternehmen durch eine noch effizientere Nutzung von Technologien die beispiellosen Chancen des digitalen Zeitalters zunutze machen. Pega arbeitet mit führenden Life-Sciences-Unternehmen zusammen, um die Patienten- und Anbieter-Journey über verschiedene Funktionsbereiche hinweg zu orchestrieren und so ein echtes Verständnis der Kundenbedürfnisse zu bekommen und schließlich die Behandlungsergebnisse durch einen besseren Patientenservice zu optimieren. Im Bereich Forschung und Entwicklung unterstützt Pega seine Kunden durch Automatisierung im Labor sowie durch operationalisierte Analysen in klinischen Tests dabei, Zeit und Kosten bei der Markteinführung neuer Produkte zu sparen.

Hier erfahren Sie, wie Pega mit hochkarätigen Life-Sciences-Unternehmen zusammenarbeitet, um das neue Gesundheitszeitalter erfolgreich zu meistern und für die Kunden profitabel Mehrwert zu schaffen. Wenn Sie Fragen dazu haben, können Sie sich gern an mich wenden:
ed.chase@pega.com.

Ed Chase

Director, Life Sciences Solutions, Pegasystems



75 % SCHNELLERE MARKT-EINFÜHRUNG BEI PATIENTDIENSTLEISTUNGEN

Geschäftsziele

- Schaffung einer einzigen skalierbaren klinischen Plattform
 - Schnelle Entwicklung und schneller Einsatz
 - Ganzheitliche, patientenorientierte Sicht
 - Möglichkeit stark personalisierter Ansichten und Workflows
- 25 Millionen Teilnehmer ▪ Etwa 5.000 Benutzer in Gesundheitseinrichtungen, darunter 2.000 Pflegekräfte und über 50 Ärzte

Ergebnisse

- Fünf Mal schnellere Anmeldung
- 50 % Kostensenkung
- 75 % schnellere Markteinführung

„Mit Pega können wir auf Kunden und medizinische Innovationen schnell reagieren. Das gibt Alere einen klaren Wettbewerbsvorteil. Wenn es um Geschwindigkeit und Innovationen geht.“

Chief Information Officer & President Technology Solutions, Alere

HERAUSFORDERUNG UND VISION: Eine einzige Service- Plattform für Patienten

Als führender Anbieter von Point-of-Care-Diagnostik und Lösungen für die persönliche Gesundheitsförderung unterstützt Alere Menschen dabei, die eigene Gesundheit und Lebensqualität zu verbessern.

Dabei verfolgt Alere das strategische Vorhaben einer einzigen klinischen Plattform, Apollo, für die Nutzung von Business-Process-Management-Software (BPM) in Verbindung mit einem patientenorientierten Portal. Das Portal musste in Abhängigkeit vom Gesundheitszustand des Patienten stark personalisiert sein. Außerdem sollte es die Echtzeitdaten biometrischer Überwachungsgeräte der Patienten und Anträge im Zusammenhang mit Behandlungen/Medikamenten verarbeiten können, um einen ganzheitlichen Blick auf den Patienten zu bekommen.

SO KONNTE PEGA HELFEN: Kürzere Entwicklungszeit für Plattform und Patientenportal

Anfangs dachte Alere im Zusammenhang mit der Entwicklung von Apollo über eine interne Java-Programmierung nach, aber die veranschlagte Realisierungszeit war nicht akzeptabel. Stattdessen entschied sich Alere für Pega. Die schnelle Bereitstellung, Echtzeit-Regelverarbeitung sowie Anpassungsmöglichkeiten waren entscheidende Argumente. Damit konnten operativer Bereich und IT zusammenarbeiten. Mit Pega gelang es einem Team aus Anwendern und Fachleuten, Apollo – vom

Entwurf bis zur Produktion – in weniger als der Hälfte der Zeit zu entwickeln, die für die interne Entwicklung veranschlagt worden war.

Neben wichtigen neuen Funktionen wie etwa Smartphone-Unterstützung konnten schließlich beinahe alle Funktionen der sechs bestehenden klinischen Plattformen, die durch Apollo ersetzt wurden, bereitgestellt werden. Zu den neuen Funktionen gehörten Disease-Management, Patienten-/Fall-Management sowie Wellness. Für die Realisierung weiterer Verbesserungen benötigte man nur ganze sechs Wochen.

RESULTAT:

Robuste Service-Plattform für 25 Millionen Teilnehmer

Apollo ist Aleres Care-Management-Plattform der dritten Generation. Das Gesundheitsmanagementsystem unterstützt das Pflegemanagement mit Geräten (z. B. Waagen, Blutdruckmanschetten, Glucometer) für die Überwachung von persönlichen Gesundheit und Fitness, Fallmanagement, Gesundheit und Wellness sowie Anbieterintegration. Das Gesundheitsportal der Plattform erleichtert die Einbindung von Anbietern und Teilnehmern z. B. durch einen Mobilzugang zur persönlichen Patientenakte des Portals.

Ein zentraler Aspekt der neuen Plattform ist die Funktion zur dynamischen Erstellung hochspezialisierter Workflows. Mit dem modularen Ansatz sowie den Funktionen des dynamischen Regel-Managements von Pega werden die Versorgungspläne von Apollo nach Eingang neuer Daten automatisch angepasst.

Die neue Plattform wurde erfolgreich ausgebaut, sodass sie nun von über 25 Millionen Teilnehmern und etwa 5.000 Benutzern

aus Gesundheitseinrichtungen, darunter über 2.000 Pflegekräfte und über 50 Ärzte, genutzt wird. Täglich werden mehr als 300.000 Datensätze aus biometrischen Geräten und Referenzlaboren sowie monatlich 100 Millionen Vorgänge verarbeitet.



Alere Health, das jetzt zur UnitedHealth Group gehört, bietet personalisierte Unterstützung, Condition-Management, Fallmanagement, Wohlbefinden, Wellness sowie Gesundheitsdienste für Frauen und Kinder. Im Namen der Kunden von Alere erbringt das Unternehmen diese Leistungen für Patienten, die auf diese Dienste bauen und damit ihre Gesundheit erhalten und verbessern können.



DER PATIENTENSERVICE STEHT IM MITTELPUNKT

Geschäftsziele

- Unterstützung umsetzbare Änderungen und Prozessverbesserungen für die Omnichannel-Kommunikation
- Individuelle Unterstützung für Patienten
- Integration von Kundendatenbanken und Diensten von Drittanbietern zum Schutz der Patienten-Journey

Ergebnisse

- Höhere Qualität und wertvollere Patienteninteraktionen
- Unterstützung für zügige Änderungen im Zusammenhang mit Produkten und Indikationen
- Maßgeschneiderte Interaktionen auf Basis von Patientendaten und Krankengeschichte

-
- 150 medizinische Fachkräfte
 - 30 Sprachen in 100 Ländern
 - 30 Millionen kanalübergreifende Interaktionen jährlich
 - 16 der weltweit 20 größten Pharmaunternehmen
-

„Das Gesundheitswesen ist ständig in Bewegung und entwickelt sich schnell. Wir brauchten eine Technologie, die getrennte Informationen zusammenführt und wichtige Erkenntnisse über Kunden ermöglicht, die unsere Berater zur Verbesserung des Patientendialogs nutzen können.“

Amit Rajaram

Director, Pega Solutions, C3i Healthcare Connections (C3iHC)



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Den Weg der einzelnen Kunden verfolgen – jederzeit, auf allen Kanälen

In einer Zeit personalisierter Versorgung erkannte C3iHC, dass das Unternehmen seinen Kundenexperten umfassendere Informationen an die Hand geben musste, wenn es sich als vertrauenswürdiger Berater der Patienten von den Wettbewerbern abheben wollte.

Um Patienten und Gesundheitsanbieter über ein breites Spektrum an Diensten hinweg wirksam einzubeziehen, musste C3iHC die Balance zwischen menschlichen Interaktionen und skalierbaren, kanalübergreifenden, Decision-Management-Technologien wahren.

C3iHC wollte Patienten auch bei der Einhaltung der verordneten Therapien unterstützen. Dazu musste es möglich sein, die nächsten besten Schritte für die Patienten zu ermitteln und vorzugeben und dabei bei allen Interaktionen immer den jeweiligen Kontext für den jeweiligen Patienten zu berücksichtigen und für Kontinuität zu sorgen. Eine derart optimierte Begleitung der Patienten würde zu höherer Therapietreue und besseren Ergebnissen führen.

Beim aktuellen System müssen die Mitarbeiter die Daten manuell durchgehen, um komplexe personalisierte Anweisungen für die Patientenversorgung zusammenzustellen.

C3iHC stellte sich dagegen einen Omnichannel-Service für die Patienten vor. Das Unternehmen brauchte eine transparente Lösung, damit sich die Experten auf den Patienten konzentrieren können.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Individuelle Patientenleistungen

Mit Pega implementierte C3iHC eine umfassende Lösung für Patienten und Gesundheitsdienstleister mit den Schwerpunkten Produktsicherheit, medizinische Informationen, Patientenunterstützung sowie Therapietreue.

Das System mit der Bezeichnung CaseTrack360 ermöglicht den Zugang zu beliebigen Leistungen über ein und dieselbe Plattform – von medizinischen Informationen bis hin zur Meldung unerwünschter Ereignisse. Die Nutzung gemeinsamer Komponenten ermöglicht die Ausweitung der Lösung auf die gesamte Kundenbasis und verkürzt die Entwicklungs- und Onboarding-Zeiten.

Mit dem System kann C3iHC umgehend auf neue Anforderungen und regulatorische Richtlinien reagieren. Agenten müssen nun nicht mehr manuell zwischen Systemen hin- und herwechseln, sondern können über verschiedene Plattformen hinweg auf Patientendaten zugreifen.

C3iHC bietet jetzt medizinische Informationen, Gesundheitsberatung, Patientenunterstützung, Therapietreue sowie Beschwerdemanagement (Meldung unerwünschter Ereignisse) für Neukunden, Produkte, Therapien, Informationen und Richtlinien. Das Unternehmen bietet jetzt einen überzeugenderen, stärker patientenorientierten und effizienteren Service.

RESULTAT:

Integrierte Prozess-innovation für bessere Gesundheitsversorgung

C3iHC kann sich jetzt besser um die Patienten kümmern und den Kunden wertvollere Leistungen bieten. Zu den Ergebnissen gehören eine

Terminbestätigungsquote von über 64 %, wertschöpfende Zusatzleistungen bei über 70 % der Interaktionen, 100 % Erfassung von unerwünschten Ereignissen und Produktbeschwerden, Omnichannel-Interaktionen, intelligente Leitfunktionen sowie bessere Überprüfbarkeit. Außerdem können jetzt 80 % der Anrufe innerhalb von 20 Sekunden beantwortet werden.

Das System nutzt Informationen über verschiedene Silos hinweg und sorgt so für mehr Transparenz hinsichtlich komplexer Fragestellungen, der Einhaltung von HIPAA-Vorschriften sowie der Verwaltung wichtiger Nutzdaten. Case-Track360 ermöglicht die Erfassung und Automatisierung von Fällen mithilfe von Geschäftsregeln, um Schulungszeiten zu reduzieren, die operative Effizienz zu steigern, Zeitpläne und Termine zu verwalten sowie die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben zu unterstützen.

„Mit Pega können sich unsere spezialisierten Agenten jetzt auf das konzentrieren, was am meisten zählt – den Patienten ... Als vertrauenswürdige Berater bieten wir unseren Patienten erstklassigen Service auf allen Kanälen.“

Kevin Connolly, Vice-President of Account Management, C3iHC



C3i Healthcare Connections, ein Unternehmensbereich von Telerx, ist ein branchenführender Outsourcing-Partner für Geschäftsprozesse, der sich mit einem globalen Netz von Kontaktzentren auf den kanalübergreifenden Kontakt von Patienten und medizinischen Fachkräften sowie Unternehmensmitarbeitern spezialisiert hat.



KÜRZERE DAUER UND GERINGERE KOSTEN FÜR KLINISCHE STUDIEN

Geschäftsziele

- Automatisierung der Prozesse für fortgeschrittene klinische Studien
- Einhaltung der FDA-Vorgaben
- Weniger Papierprozesse und weniger manuelle Schritte
- Beschleunigung der Standortauswahl

Ergebnisse

- Reduzierter Zeitaufwand und geringere Kosten für die Standortauswahl
- Zuverlässige Einhaltung der Bestimmungen
- Mehr Transparenz und bessere Berichterstattung
- Standortauswahl wird zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor

-
- Zahlreiche parallele Studien Hunderte Anforderungen pro Standort
 - Nahtlose Bewältigung der Vielfalt und Komplexität globaler Vorgaben
 - Hunderte mögliche Standorte pro Studie
 - Integrierte Prüfpfade und Compliance
-

„Die Lösung von Pega erledigt aufwändige kritische Aufgaben bei fortgeschrittenen klinischen Studien, die bisher manuell durchgeführt werden mussten, nun einfach, schnell, reibungslos und wesentlich transparenter. Mit Pega gewährleisten wir die zügige Auswahl der geeigneten Standorte sowie die Einhaltung der FDA-Anforderungen, senken gleichzeitig die Gesamtkosten und beschleunigen den Studienbeginn.“

CTMS Executive, Global CMO, globales Auftragsforschungsinstitut



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Klinische Studien revolutioniert

Dieses globale Auftragsforschungsinstitut hatte Schwierigkeiten, die mit klinischen Studien verbundenen Aufgaben effizient zu erledigen. Mit den Vorgaben und den vielfältigen Anforderungen im Zusammenhang mit der Standortauswahl waren ein beträchtlicher manueller Aufwand und entsprechende Nachverfolgungsaktivitäten verbunden.

Die Standortauswahl gestaltete sich aufgrund der umfangreichen Papierarbeit und der Bestimmungen seitens der amerikanischen Behörde für Lebens- und Arzneimittel FDA langwierig. Ohne effiziente Abläufe war das Auftragsforschungsinstitut weder in der Lage, den Standorten und Kunden Statusberichte effizient bereitzustellen noch Zeit zu sparen und den Umsatz zu steigern.

Mit den vorhandenen Managementsystemen für klinische Studien ließen sich Arbeiten weder automatisieren noch nachverfolgen. Damit konnte das Auftragsforschungsinstitut nicht garantieren, dass der Standort die FDA-Vorgaben erfüllt. Stattdessen musste jeder Standort einzeln bestätigen, dass er den mehreren Hundert Anforderungen entspricht, und selbst die notwendigen Dokumente bereitstellen. Das Ergebnis waren unvollständige Unterlagen und verpasste Termine.

Da die Kommunikation zwischen dem Auftragsforschungsinstitut und den Standorten nicht automatisch erfolgte, konnten während des Auswahlverfahrens der aktuelle Status der Standorte nicht so ohne Weiteres verfolgt und die Standorte selbst nicht umgehend über den jeweiligen Stand informiert werden. Das Team des Auftragsforschungsinstituts war gezwungen, die gesamten Unterlagen immer jeweils manuell

zu prüfen – ein zeitaufwendiger und ermüdender Prozess.

Das Institut wusste, dass man mit der Automatisierung der bestehenden manuellen Verfahren Zeit sparen, die Standortauswahl beschleunigen und die Kommunikation verbessern könnte.

SO KONNTE PEGA HELFEN: Automatisierte Workflows für fortgeschrittene klinische Studien

Das Auftragsforschungsinstitut entschied sich zugunsten der Pega-Plattform, um seine Workflows im Zusammenhang mit fortgeschrittenen klinischen Studien zu automatisieren.

Durch Abschaffung manuell erstellter Tabellen, Optimierung von Prozessen sowie Gewährleistung transparenterer Einzelaufgaben kann das Auftragsforschungsinstitut jetzt komplexe Vorhaben schnell und zu geringeren Gesamtkosten bewältigen. Pega ist in die klinischen Systeme integriert und übernimmt die interne und externe E-Mail-, Fax- und Papier-Kommunikation der Abteilung. Die Prozess- und Case-Management-Lösung von Pega unterstützt Entwicklung und Aktualisierung, während sich das Auftragsforschungsinstitut auf Basis der Build-for-Change-Philosophie von Pega schnell an die Anforderungen neuer Kunden oder neue behördliche Vorgaben anpassen kann.

Mit der neuen Lösung kann das Institut den gesamten Dokumentationsanfrage- und -überprüfungsprozess online bereitstellen. So kann es die Unterlagen der einzelnen Standorte problemlos nachverfolgen, Statusmeldungen abgeben und beteiligte Parteien bei bestimmten Ereignissen informieren. Der optimierte Prozess macht Schluss mit Vermutungen, Nacharbeiten und verpassten

Fristen, die die Standortauswahl verzögern oder beeinträchtigen bzw. anderweitig zum Ausschluss von Standorten von der Überprüfung oder der Teilnahme an der Studie führen konnten.

RESULTAT:

Optimierte Prozesse verbessern Transparenz und senken Kosten

Durch schnelle gemeinsame Bereitstellung konnte das Auftragsforschungsinstitut die Lösung zügig einsetzen, sodass sie sich umgehend amortisiert hat. Das Unternehmen verzeichnet einen Rückgang bei Papier-Dokumentationen sowie selteneres manuelles Eingreifen, was letztlich zu geringeren Gesamtkosten führt. Der optimierte Standortauswahlprozess wirkt sich positiv auf Studienstandorte und Sponsoren aus. Dadurch kann sich das Auftragsforschungsinstitut von seinen Wettbewerbern abheben. Es kann jetzt nicht nur die Einhaltung der FDA-Anforderungen an Standorte und Datenintegrität gewährleisten, sondern durch sichere Prozesse und Dokumentenmanagement auch den Schutz geistigen Eigentums garantieren – ein weiteres wichtiges Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb.

GLOBALES AUFTAGSFORSCHUNGSINSTITUT

Mit mehr als 6.000 Beschäftigten in über 100 Ländern auf sechs Kontinenten kooperiert dieses große Auftragsforschungsinstitut mit großen und kleinen Pharma- und Biotechunternehmen, denen es skalierbare Serviceleistungen für klinische Studien beliebigen Umfangs bietet – von Phase 1 bis Phase 4.



SENKUNG DER OPERATIVEN KOSTEN UM 4,3 MILLIONEN DOLLAR

Geschäftsziele

- Optimierung der Einbindung von Gesundheitsdienstleistern
- Einhaltung weltweiter Transparenzvorschriften
- Verknüpfung zahlreicher Systeme mit einer effizienten, benutzerfreundlichen Anwendung
- Verbesserung der operativen Transparenz und Prüffunktionen

Ergebnisse

- 4,3 Millionen Dollar an jährlichen Einsparungen
- 72.000 Stunden weniger manueller Aufwand
- Herstellung von Transparenz und Einhaltung der Berichtspflichten
- Ganzheitlicher Überblick über Maßnahmen zur Einbindung der Gesundheitsanbieter über alle Funktionsbereiche hinweg

Über 2.000 Vertriebsmitarbeiter nutzen das System ▪ Abwicklung von über 250.000 Anfragen pro Jahr

- Seit über 5 Jahren in Betrieb, zahlreiche Erweiterungen

„Mit Pega liegen uns jetzt präzise kontrollierte Daten vor, und wir können Unternehmensberichte auf Basis laufender Interaktionen erstellen.“

Global Compliance Manager eines globalen Medizingeräteherstellers



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Steigerung der Effizienz und transparente Einbindung von Gesundheitsanbietern

Life-Sciences-Unternehmen interagieren über die verschiedensten Kanäle mit Gesundheitsdienstleistern in den Bereichen Beratung, Forschung, klinische Studien, Stipendien, Zuwendungen, Evaluierungen sowie bei Ausbildungsfragen. Für die Mitarbeiter in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Compliance gestaltet sich die zuverlässige und transparente Zusammenarbeit mit so unterschiedlichen Arbeitsbereichen schwierig.

Fehlende Kontrolle und mangelnder Überblick können bei der Einhaltung gesetzlicher Transparenzvorgaben („Sunshine Act“) problematisch sein und die Gesamteffizienz von Vertriebs- und Marketingaktivitäten beeinträchtigen.

Die für die Einbindung der Gesundheitsdienstleister zuständigen Systeme und Mitarbeiter sind in der Regel kaum miteinander vernetzt. Es gibt keine Transparenz, und die Aktivitäten werden nicht synchronisiert.

Dieser Medizingerätehersteller brauchte eine Lösung, die zahlreiche Systeme über verschiedene Funktionsbereiche hinweg miteinander verknüpfen kann. Die Lösung musste differenziert und skalierbar genug sein, um globale und markenspezifische Varianten zu unterstützen, und gleichzeitig einfach und effizient sein.

Das Unternehmen stellte sich eine umfassende, flexible Lösung vor, die durchgängig integrierte Workflows, die Erfassung präziser Daten, Prüf- und Berichtsfunktionen sowie effiziente, benutzerfreundliche Prozesse umfasst und gleichzeitig schnell an neue Vorschriften anpassbar ist.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Entwicklung einer durchgängigen Interaktionsebene für vernetzte Gesundheitsdienstleister

Die Lösung, die mit Pega-Plattform, Life Sciences Foundation sowie Aggregate Spend Application geliefert wurde, bietet eine umfassende Interaktionsplattform für Gesundheitsdienstleister, die sich leicht modifizieren und feinabstimmen lässt, um die geschäftlichen Anforderungen des Unternehmens heute und in Zukunft zu erfüllen. Die Geschäftsanwendung erfasst die verlangten Informationen zu Geschäftsplänen, Budgets, Standorten, Vereinbarungen, Ereignissen und Empfängerdatenbank. Darüber hinaus enthält sie die Produktstammdaten der Vertriebs-, Marketing- und Compliance-Mitarbeiter und aus den unterstützenden Systemen. Zudem unterstützt die Lösung die Verwaltung von Ausgabenschwellen, Marktwert, operativen Regeln, Portalen für Gesundheitsdienstleister sowie Prozessen und Verfahren für interne Benutzer und externe Partner des Unternehmens, wenn sie bezüglich Produkten oder Wertübertragungen kommunizieren.

Plattform und Anwendungen von Pega ermöglichten dem Unternehmen, seine vielen Einzel-systeme zu integrieren, verschiedene Anforderungen von Programmen und Interaktionstypen zu meistern sowie die Effizienz von Vertriebs- und Supportmitarbeitern zu steigern.

RESULTAT:

Bessere Einhaltung von Vorschriften, mehr Effizienz und optimierter Kundendialog

Nach neunmonatiger Implementierungszeit ist die Pega-Lösung nun schon seit 2011 in Betrieb

und wurde in dieser Zeit mehrfach aktualisiert und erweitert. Das aktuelle System läuft inzwischen auf der Pega-7-Plattform. Ursprünglich wurde die Lösung vor Ort vom Kunden administriert, mittlerweile hat man es aber in die Pega-Cloud migriert.

Mit Pega ist das Unternehmen nun solide aufgestellt und kann sämtliche verlangten Informationen zur Unterstützung von Transparenzvorschriften im Handumdrehen übermitteln. Außerdem konnte das Unternehmen auf breiter Front Effizienzgewinne erzielen und Prozesse zur Einbindung von Gesundheitsdienstleistern standardisieren. Etwa 250.000 Anfragen werden jährlich bearbeitet, und 2.000 Vertriebsmitarbeiter nutzen das System monatlich. Unter dem Strich veranschlagt das Unternehmen die Einsparungen durch Effizienz- und Produktivitätsgewinne der Vertriebsmitarbeiter durch die neue Anwendung auf 4,3 Millionen Dollar.

Diese Vorteile ermöglichen den Vertriebsteams des Unternehmens eine noch reibungslose Einbindung der Gesundheitsdienstleister und den Kunden eine insgesamt verbesserte Interaktion mit dem Unternehmen.

GLOBALER MEDIZINGERÄTEHERSTELLER

Als einer der weltweit führenden Hersteller von Ausrüstung für bildgebende Diagnostik stellt dieses Unternehmen herkömmliche sowie digitale Röntgengeräte, Geräte für Computertomographie (CT), Magnetresonanztomographie (MR), Ultraschall, Positronen-Emissions-Tomographie (PET) sowie Ausrüstung für Nuklearmedizin her. Das Unternehmen entwickelt Innovationen für ländliche und aufstrebende Märkte, mit denen Kliniken und Gesundheitsdienstleister hochwertige Versorgungsleistungen zu geringeren Kosten erbringen können. 2014 erreichte das Unternehmen einen Umsatz von 158 Milliarden Dollar.



ARZNEIMITTELSICHERHEIT IN GLOBALEN PARTNERSCHAFTEN

Geschäftsziele

- Senkung der Kosten für PVW-Erstellung und -Management
- Weniger manuelle Tätigkeiten im Zusammenhang mit PVW-Verfolgung, Datenerfassung, Berichten und Verteilung von Inhalten
- Mehr Transparenz für Compliance und Kontrolle
- Senkung der Kosten für redundante/ überlappende/ isolierte Systeme

Ergebnisse

- Zentralisierung des Informationsaustauschs mit Partnern
- Keine manuelle Verfolgung regelmäßiger Überprüfungen mehr
- Reduzierung des Aufwands für Berichte von fünf Tagen auf einen halben Tag
- Bessere Möglichkeit des Compliance-Nachweises
- Deutlich geringere Antwortzeit auf Informationsanforderungen bei Inspektionen und Prüfungen

▪ Unterstützung aller Pfizer-Produkte und -Partner weltweit ▪ 5.800 Produkte ▪ 500 Partner ▪ 250 Märkte
▪ 650 Pharmakovigilanz-Vereinbarungen ▪ Integration mit verschiedenen Unternehmenssystemen von Pfizer

„Wir konnten die Verfolgung des Informationsaustauschs zu unerwünschten Ereignissen, periodischen Berichten und Sicherheitsmeldungen mit unseren Partnern in unserer globalen Unternehmensgruppe zentralisieren. Das war nur mit den Effizienzgewinnen und den automatischen Abläufen möglich, die das System mit sich brachte.“

Jeffrey Hanson

Senior Information Analyst, Pfizer Inc.

HERAUSFORDERUNG UND VISION: Automatischer Überblick über Pharmakovigilanz

Wie alle Pharmaunternehmen ist auch Pfizer für die kontinuierliche und umfassende Überwachung der Sicherheit seiner Produkte verantwortlich. Diese aufwendige Aufgabe wird noch komplexer und schwieriger, wenn es um weltweite Partner geht.

Praktisch musste Pfizer die Pharmakovigilanz-Vereinbarungen (PVV) mit Hunderten von Partnern in aller Welt manuell verwalten und alle in diesen PVVs festgelegten Maßnahmen zur Pharmakovigilanz (PV) für Tausende Produkte weltweit aktiv verfolgen. Die strenge Aufsicht durch die Gesundheitsbehörden sowie die kontinuierliche Berichts- und Prüfungspflicht bedeuten, dass Pfizer in der Lage sein muss, Transparenz und umfassende Überprüfbarkeit zu gewährleisten.

Anbieter von PV-Software boten nur wenig Unterstützung bei der Bewältigung dieser Herausforderungen. Aber die PV-Verantwortlichen bei Pfizer sahen darin auch eine Chance zu Innovationen sowie zur Verbesserung von Compliance und Effizienz. Für Pfizer ging es nicht nur darum, PVVs zu verfolgen. Vielmehr wollten sie die PVV-Informationen in kleinere Einheiten bzw. Aufgaben aufspalten, die sich verfolgen und überwachen ließen.

SO KONNTE PEGA HELFEN: Zügige Bereitstellung einer integrierten Lösung

Pfizer nutzte das branchenführende Business Process Management und das Dynamic Case Management von Pega in Kombination mit

Pegas Pharmakovigilanz-Anwendung, um seine Lösung „Pharmacovigilance Exchange“ (PVX) in weniger als vier Monaten bereitzustellen.

Dabei wurde die zügige Umsetzung nicht nur durch das Pega-Werkzeug Direct Capture of Objectives unterstützt, sondern auch durch das patentierte Situational Layer Cake von Pega, das die Wiederverwendung zahlreicher bestehender Komponenten von Pfizer aus anderen Pega-Lösungen ermöglichte. Das führte zu einer Verringerung des Entwicklungsaufwands um etwa 30 %.

RESULTAT:

Mehr Effizienz und bessere Compliance

Die PVX-Anwendung hat den Aufwand für manuelle Arbeiten bei Pfizer beträchtlich reduziert. Es beginnt mit der Erstellung oder dem Import einer PVV.

Der Lebenszyklus der jeweiligen PVV wird innerhalb von Pega verwaltet und umfasst Erstellung, Überarbeitung, Genehmigung sowie Aktualisierungen. Auf PVV-Meilensteine wird automatisch hingewiesen, über wichtige Termine wird automatisch informiert. Schon allein damit werden Transparenz und Compliance verbessert. Die eigentlich innovative und wertschöpfende Komponente ist aber eine andere: Sobald eine PV-Vereinbarung aktiv ist, erfasst PVX die strukturierten Details zu den einzelnen Maßnahmen, also periodische Berichte, Risikomanagement, Aktualisierung der Kennzeichnung usw. PVX legt fest, wer für die jeweilige Maßnahme verantwortlich ist, und vermerkt zugehörige Termine bzw. mit der Maßnahme verbundene Systeme. Pega verfolgt dann die einzelnen Maßnahmen, meldet deren Fälligkeit und greift auf notwendige Daten aus anderen

PV-Systemen von Pfizer zu. Schließlich umfasst es umfangreiche Berichts- und Prüffunktionen zur Verbesserung der Transparenz sowie zur Verringerung des Prüfaufwands.

„Es ist zum integralen Werkzeug für unsere PVV-Lizenzierungsgruppe geworden. Wir haben einen wesentlich besseren Überblick über unsere vielen Pharmakovigilanz-Vereinbarungen. Unsere Datenerfassung und unsere Berichtserstellung haben sich verbessert. Und wir haben jetzt für unsere regelmäßigen Überprüfungen entsprechende Workflows.“

Jeffrey Hanson
Senior Information Analyst,
Pfizer Inc.



Seit mehr als 150 Jahren ermöglicht Pfizer den Menschen Therapien, die ihr Leben verlängern und deutlich verbessern. Das Portfolio von Pfizer umfasst Medikamente und Impfstoffe sowie einige der weltweit bekanntesten Gesundheitsprodukte für Verbraucher.



GERINGERES RISIKO UND BESSERE COMPLIANCE: PATIENTENORIENTIERTE REMS

Geschäftsziele

- Bereitstellung eines patientenorientierten Systems zur Einhaltung der Risk Evaluation and Mitigation Strategies (REMS) der FDA
- Optimierung der Callcenter-Abläufe, Schutz der Patienten vor Risiken und Verbesserung ihrer gesundheitlichen Situation
- Schneller und zuverlässiger Zugang für Patienten zu unverzichtbaren Therapien

Ergebnisse

- Besserer Patientenservice und Effizienzgewinne von 30 %
- Erfüllung der REMS-Anforderungen der FDA
- Senkung der Programm kosten um jährlich 1,5 Millionen Dollar
- Integrierte Unterstützung bei Änderung der regulatorischen Anforderungen

„Durch intelligente Nutzung von SB-Kanälen haben wir Kosten gesenkt und zugleich die FDA-Vorgaben erfüllt.“

Vice-President of Information Technology eines weltweit führenden Biotech-Unternehmens



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Risiko- und Compliance-Management

Pharmaunternehmen mit bestimmten Produkten, die potenziell ein besonderes Risiko aufweisen, müssen der sogenannten Risk Evaluation and Mitigation Strategy (REMS) der amerikanischen Lebens- und Arzneimittelbehörde FDA zur Evaluierung und Eindämmung der Risiken nachkommen. REMS verlangt von den Unternehmen die Umsetzung von Programmen zum Management der mit einem Medikament oder biologischem Produkt verbundenen Risiken. Ein REMS-Programm kann einen Medikamentenführer, eine Packungsbeilage, einen Kommunikationsplan, Elemente zur sicheren Nutzung und/oder ein Implementierungssystem umfassen. Dabei kann ein Implementierungssystem eine besondere Herausforderung darstellen, denn es enthält typischerweise Technologien, die Patienten, Anbieter und Apotheken im Rahmen ein und desselben Systems in Echtzeit zusammenführen muss.

Beim Implementierungssystem dieses Pharmaunternehmens verlangten die Vorgaben eine Abstimmung regelmäßiger Diagnoseergebnisse der Patienten mit der Medikamentenausgabe der Apotheke. Die bestehenden Systeme des Unternehmens waren nicht flexibel und nicht agil genug für eine Echtzeit-Abstimmung oder schnelle Änderungen.

Gefragt war vielmehr ein System mit der Flexibilität zur zeitnahen Verteilung kritischer

Hochrisiko-Medikamente an bedürftige Patienten weltweit, das gleichzeitig die REMS-Vorgaben erfüllt und die Patientensicherheit gewährleistet. Das Unternehmen ging davon aus, dass zur Erfüllung der Vorgaben eine eigene Contact-Center-Management-Lösung erforderlich sein würde, und zwar zusätzlich zu den Plattformen für Geschäftsregel- und Prozessmanagement.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Integriertes BPM und Kundenbindung

Für das Pharmaunternehmen war Pega der am besten geeignete Partner für die Bereitstellung einer vollständig integrierten, durchgängigen Lösung, die dem Unternehmen den weltweiten Medikamentenvertrieb unter Einhaltung regulatorischer Anforderungen ermöglicht, und mit dem es seine langfristige Planung umsetzen und die Kosten senken kann.

Mit Pega optimierte das Pharmaunternehmen den Anmeldeprozess (Patient, verordnender Arzt und Apotheke), den Verordnungsprozess mit dem Ausfüllen von Umfragen zur Risikobestimmung (Patient und verordnender Arzt) sowie den Ausgabeprozess (Apotheke) über alle Kanäle hinweg, einschließlich Fax, Sprachdialogsystem, Kontaktzentrum und Web Self-Service.

Auf diese Weise reduzierte das Unternehmen die manuellen Eingriffe sowie die Gesamtkosten und konnte seine Unterstützung patientenorientierter gestalten.

RESULTAT:

Ein agiles patientenorientiertes System, das Gesundheitsrisiken senkt

Das Unternehmen kann jetzt Änderungen am REMS-Programm innerhalb weniger Tage vornehmen und nicht erst wie früher nach Monaten. Damit sorgt es für Patientensicherheit, Compliance sowie besseren Kundenservice für den wachsenden Patientenstamm. Außerdem konnte das Unternehmen Effizienzgewinne von 30 % erwirtschaften, 30 Kundenbetreuer in andere Bereiche innerhalb des Unternehmens versetzen und die Programmkosten um 1,5 Millionen Dollar jährlich senken.

Wesentlich wichtiger als Effizienz war allerdings, dass das Unternehmen letztlich – durch nachweisliche Einhaltung der REMS-Verordnungsvorschriften für Hochrisiko-Medikamente – auch die Situation der Patienten und deren Lebensqualität verbessern konnte, weil die Patienten Spezialprodukte rechtzeitig erhielten und Gesundheitsrisiken ausgeschlossen wurden.

WELTWEIT FÜHRENDES BIOTECH-UNTERNEHMEN

Dieses führende Pharmaunternehmen konzentriert sich auf innovative und individualisierte Medikamente zur Verbesserung der gesundheitlichen Situation von Patienten.



SICHERES AUTOMATISCHES NETZWERK FÜR MEDIKAMENTENVERGLEICH

Geschäftsziele

- Automatisierung manueller Prozesse
- Abgrenzung der Transaktionen
- Vereinfachung der Prozesse für Benutzer
- Bereitstellung einer robusten Plattform mit hoher Verfügbarkeit und Sicherheit
- Erweiterbarkeit und Skalierbarkeit

Ergebnisse

- Abschaffung manueller Prozesse
- Entwicklung zuverlässiger Mittel zur Beschaffung von Medikamenten für klinische Studien
- Standardisierte Workflows in allen Mitgliedsunternehmen
- Schaffung einer Basis für künftige Initiativen
- Cloud-Lösung ermöglicht zügige Bereitstellung

-
- Entwicklung von F&E-Standards zur Kostensenkung und zur Erhöhung der Sicherheit
 - Konsortium aus 21 traditionellen Pharmaunternehmen
 - Mitgliedsunternehmen wählen Führung und stellen Mitarbeiter zur Verfügung
 - Schwerpunkt: F&E-Standards zur Kostensenkung und zur Erhöhung der Sicherheit
 - Insgesamt schnellere Markteinführung
-

„Der wichtigste Grund für die Entscheidung zugunsten von Pega war der Sicherheitsaspekt. Es darf auf keinen Fall passieren, dass Unternehmen die Transaktionen anderer Unternehmen einsehen können. Pega funktioniert in dieser Hinsicht wirklich einwandfrei.“

Mitgliedsvertreter, TransCelerate BioPharma, Inc.



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Beschaffung klinischer Leistungen für mehrere Unternehmen

Um die Sicherheit und bessere Wirksamkeit neuer Medikamente nachzuweisen, müssen die Ergebnisse klinischer Tests mit bestehenden Therapien verglichen werden, bevor sie von der amerikanischen Lebens- und Arzneimittelbehörde FDA zugelassen werden. Die Ergebnisse aus diesen Vergleichsstudien werden später von den Pharmaunternehmen für die Vermarktung des neuen Medikaments verwendet.

Die Mitgliedsunternehmen sind Wettbewerber auf dem gleichen Markt, das heißt, Transaktionssicherheit und Zugang sind die wichtigsten Aspekte. TransCelerate brauchte eine erweiterbare und agile Plattform, die sich dynamisch an unvorhergesehene Änderungen auf dem F&E-Markt anpassen lässt und die Vertraulichkeit der Daten der Mitglieder wahrt.

TransCelerate entschied sich für Pega, weil das Unternehmen in der Lage war, kurzfristig ein agile Lösung zu entwickeln und für den Schutz der Mitgliederdaten zu sorgen.

Weil klinische Studien normalerweise an mehreren Standorten weltweit durchgeführt werden, sind Erwerb und Verteilung der entsprechenden Vergleichsmedikamente teuer und riskant.

TransCelerate stellte sich eine Service-Plattform vor, mit der sie bewährte Strategien für die Beschaffung von Medikamenten für klinische Studien umsetzen konnte. Mit BPM for Automation wollte das Unternehmen Transaktionen beschleunigen und die Interaktionen der Benutzer mit den Anwendungen vereinfachen.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Implementierung einer robusten, skalierbaren Plattform in der Cloud

Weil jede Transaktion spezifischen Geschäftsregeln und Einwänden unterliegt, wurde eine Anwendung gebraucht, die die dynamischen Anforderungen der einzelnen Mitglieder berücksichtigt, und zwar unabhängig von Sprache, Region und Therapiegebiet.

Zwar entwickelt die Biopharma-Branche innovative neue Therapien, dennoch sind manche der operativen Abläufe veraltet und nicht vollständig automatisiert. Manuelle Prozesse, bei denen Tabellenblätter zwischen den Partnern hin- und hergeschickt werden, sind nicht sicher und fördern nicht unbedingt neue klinische Innovationen. BioPharma brauchte sichere, zuverlässige und präzise Lösungen.

TransCelerate entschied sich für Pega als Partner, weil das Unternehmen enge Fristen einhalten kann, und für Pega BPM und seine Case-Management-Funktionen, in dem jede Transaktion ein Fall (Case) ist. Sicher abgegrenzte Transaktionen sorgen dafür, dass nur solche Mitgliedsunternehmen Zugang erhalten, die am Prozess beteiligt sind.

Pega Cloud bietet TransCelerate mit Blick auf künftige Erweiterungen seiner Anwendungsangebote eine unternehmensunabhängige Bereitstellung und darüber hinaus die von den Mitgliedsunternehmen verlangte hohe Verfügbarkeit und Skalierbarkeit.

RESULTAT:

Pega-Technologie stärkt Vertrauen

Mit der Pega-Plattform konnten die Pharmaunternehmen kooperieren, Anforderungen

erfassen, Best Practices für die Branche festlegen und eine Lösung implementieren, die die Transaktionen der Mitglieder sicher und vertraulich orchestriert. Darüber hinaus sorgte Pega für die vollständige Automatisierung der manuellen Abläufe zwischen den Partnern.

Sichere, abgegrenzte Transaktionen gewährleisten, dass nur solche Mitgliedsunternehmen Zugang erhalten, die am Prozess beteiligt sind. Pega Cloud bot TransCelerate mit Blick auf künftige Erweiterungen seiner Anwendungen eine unternehmensunabhängige Bereitstellung.

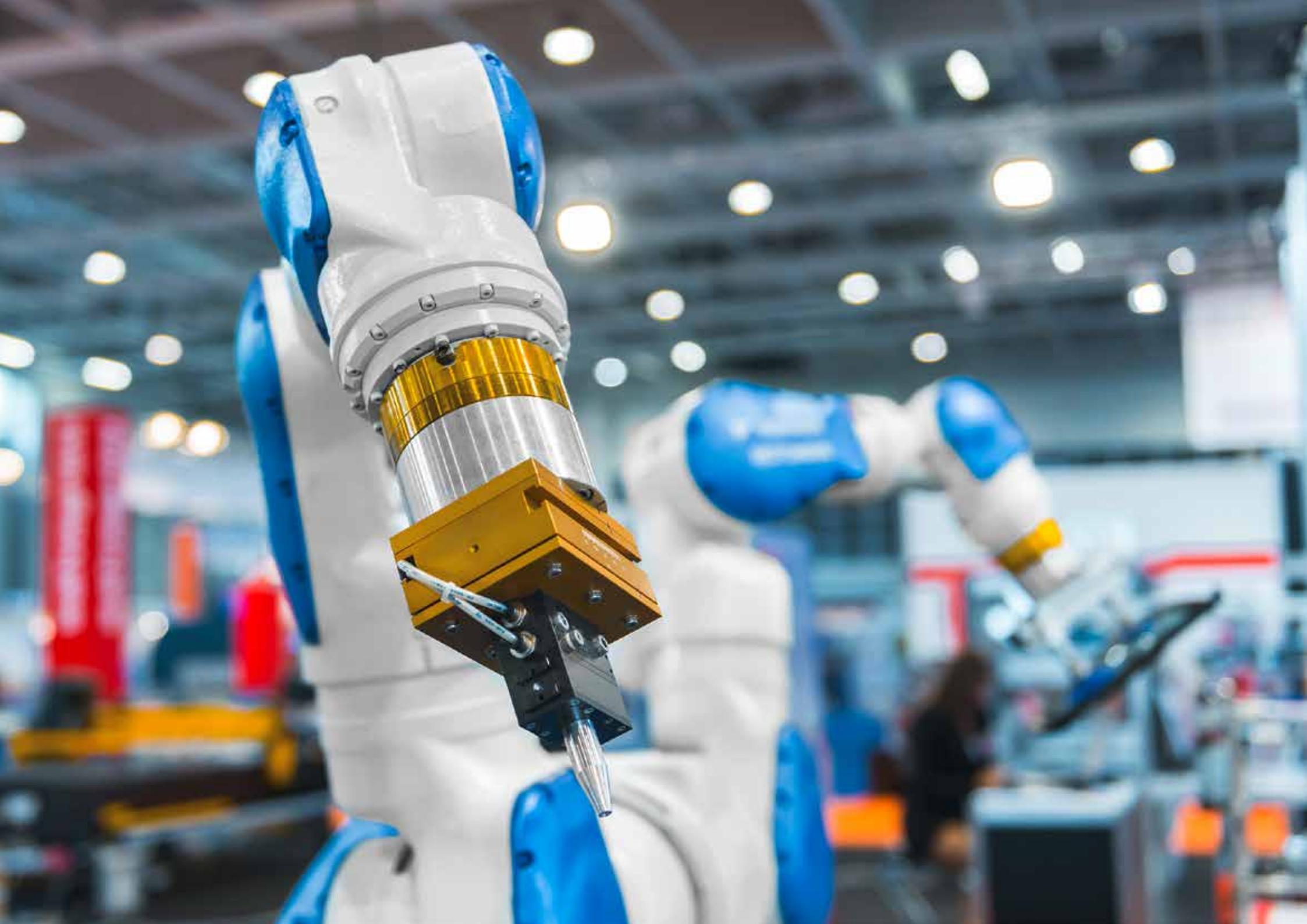
Zudem ermöglichte Pega Cloud den TransCelerate-Mitgliedsunternehmen die Kosten zu senken, die Sicherheit zu erhöhen und die Markteinführung zu verkürzen. TransCelerate hat unter seinen Mitgliedern Vertrauen aufgebaut und erweitert die Plattform zügig.

„Die Business-Process-Management-Software von Pega funktioniert wirklich einwandfrei.“

Head Comparator Network,
TransCelerate BioPharma Inc.

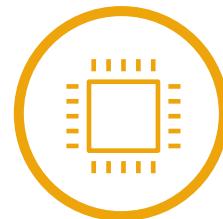


TransCelerate BioPharma Inc. ist ein gemeinnütziges Unternehmen, das die Zusammenarbeit in der biopharmazeutischen Forschung und Entwicklung fördert will. Dazu werden Lösungen identifiziert, priorisiert, entwickelt und in der Implementierung unterstützt, um neue Medikamente effizient, effektiv und in hoher Qualität bereitzustellen und dadurch die Gesundheit von Menschen in der ganzen Welt zu verbessern.



FERTIGUNG & HIGHTECH:

VORWORT DES VORSTANDS



Die Hersteller erleben den einschneidendsten Wandel in der Industriegeschichte – weg vom Verkauf von Produkten hin zum Verkauf von Services. In einer zunehmend digitalen Geschäftswelt werden Fahrzeughersteller Mobilität verkaufen – und keine Autos. Hersteller von Datenübertragungs-Hardware werden Konnektivität verkaufen – und keine Infrastruktur. Schwermaschinenhersteller werden Leistung und Betriebszeit verkaufen – und keine Motoren oder Maschinen. Die neue Aufgabe liegt auf der Hand: eine Neudeinition des Geschäfts, um in dieser neuen Wirtschaftsordnung erfolgreich zu bestehen.

Inmitten dieser tektonischen Verschiebungen dürfen die Hersteller ihre alten Ziele nicht aus den Augen verlieren. Sie müssen dafür sorgen, dass ihre Lieferketten und Prozesse auf der ganzen Welt Qualitätsprodukte hervorbringen, und zwar ungeachtet sich immer schneller wandelnder Märkte und neuer Wertschöpfungsstrukturen. Und sie müssen weiter an der Optimierung der Kundenzufriedenheit und der Stärkung der Kundenbindung arbeiten – während der gesamten Dauer der Beziehung, seien es zwei Jahre oder zwei Jahrzehnte, und unabhängig davon, ob der Kunde in San Francisco, Singapur oder in der Schweiz sitzt.

Sensorgesteuerte Produkte, das Internet der Dinge (IoT), vorausschauende Analysen, vernetzte Plattformen und intelligente Automatisierung – nie standen den Herstellern mehr nutzbare Informationen zur Verfügung. Aber die Überwindung der digitalen Kluft verlangt, diese Möglichkeiten zu bündeln, eingefahrene geschäftliche Wege zu verlassen und schnell genug voranzukommen, um sich die schnelllebigen Chancen zunutze zu machen.

Pega steht als Partner an der Seite von Herstellern, Logistikunternehmen und Dienstleistungsanbietern in aller Welt, die ihre operativen und technologischen Fähigkeiten jetzt darauf konzentrieren müssen, Lösungen für dieses neue Zeitalter mit neuer Nachfrage und neuem Kundenverhalten zu entwickeln und anzubieten. Durch die Arbeit mit Pega können die Hersteller selbst erfahren, wie wertvoll Geschäftsmodelle sind, die auf dem Verbrauch und der Nutzung bestimmter Leistungen basieren („... as a service“). Sie nutzen neue Formen des Kundendialogs, reagieren auf Echtzeitdaten der Produktleistung und betreiben ein zunehmend agiles weltweites Geschäft. Im Zusammenhang mit den von ihnen hergestellten Produkten unterstützen wir sie dabei, völlig neue Partner-Ökosysteme zu entwerfen und zu entwickeln und einen vollkommen neuen – digital vernetzten – Kundenservice anzubieten.

Werfen Sie einen Blick auf die folgenden Fallstudien und erfahren Sie, wie Pega einige der bekanntesten Unternehmen bei der Suche nach neuen, profitableren – digitalen – Möglichkeiten des Geschäfts unterstützt hat. Wir wollen für unsere Kunden da sein – bitte schreiben Sie mir, wenn Sie Fragen haben: bruce.williams@pega.com.

Bruce Williams

Vice-President und Business Line Leader, Pegasystems



AUTOMATISIERUNG VON QUALITÄTSPROZESSEN

Geschäftsziele

- Bereitstellung einer einzigen Quelle für Überwachung der Zuständigkeiten für Qualitätsprüfungen und deren Ergebnisse
- Beschleunigung der Problemlösung und Gegenmaßnahmen
- Bessere Überwachung der Einhaltung von Qualitätsprozessen
- Mehr Verantwortung für Lieferantenqualität

Ergebnisse

- Verkürzung der Anwendungsentwicklungszeit um 73 % (von 52 Wochen auf 14 Wochen)
- Einsparungen von 6,6 Millionen Dollar innerhalb von fünf Jahren
- ROI von über 300 % innerhalb von fünf Jahren

-
- Über 12 Fertigungsstätten in Nordamerika
 - Tausende Arbeiter setzen die Mobile-App ein
 - Mit Inspektions-App Überwachung jedes einzelnen Bauteils
-

„Ich habe von Pega eine Menge erwartet, und diese Erwartungen wurden erfüllt.“

Vice-President, Quality Division eines Automobilgiganten



HERAUSFORDERUNG UND VISION: Stärkere Automatisierung von Qualitätsprozessen

Dieses Powerhouse der Automobilindustrie betreibt Fertigungsstätten in ganz Nordamerika. Ungeachtet der klaren Vorgaben erfolgte das Qualitätsmanagement an diesen Standorten sowie bei den Zulieferern dieses Autoherstellers noch größtenteils manuell. Die vorgesehenen Qualitätsprozesse waren in einer Reihe von Ordnern mit dokumentierten Prozessen niedergelegt, die zu Schulungszwecken und zum Nachschlagen dienten.

Der Hersteller wollte zentrale Qualitätsprozesse automatisieren und damit die Kontrolle verbessern, einen Prüfverlauf nachweisen und die Compliance-Berichterstattung unterstützen.

SO KONNTE PEGA HELFEN: Optimiertes Qualitätsmanagement mit Cloud-Apps

Gemeinsam mit Pega erstellte der Autohersteller ein Qualitätsmanagement-Informationsystem (QIMS). Das System sollte zunächst von zwei Anwendungen unterstützt werden: eine Anwendung zur Automatisierung der Zuständigkeiten für Qualitätsprüfungen sowie eine weitere Anwendung für Montagearbeiter zur Erkennung und Meldung von Problemen.

Die Anwendung zur Qualitätsprüfung nutzt Geschäftsregeln von Pega zur Erfassung und Zuweisung der entsprechenden Zuständigkeiten für die Prüfungen. Zuweisungen, Mitteilungen, Änderungen und Neuzuweisungen werden mit der Cloudanwendung von Pega 7 verwaltet.

Die Fließband-App verwaltet Mitteilungen an externe Lieferanten sowie an die interne Qualitätstechnik. Zur Kategorisierung der einzelnen Verstöße greift sie auf Pega-Geschäftsregeln zurück.

Im ersten Schritt führte Pega einen Workshop zur Methodenabstimmung durch. Obgleich das Unternehmen noch nicht mit einer agilen Methodik arbeitet, interessiert es sich für eine zügige iterative Entwicklung. Das von Pega geleitete und von Cognizant unterstützte Projektteam verwendete Direct Capture of Objectives (DCO), um Anforderungen und Ideen schnell an das Entwicklerteam weiterzuleiten.

RESULTAT:

Schnellere Problemlösung und besserer Compliance-Nachweis

Das Projektteam entwickelte die beiden Produktionsanwendungen parallel innerhalb von etwa 14 Wochen. Das bedeutete eine beträchtliche Verkürzung der Entwicklungszeit, da Systementwicklungsprojekte für den Hersteller typischerweise über ein Jahr dauerten.

Seit der Implementierung des QIMS Ende August 2015 kann das Unternehmen Qualitätsprozesse bei Lieferanten nachvollziehen, die Lösung von Problemen beschleunigen und Berichte zu Qualitätssicherung und Compliance erstellen. Darüber hinaus werden SLAs genutzt, um zeitnahe Antworten von den Beteiligten zu erhalten und die Prozessdauer zu erfassen.

Mit dem Erfolg dieses Projekts im Rücken hat das Unternehmen bereits zwei andere Pega-Projekte aufgesetzt und drei weitere Projekte in der Pipeline. In den nächsten Jahren sollen mindestens acht weitere QIMS-Projekte auf

Pega-Grundlage realisiert werden, um die Qualitätsprozesse bei Lieferanten weiter zu automatisieren.

GIGANT DER AUTOMOBILINDUSTRIE

Dieser Gigant aus der Automobilindustrie hatte sich vorgenommen, die Qualitätsprozesse in der Fertigung zu automatisieren, um sein schon legendäres Programm zur kontinuierlichen Verbesserung umzusetzen. Das neue automatische System für Überprüfung und Überwachung der Qualität bietet Fließbandarbeitern und externen Lieferanten wichtige Werkzeuge zur Messung der Qualität, zur beschleunigten Lösung von Problemen sowie zur Verbesserung der Nachvollziehbarkeit und Compliance.



SO WIRD MAN EIN ADAPTIVES UNTERNEHMEN

Geschäftsziele

- Übergang von einem produktorientierten zu einem lösungsorientierten Geschäftsmodell
- Umfassende Transparenz der weltweiten Logistikkette
- Schnelle und effiziente Durchführung von Änderungen der Serviceprozesse

Ergebnisse

- Schnellere Markteinführung (Tage statt Monate)
- Höhere Prozesseffizienz und besseres Benutzererlebnis
- Anstieg der Asset-Recovery-Rate von 91 % auf 94,7 %

„Wir sind absolut begeistert: Mit Pega können wir jetzt Geschäftsprozesse und -regeln verwalten und Änderungen flexibel umsetzen. Anhand der adaptiven Analysen erfassen wir die Wirksamkeit der Veränderungen und können die Geschäftsprozesse bei Bedarf anpassen.“

Director for Enterprise Architecture eines weltweit führenden Hightech-Unternehmens



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Digitalisierung des Unternehmens als Antwort auf den kontinuierlichen Wandel

Angesichts des umfassenden Wandels der Geschäftsmodelle, Technologien, Märkte und Wettbewerber - und mit dem Wunsch, von einem Unternehmen für „Produkte und Dienstleistungen“ zu einem Unternehmen für „IT-Lösungen“ zu werden - musste sich dieses weltweit führende Hightech-Unternehmen als adaptives Unternehmen neu aufstellen. Möglich werden sollte dies mit Prozessen, die den Wandel begleiten, und einer robusten Geschäftsinformationsarchitektur. Das Unternehmen brauchte auch eine „schnelle IT“, um Änderungen im Gleichklang mit dem Geschäft vornehmen zu können.

Die weltweite Service-Logistikkette hing allerdings von isolierten ERP-Systemen und manuellen Prozessen ab. Der 8 Milliarden Dollar schwere Geschäftsbereich Global Service Logistics and Operations ist verantwortlich für die Auslieferung von insgesamt 900.000 Ersatzteilen aus 1.400 Lägern. Dabei hängt er von verschiedenen isolierten Anwendungen für Workflow-Management, Regel-Management, Prozessautomatisierung, Prozessabwicklung, Entscheidungsfindung und Analyse ab.

Ziel des Unternehmens war es, die Prozesse seiner weltweiten Service-Logistikkette vollständig transparent zu machen. Um dies zu erreichen, wechselte das Unternehmen zu einer intelligenten Business-Process-Management-Plattform, die als einheitlicher Business-Layer fungiert.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Mehr Flexibilität durch Stärkung des Geschäfts und Vereinfachung der IT

Wegen der Geschwindigkeit und der Reaktionsfähigkeit im Zusammenhang mit Änderungen fiel die Entscheidung zugunsten von Pega. Das Unternehmen setzte Pega als Geschäftsregel-Management-System für alle Anwendungen und Prozesse seiner weltweiten Service-Logistikkette ein.

Den Benutzern steht jetzt ein zentrales Dashboard zur Verfügung, das auf ihre Aufgabe im Unternehmen zugeschnitten ist. Sie haben einen Gesamtüberblick sowie eine konsistente Sicht auf das Geschäft und können sich Echtzeit-Informationen aus Backoffice-Systemen sowie ERP-Lösungen anzeigen lassen.

Das Unternehmen implementierte darüber hinaus eine regelgesteuerte Engine für Asset Recovery, ausnahmebasiertes Bestellmanagement und Eskalationsmanagement, um Bestellausnahmen, die das Kundenerlebnis beeinträchtigen könnten, auf ein Minimum zu reduzieren.

Mit Pega können Geschäftsregeln und Richtlinien mit minimaler Unterstützung durch die IT verwaltet werden. Da die Benutzer die Auswirkungen von Änderungen im Vorfeld simulieren können, lassen sich Änderungen auch ad hoc vornehmen. Anhand adaptiver Analysen können sie auch die Wirksamkeit neuer Prozesse einschätzen und diese bei Bedarf anpassen.

RESULTAT:

Mehr Transparenz und schnellere Anpassung durch Digitalisierung

Die gesamten Service-Standardkennzahlen des Unternehmens – Effizienz, Geschwindigkeit,

Kosten, Benutzererfahrung, Geschäftsrisiko – bewegen sich in die richtige Richtung.

Die Realisierungszeit für neue IT-Funktionen ist dramatisch von zuvor drei bis sechs Monaten auf jetzt zwei bis vier Wochen zurückgegangen. Zahlreiche Funktionen konnten sofort eingesetzt werden. Das Unternehmen entwickelte auch ein zentrales Kompetenzzentrum mit einem wachsenden Bestand von über 20 mit Pega entwickelten wiederverwendbaren Komponenten.

Da Pega in der Cloud läuft, sind die Infrastrukturkosten gesunken. Die weltweite Einführung innerhalb von nur vier Monaten brachte enorme Produktivitätsgewinne.

Die Asset-Recovery-Quote des Unternehmens stieg von 91 % auf 94,7 %. „Pegas Build-for-Change-Konzept und die Verpflichtung zu einer agilen Methodik hat die Umsetzungszeit von einigen Monaten auf wenige Tage reduziert. Das entspricht Effizienzeinsparungen in Höhe von 1,4 Millionen Dollar“, ist der Verantwortliche für Business Technology des Bereichs Global Service Logistics and Operations des Unternehmens begeistert. „Zu den jährlichen operativen Verbesserungen gehören 1,3 Millionen Dollar weniger Frachtkosten, 120 Millionen Dollar für die Wiedergewinnung von Ersatzteilen sowie weitere 8 Millionen Dollar durch neue Fakturafunktionen.“

WELTWEIT FÜHRENDES HIGHTECH-UNTERNEHMEN

Dieser weltweit führende Netzwerkanbieter mit einem Umsatz von 50 Milliarden Dollar will die Art und Weise transformieren, wie Menschen sich verbinden, miteinander kommunizieren und zusammenarbeiten. Das Unternehmen hat mehr als 70.000 Beschäftigte in 400 Niederlassungen in über 120 Ländern und entwickelt und vertreibt Produkte, bietet Dienstleistungen und liefert integrierte Lösungen für die Entwicklung und Anbindung von Netzwerken auf der ganzen Welt.



ZUKUNFTSSICHERES OUTAGE-MANAGEMENT

Geschäftsziele

- Verstärkte Zusammenarbeit der Prozessbeteiligten bei Outages
- Verbesserung der Termintreue, um Kundenerwartungen zu erfüllen
- Umfassende Transparenz für die Geschäftseinheit
- Entwicklung einer Plattform für die künftige Transformation/Digitalisierung

Ergebnisse

- Zentrale Informationen zur Outage-Planung
- Durchgängige Transparenz
- Geringere Compliance-Kosten
- Möglichkeit künftiger Prozessanpassungen

-
- Integration von Daten aus SAP, Salesforce.com, PrimaVera, lokalen Quellen
 - Zeitzonenumabhängiges Case Management rund um die Uhr
 - Maximale Erweiterbarkeit, Kostenkontrolle, Wiederverwendung
-

„Pega ist für unsere digitale Transformation ein strategischer Partner ... Pega gibt uns die Flexibilität und Agilität, die wir zur Unterstützung unserer globalen Vorhaben über zahlreiche Zeitzonen und Regionen hinweg brauchen.“

Lead Project Manager eines weltweit führenden Herstellers von Energieerzeugungsanlagen



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Entwicklung einer zentralen Plattform für geplante Outages

Das Unternehmen ist weltweit führend, wenn es um hohe Zuverlässigkeit und die optimale Leistung rotierender Stromerzeugungsanlagen bei Versorgern, in der Öl- und Gasbranche sowie in der industriellen Verarbeitung geht.

Dennoch hat die Planung und Durchführung regelmäßig notwendiger Outages (Abschaltungen) von Turbinen in Kraftwerken der Kunden bis zu anderthalb Jahre gedauert. Weil Informationen zu Outages über verschiedene Systeme und Länder hinweg verstreut waren, bereitete es Schwierigkeiten, wichtige Daten zusammenzutragen und Statusaktualisierungen zu managen. Der Zugriff auf kohärente, zuverlässige Daten durch die Verantwortlichen würde das Outage-Management effizienter machen, und die Energiepartner wären zufriedener.

2015 startete das Unternehmen eine aggressive Offensive zur Steigerung der Kundenzufriedenheit durch bessere Einhaltung von Terminen, vollständige Transparenz und Effizienz des Outage-Managementprozesses. Im Rahmen der angestrebten Lösung wurde eine Dashboard- und Management-Plattform implementiert, die die komplexe Abwicklung geplanter Outages auf globaler Ebene ermöglicht.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Vereinheitlichung einer bunten Systemlandschaft durch eine agile Plattform

Nach Erwägung verschiedener Anbieter entschied sich das Unternehmen für Pega, weil Pega in der Lage war, das angestrebte weltweite Case-Management-System zu entwickeln. Das entscheidende Argument war, dass Pega die weit verstreute, unzusammenhängende, schwierig zu verwaltende und inkonsistente Systemlandschaft in einer einzigen, kosten-effizienten und agilen Plattform konsolidieren konnte.

Die agile Methode öffnete dem Unternehmen einen schnellen Weg zur Implementierung, Kontrolle und Begrenzung ständiger Erweiterungen und der damit verbundenen Kosten – alles zentrale Ziele des Unternehmens.

Mit der Pega 7-Plattform konnte das Unternehmen die Ressourcen von Salesforce.com, SAP und anderen Bestandsanwendungen integrieren. Die Case-Management-Funktionen von Pega bildeten den Rahmen für die Entwicklung von Geschäftsregeln zur Bewältigung verschiedener Outage-Szenarien, und Pega 7 Cloud garantierte dem Unternehmen die permanente Verfügbarkeit kritischer Betriebs- und Supportleistungen über alle Zeitzonen hinweg.

RESULTAT:

Geringere Kosten und transparenteres Outage-Management

Inzwischen ist die neue weltweite Case-Management-Plattform in Betrieb und fasst kritische Informationen in Bezug auf das Outage-Management aus den verschiedenen verteilten Systemen des Unternehmens zentral zusammen. Das Case-Management-Dashboard bietet die nötige Transparenz für eine effiziente Planung und Durchführung von Outages, und zwar unabhängig von Zeitzone und Standort des Projektmanagers.

Einer der wichtigsten Vorteile sind die Einsparungen durch Vermeidung von Vertragsstrafen im Zusammenhang mit Datenfehlern bei der Planung und Aufhebung von Outages. Strafen richten sich konkret nach den Service-Levels der jeweiligen Kunden. Sie können sich ohne Weiteres auf einige Hunderttausend Euro belaufen.

Künftig wird das Unternehmen die Lösung vor allem dank den integrierten Funktionen der zugrundeliegenden Pega-Architektur an einzelne Produktlinien und Regionen anpassen und damit auf sich ändernde Markt- und Behördenanforderungen eingehen können.

WELTWEIT FÜHRENDER HERSTELLER VON ENERGIEERZEUGUNGSANLAGEN

Elektrifizierung, Automatisierung und Digitalisierung sind der Geschäftsfokus dieses globalen Service-Powerhouse. Als einer der weltweit größten Hersteller von energieeffizienten, ressourcensparenden Technologien liefert das Unternehmen Systeme für Energieerzeugung,-übertragung und medizinische Diagnose.



BPO STÄRKT KUNDENSERVICE

Geschäftsziele

- Verbesserung des Kundenservice
- Verkürzung der Gesamtbearbeitungszeiten
- Verbesserung der Qualitätsbewertungen der Kundenbetreuer
- Verstärkte Nutzung von Up- und Cross-Selling-Möglichkeiten

Ergebnisse

- 40 % kürzere durchschnittliche Bearbeitungszeit
- Steigerung der Qualitätsbewertung von 94 % auf 96 %
- Steigerung der Kundenzufriedenheit von 91 % auf 99 %

„Pega Robotic Automation bietet für die Dashboard-Anzeigen der Agenten ausgezeichnete Optionen, während andere Anwendungen im Hintergrund laufen. Damit können sich die Agenten besser auf die vorliegenden Aufgaben konzentrieren, und der Kunde erlebt einen besseren Service am Telefon.“

Director of Customer Care eines führenden nationalen Anbieters von Business Process Outsourcing



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Im Mittelpunkt steht nicht der Prozess, sondern der Kunde

Bei diesem führenden Geschäftsprozess-Outsourcing-Anbieter waren die Servicemitarbeiter auf separate Anwendungen und Websites von Kunden, Partnern und isolierte interne Systeme angewiesen. Bei der Abwicklung von Anrufen waren deshalb manuelle Prozesse und redundante Schritte nötig. Die CSRs mussten sich dabei manchmal stärker auf die Navigation konzentriert als auf den Kundenservice. Verschiedene Systeme erhöhen auch das Fehlerrisiko. Den Mitarbeitern fehlte ganz einfach eine umfassende Sicht auf die Kundendaten, um effizient auf (Service)-Anfragen reagieren zu können.

„Um unsere führende Position zu behalten und unseren Kunden einen besseren Service anzubieten, waren Veränderungen notwendig“, meint der Director of Customer Care des Unternehmens.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Bessere Daten und intelligente Führung für einen besseren Service

Mit Pega wurde die erste Roboterautomatisierung innerhalb von drei Wochen entwickelt und nach einer kurzen Testphase eingesetzt. Der Geschäftsbereich führte die Lösung teamweise ein und arbeitete dabei mit ungeschulten Agenten, um einen direkten Vergleich zu haben zwischen der neuen und der alten Geschäfts-methode.

Pega Robotic Automation konnte leicht an die verschiedenen vom Unternehmen genutzten Anwendungen und Websites angepasst werden, die von Kunden, Lieferanten und aus dem eigenen Haus stammten. Das flexible Design der Lösung ermöglichte es dem Entwicklungsteam des Unternehmens, mit der richtigen Abfolge der Workflows und den für die Agenten wichtigsten Daten zu experimentieren. Das Ergebnis: Eine umfassendere Sicht auf die Kundendaten und die Möglichkeit für die Agenten, auf die richtigen Informationen zur richtigen Zeit zuzugreifen.

Die Lösungsberater von Pega boten beim Ersteinsatz der Lösung Unterstützung vor Ort an. Damit erhielt das Entwicklerteam des Unternehmens aus erster Hand Anleitung und Beratung sowie Tipps für die Entwicklung künftiger Lösungen.

RESULTAT:

Schnelle Erfüllung der Sollvorgaben zu Schlüsselkennzahlen und Zufriedenheitsbewertungen

Das Unternehmen konnte die Schulungszeit für neue Agenten um ganze 1,5 Tage senken – bei einer Verkürzung der Übergangs- und Anlaufzeit bis zum Erreichen der Schlüsselkennzahlen von fast 25 %. Das Unternehmen hat bereits damit begonnen, Pega Robotic Automation in anderen wichtigen Kundenkontaktzentren einzusetzen. Bis heute konnte es über 30 Roboterautomatisierungen entwickeln, die auf Tausenden Agenten-Desktops eingesetzt werden. Jetzt plant es die Entwicklung von einem Dutzend weiterer Anwendungen innerhalb der nächsten

sechs Monate. Die agile Methode von Pega ist auch bei kleineren Projekten zur Standardvorgehensweise geworden, wie etwa bei der Bereitstellung einer umfassenden 360-Grad-Sicht auf den Kunden, die eine intelligente Lenkung der Agenten zur Verbesserung des Up-Sellings umfasst. Das Unternehmen will Pega jetzt auch in anderen Abteilungen einsetzen, z. B. im Kundenservice und im Rechnungswesen. Das Unternehmen setzt weiterhin Fokusgruppen ein, um die Benutzerfreundlichkeit zu verbessern und neue Automatisierungsmöglichkeiten zu identifizieren.

FÜHRENDER NATIONALER ANBIETER VON BUSINESS PROCESS OUTSOURCING

Dieser Anbieter von Business Process Outsourcing (BPO) unterstützt Spitzunternehmen bei der Optimierung ihrer Geschäftsabläufe durch strategisches Marketing und Business Intelligence. Das Unternehmen bietet eine zuverlässige Kundenbetreuung zur Unterstützung von Millionen Kundenkarten, die jährlich im Namen seiner großen Unternehmenskunden bearbeitet werden. Sein Kundenbetreuungszentrum wickelt jährlich über drei Millionen Anrufe ab.



GARANTIEPROGRAMM SPART OEM-UNTER- NEHMEN 53 MILLIONEN DOLLAR IM JAHR

Geschäftsziele

- Entwicklung eines einheitlichen globalen Garantieprogramms
- Senkung der Kosten für Garantieansprüche
- Minimierung betrügerischer Ansprüche und korrekte Abwicklung berechtigter Ansprüche
- Senkung der Kosten für Wartung und IT-Support

- Rollout an 12.000 Händler weltweit
- Unterstützung von mehr als 150 DMS weltweit
- Abwicklung von über 18 Millionen Ansprüchen jährlich

Ergebnisse

- Um einen Faktor vier schnellere Ausführung
- 53 Millionen Dollar Einsparungen im operativen Betrieb und bei Ansprüchen
- Höhere Genauigkeit bei Ansprüchen
- Neue Sicht auf systematische Qualitätsprobleme

„Jeder Tag, den wir eher über Probleme informiert sind, verkürzt die Zeit mangelhafter Produktion. Und mit jedem solchen Tag sind gewaltige Kosteneinsparungen verbunden. Mit unserem neuen System konnten wir einen Ingenieur mit einem Händler, mit einem Techniker und mit einem Fahrzeug mit genau dem gleichen Problem verbinden, und zwar in dem Moment, in dem das Problem im Servicebereich erfasst wurde.“

Global Strategy Manager eines führenden US-Automobilherstellers



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Optimierung der Geschäftsprozesse und geringere Kosten durch globale Garantie-Lösung

Dieser OEM-Lieferant aus der Automobilbranche wollte die Gesamtkosten reduzieren und gleichzeitig die Nachvollziehbarkeit, Genauigkeit und Flexibilität seiner Garantieabläufe verbessern. Das Unternehmen schätzte, dass 8 bis 10 % seiner jährlichen Garantieausgaben (17 bis 19 Millionen Dollar) auf fehlerhafte oder betrügerische Ansprüche zurückgingen und 10 bis 12 % der Garantieansprüche nicht korrekt bearbeitet wurden.

Dem Unternehmen war klar, dass sich mit der bestehenden Umgebung (aus elf verschiedenen Systemen in vier Regionen und 29 Sprachen) auf keinen Fall die angestrebten korrekten und konsistenten Ergebnisse erzielen lassen würden.

Der Hersteller wollte seine 30 Jahre alte Garantie-Lösung durch ein System ersetzen, das anhand eines einzigen zentralen Satzes von Geschäftsregeln als weltweiter Standard gilt. Mit dem System sollten Bearbeitungskosten gesenkt, betrügerische Ansprüche minimiert, begründete Ansprüche ordnungsgemäß bearbeitet und die von Lieferanten erstatteten Beträge gesteigert werden.

Ebenso wichtig: Das System sollte durch Zugang zu den kompletten Reparaturdaten, die vom bestehenden System auf 250 Zeichen beschränkt wurden, systemimmanente Qualitätsprobleme erkennen.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Weltweite Geschäftsregeln zur Verbesserung des Garantieprozesses

Das Unternehmen entschied sich zur Unterstützung der globalen Garantie-Lösung in erster Linie deshalb für Pega, weil Pega führend ist in den Bereichen iBPMS, Skalierbarkeit und Flexibilität. Die vorherige Entwicklung eines Garantierahmens für die Versicherungsbranche durch Pega gab dem OEM die gewünschte Starthilfe.

Als Grundlage für die neue Garantie-Plattform implementierte Pega einen weltweit geltenden zentralen Regelsatz für die Bearbeitung von Ansprüchen sowie lokale Regelsätze für die Berücksichtigung regionaler Anforderungen.

Zur Erstellung des zentralen Regelsatzes migrierte Pega bestehende Regeln aus der Bestandsumgebung des Herstellers auf die Pega-Plattform, konsolidierte sie und führte komplexere Regeln ein, die in der alten Umgebung nicht möglich waren. Mit diesen Verbesserungen kann das Unternehmen Garantieansprüche genauer, konsistenter und schneller bearbeiten.

Der OEM will das globale Garantiesystem nicht nur dafür nutzen, Händler für erbrachte Garantieleistungen zu bezahlen, sondern auch seine Ingenieure über potenzielle Probleme an der Fertigungsstraße zu informieren.

RESULTAT:

Mehr Flexibilität und Transparenz bei geringeren Gesamtkosten

Mit dieser globalen Garantie-Lösung kann sich das Unternehmen wesentlich schneller an

geänderte Bedingungen im Geschäftsumfeld anpassen. „Die Lösung ermöglicht eine flexible Abwicklung von Ansprüchen und eine genauere Kontrolle sowie die Implementierung komplexerer Änderungen“, meint ein IT-Manager dieses Herstellers.

Die Konsolidierung der Regeln hat die Bearbeitungszeit um den Faktor vier verringert. Durch bessere Kontrollen bei Erstellung neuer Regeln und Prozesse und optimierte Kostenkontrollen sowie frühzeitige Erkennung unberechtigter Zahlungen konnte das Unternehmen erhebliche Einsparungen bei den Garantiekosten erzielen. Die strengeren Kontrollen und die geringere Fehlerquote bei Ansprüchen führten zu Einsparungen in Höhe von etwa 53 Millionen Dollar.

Wie erhofft, hat der bessere Zugang zu korrekten und konsistenten Daten den Hersteller in die Lage versetzt, systematische Qualitätsmängel schneller zu erkennen und schneller darauf zu reagieren.

FÜHRENDER US-AUTOMOBILHERSTELLER

Ein weltbekannter Automobilhersteller mit über 200.000 Mitarbeitern, 70 Fertigungsstätten weltweit und fast 12.000 Händlern. Das Kerngeschäft des Unternehmens umfasst Entwicklung, Produktion, Vermarktung und Service für ein komplettes Spektrum an PKW, LKW und SUV sowie Luxuslimousinen.



PRO CUSTOMER DECISIONING HUB

Geschäftsziele

- Entwicklung einer Kundenplattform der nächsten Generation zur Nutzung LTE-vernetzter Fahrzeuge
 - Bereitstellung eines modernen Fahrzeug-Sicherheits- und Konnektivitätssystem für Abonnenten
 - Bereitstellung einer Service-Schnittstelle für Web-Dienste und -Anwendungen für Abonnenten
-
- 5.000 Kundenberater weltweit in Q4 2016
 - Weiterleitung von über 100.000 Notrufen pro Monat (Nordamerika)
 - Über sieben Millionen Abonnenten

Ergebnisse

- 1,5 % höhere Abonnentenbindung in den ersten sechs Wochen
- Jährliche Mehreinnahmen in Höhe von 33 Millionen Dollar erwartet
- Spontane Aktualisierungen (nicht quartalsweise oder halbjährlich)

„Wir können die Reaktion für die einzelnen Kanäle individuell einstellen und machen unsere Berater dadurch wirklich flexibel.“

Manager, Enterprise Decision Management Group,
führender US-Automobilhersteller



HERAUSFORDERUNG UND VISION:

Optimaler Service für unsere Abonnenten in aller Welt

Der von einem führenden US-Automobilhersteller angebotene vernetzte Service benötigte für seine Abonnenten eine leistungsfähige Plattform der nächsten Generation, eine Plattform, die eine globale Umsetzung einfach und effizient unterstützen würde. Die bestehende Technologie war für die Berater zu kompliziert, die Wartung teuer. Der Automobil-OEM erkannte, dass lange Antwortzeiten der Berater eine der Hauptursachen dafür war, dass Abonnenten ihr Abo nicht verlängerten.

Mit der Einführung von Neufahrzeugen mit LTE-Netzanzbindung stand man vor der Herausforderung, die Vielzahl neuer Funktionen, Produkte und Services unterstützen zu müssen, die diese neue Technologie begleiteten. Damit erweiterte sich das Produkt- und Servicespektrum des Unternehmens beträchtlich.

Das Unternehmen nutzte diese Gelegenheit, um das wenig leistungsfähige Contact-Center-Entscheidungsmodell mit nur einem einzigen Kanal abzuschaffen und durch eine eigenständige Entscheidungs-Engine abzulösen, die die Funktionen auf allen Kanälen bereitstellt, auf denen Abonnenten mit dem Unternehmen in Kontakt treten – Contact-Center, Web-Self-Service, Mobil-App sowie die In-Car Head Unit.

SO KONNTE PEGA HELFEN:

Standardfunktion als strategischer Ausgangspunkt

Dieser führende Automobilhersteller entschied sich nach eingehender Prüfung von Anforderungen, ROI-Modellen und

Technologiebewertungen für die Lösung von Pega. Das Team erkannte den strategischen Vorteil der einsatzbereiten Standardfunktionen von Pega. Man wollte keine großen Anpassungen vornehmen, um das System einfach warten zu können. Die vom Unternehmen gewählte Pega-Lösung nutzt neben Visual Insights Discovery den Visual Business Director und integriert Next-Best-Actions, vorausschauende und adaptive Analysen sowie Entscheidungsinstanzen.

Von Beginn an konzentrierten sich die Mitglieder des Projektteams auf den Geschäftsverantwortlichen und behielten diesen Fokus während des gesamten Projekts bei. Über ein zentrales Dashboard zum Lieferstatus wurden sämtliche Schritte über alle Phasen hinweg verfolgt. So hatten das Entwicklerteam und die Produktverantwortlichen tägliche Einsatzbesprechungen, um auf Kurs zu bleiben.

Wenn sich jetzt ein Kunde über einen beliebigen Kanal an den Service wendet, nutzt der Pega Customer Decision Hub unabhängig vom Kanal bestimmte Regeln, Predictive Intelligence und maschinelles Lernen, um die Next-Best-Action für konsistente und relevante Umsätze (auch durch Cross-Selling) sowie Kundenbindung zu definieren.

RESULTAT:

Mehr Flexibilität und Transparenz bei geringeren Gesamtkosten

Der Hersteller übernahm den Customer Decision Hub und machte ihn zur zentralen Schaltstelle für den Kundenservice. Dabei legten Pega und der Automobilhersteller gemeinsam die Kriterien fest, die in die zugehörigen Entscheidungsprozesse einfließen sollten –

von der ersten Anmeldung über die Festlegung der Fahrzeugkonfektionierung bis hin zum Ende der Fahrzeugnutzungsdauer. Rufweiterleitungsregeln, die bis dahin in drei verschiedenen Systemen enthalten waren, wurden ebenfalls in einer einzigen zentralen Entscheidungsstelle zusammengeführt.

Mit dem Pega Customer Decision Hub und der Pega-Plattform nehmen die Entwicklerteams des Autoherstellers jetzt Änderungen spontan vor und sind nicht länger an ein nur alle vier bis sechs Monate erfolgendes Major Release gebunden. Den Abonnenten werden die Verbesserungen je nach Bedarf schrittweise angezeigt. Und die Serviceteams machen sich die Rechenleistung der LTE-Fahrzeugflotte des Herstellers zunutze.

Kürzlich überprüften interne Teams des Unternehmens zentrale Kennzahlen zum Customer Value Management. Das Ergebnis? Erwartete jährliche Mehreinnahmen von 33 Millionen Dollar durch verbesserte Abschlüsse, Gewinnmargen, längere Kundenzyklen bei neuen Abschlüssen sowie geringere Margenverwässerung.

FÜHRENDER US-AUTOMOBILHERSTELLER

Einer der drei großen Automobilhersteller aus Detroit mit über 200.000 Mitarbeitern und Niederlassungen in 157 Ländern. Dieses Tochterunternehmen aus der Automobilbranche bietet sieben Millionen Kunden fahrzeuggebundene Services in den Bereichen Sicherheit, Kommunikation, Navigation und weltweite Ferndiagnose auf Abonnementbasis an.

INHALT

CLIENT LIFECYCLE MANAGEMENT

| | |
|----------------------|----|
| Europäische Großbank | 38 |
| Markit | 42 |

CLOUD

| | |
|--|-----|
| Gigant der Automobilindustrie | 104 |
| Britischer Versorger | 24 |
| C3i Healthcare Connections | 90 |
| Weltweit führendes Hightech-Unternehmen | 106 |
| Weltweit führender Hersteller von Energieerzeugungsanlagen | 108 |
| Globaler Medizingerätehersteller | 94 |
| MGen | 68 |
| Öl- und Gasriese | 26 |
| Royal Bank of Scotland | 46 |
| TransCelerate | 100 |
| Xchanging | 84 |

CUSTOMER DECISION HUB

| | |
|---|-----|
| CSAA | 78 |
| EE | 6 |
| Weltweit führendes Hightech-Unternehmen | 106 |
| Royal Bank of Scotland | 46 |
| Sprint | 12 |
| TalkTalk | 14 |
| Führender US-Automobilhersteller | 114 |

KUNDENSERVICE

| | |
|---|----|
| Aegon | 76 |
| Alere | 88 |
| Alfa-Bank | 30 |
| American Express | 32 |
| C3i Healthcare Connections | 90 |
| CSAA | 78 |
| Weltweit agierende Geschäftsbank | 34 |
| Health Alliance Plan | 66 |
| Führendes Versicherungsunternehmen | 82 |
| MGen | 68 |
| TalkTalk | 14 |
| Telstra | 18 |
| Schwedischer Dachverband der Arbeitslosenversicherungen | 56 |
| Weltweit führendes Biotech-Unternehmen | 98 |
| U.S. Department of Veterans Affairs | 58 |
| UnitedHealthcare Global | 70 |

MARKETING

| | |
|----------------------------------|-----|
| Britischer Versorger | 24 |
| EE | 6 |
| Royal Bank of Scotland | 46 |
| Sprint | 12 |
| Führender US-Automobilhersteller | 114 |

OPERATIONS

| | |
|-------------------------------------|----|
| CareFirst | 62 |
| Globales Auftragsforschungsinstitut | 92 |
| Globaler Medizingerätehersteller | 94 |
| Pfizer | 96 |
| United HealthGroup | 72 |
| Xchanging | 84 |

PLATTFORM

| | |
|--|-----|
| Gigant der Automobilindustrie | 104 |
| California Franchise Tax Board | 50 |
| Weltweit führendes Hightech-Unternehmen | 106 |
| Weltweit führender Hersteller von Energieerzeugungsanlagen | 108 |
| Isbank | 36 |
| Gerichte von New Jersey | 52 |
| New South Wales Transport Management Centre | 54 |
| Öl- und Gasriese | 26 |
| Orange Business Services | 10 |
| Führender US-Automobilhersteller | 112 |
| TransCelerate | 100 |
| U.S. Department of Veterans Affairs | 58 |

ROBOTER-AUTOMATISIERUNG

| | |
|--|-----|
| BPO-Anbieter | 110 |
| Großer nationaler Telekommunikationsanbieter | 8 |
| Große US-Retail-Bank | 38 |
| Multinationale Bank | 44 |

VERTRIEBSAUTOMATISIERUNG

| | |
|-----------------------------------|----|
| Fallon Health | 64 |
| Globale Versicherungsgesellschaft | 80 |
| MGen | 68 |
| Telecom Italia | 16 |
| Vodafone Deutschland | 20 |



ÜBER PEGASYSTEMS

Pegasystems (NASDAQ: PEGA) entwickelt strategische Anwendungen für Vertrieb, Marketing, Service und Betrieb. Die Pega-Lösungen optimieren kritische Geschäftsprozesse, verbinden Unternehmen mit ihren Kunden kanalübergreifend und in Echtzeit und lassen sich schnell an neue Anforderungen anpassen. Zu Pegas Global 500-Kunden gehören viele der größten und fortschrittlichsten Unternehmen der Welt. Die Anwendungen von Pega lassen sich vor Ort oder in der Cloud nutzen. Sie bauen auf der einheitlichen Pega-7-Plattform auf. Mithilfe visueller Tools lassen sich dort Anwendungen einfach erweitern und ändern, um sie an die strategischen Geschäftsanforderungen der Kunden anzupassen. Pega-Kunden berichten, dass Pega die kürzeste Time-to-Value, eine extrem schnelle Bereitstellung, effiziente Wiederverwendbarkeit und weitreichende Skalierbarkeit bietet.

Weitere Informationen finden Sie unter WWW.PEGA.COM/DE