



Frost & Sullivan über Mercalis
Die Macht der Technologie nutzen, um
die Kundenbindung zu optimieren

Die 2011 in Deutschland gegründete AOK Nordost ist ein wichtiger Akteur in der Versicherungsbranche und betreut 1,8 Millionen Menschen. Mit über 5.000 Mitarbeitern widmet sich das Unternehmen der Bereitstellung umfassender Krankenversicherungslösungen und der Förderung des Wohlbefindens seiner Versicherten. Technologien die dazu beitragen können, die Kosten zu senken und gleichzeitig die Patientenerfahrung langfristig verbessern, stehen im Mittelpunkt. Denn damit kann ein tragfähiges Ökosystem für Gesundheitsdaten gelingen.

Das Contact Center ist in der Regel die erste Anlaufstelle für Kunden. Egal, ob die Anfragen von Patienten, Pflegern oder Familienmitgliedern kommen. Die Technologie für die Kundenbetreuung geht über das Contact Center hinaus. Sie umfasst auch Collaboration und Unified Communications. Auch Technologien für Telepräsenz, Diktieren, Video, Radio Frequency Identification (RFID) und Mobilität zählen dazu. Künftig können Organisationen verschiedene Kombinationen nutzen, um den Patienten mehr persönlichen Fernservice zu bieten. Die Vorteile entstehen durch fortschrittliche und integrierte Systeme. Hierfür bietet sich eine Partnerschaft mit einem Lösungsanbieter mit solchen Integrationsfähigkeiten und einer großen technischen Reichweite an.

Frost & Sullivan Perspektive

Die Macht der Technologie nutzen, um die Kundenbindung im Gesundheitswesen zu erhöhen Die Fokussierung auf die Gesundheitsreform in Verbindung mit der COVID-19-Pandemie hat Unternehmen im Gesundheitswesen unter Druck gesetzt.

Sie müssen sich weiterentwickeln und anpassen, teils mit knappen Ressourcen. Um diese Herausforderungen zu meistern, können Unternehmen mithilfe von Daten und Technologien ihre Abläufe verbessern, sowie datenbasierte Strategien entwickeln. Ein wichtiger Aspekt dabei ist die Kundenerfahrung (CX) zu optimieren.

Ein effektiver Technologieeinsatz führt zu einer höheren Interaktion mit Patienten, einer besseren Therapietreue und einer stärkeren Bindung an die Organisation. Das Wachstum der digitalen Tools im Gesundheitssektor unterstreicht die Bedeutung der

digitalen Transformation, Gesundheitsdienstleister, Versicherungen, Pharmaunternehmen und viele andere profitieren, wenn sie Kundeninteraktivität durch Online-Tools fördern. Auch Fernüberwachung, mobile Geräte und Telehealth-Strategien bringen große Vorteile. Viele der genannten Möglichkeiten sind bereits im Einsatz. Sie erhielten aber eine neue Dimension, als die Pandemie die physischen Interaktionen für Diagnosen, Behandlungen und klinische Studien digitalisierte.

Mit neuen Technologien geht aber auch mehr Komplexität einher. Daher verbessern führende Gesundheitsunternehmen auch das Kundenerlebnis, indem sie die Interaktionen effizienter, genauer und straffer gestalten. So bauen sie die Vorteile und das Versprechen der digitalen Gesundheitsversorgung weiter aus.

Marktübersicht

Personalisierung, Kommunikation, Dezentralisierung, Kollaboration. Das heutige Gesundheitssystem ist eine komplexe Matrix aus Fachleuten, großen und kleinen Krankenhäusern, Pharma- und Medizingerätefirmen, Versicherungen sowie Anbietern mit zahlreichen Netzwerken. In der gesamten Gesundheitsbranche werden derzeit Patientenakten in Papierform schnell in elektronische Gesundheitsakten (EHRs) digitalisiert. Außerdem generieren Geräte, Systeme und Apps in rasantem Tempo neue Daten und verbinden sich über das gesamte Ökosystem des Gesundheitswesens hinweg. Schätzungen zufolge benötigt ein durchschnittlicher Patient während eines Krankenhausaufenthalts neun bis zwölf verbundene Geräte.

Untersuchungen von Frost & Sullivan zeigen, dass der Absatz von persönlichen Mobile-Health-

(mHealth) und Wellness-Geräten von 524 Millionen Geräten im Jahr 2019 auf über 2,6 Milliarden im Jahr 2025 steigt.

Die Koordination dieser Daten war eine Herausforderung, da neue und alte Informationsströme selten plattform- und systemübergreifend integriert wurden. Innerhalb dieses Panoramas beobachtet Frost & Sullivan Innovationen, organisatorische Veränderungen, Personalisierung, Kommunikation, Dezentralisierung und die Zusammenarbeit in der Patientenversorgung. Zudem werden Fälle analysiert, die neue und alte Technologien kombinieren. Von der »Stimme des Kunden (VOC)« über die »Stimme des Mitarbeiters (VOE)« bis hin zu Omnichannel-Kundenengagement und proaktivem Kundenkontakt (PCC) – die Entwicklungen müssen mit den Trends in der Kundenbetreuung Schritt halten.

Datenflüsse und Kundenerlebnis



Die Abbildung zeigt die neuen und expandierenden Datenquellen über die Pflege- und Anbieterkanäle hinweg. Wenn diese Daten siloartig und unkoordiniert vorliegen, können sie ein Hindernis für effiziente Abläufe sowie frustrierend für den Kunden sein. Der Einsatz richtiger Tools und Lösungen gewährleistet jedoch optimierte Interaktionen für alle Beteiligten.

Firmenhintergrund: Mercialis (ehemals TrialCard)

Eine Tradition der Exzellenz: bessere Patientenerfahrung zu besserer Gesundheit

Seit seinen Anfängen vor mehr als 15 Jahren ist Mercialis ein Pionier der Branche. Das Unternehmen bietet digitale Lösungen für die pharmazeutische Industrie an. Es steht dabei stets an der Spitze der Innovation. Mercialis als führendes Unternehmen in seinem Bereich besitzt bereits elf US-Patente. Durch sein umfassendes Dienstleistungsangebot können Pharmaunternehmen ihre Patienten ansprechen, damit diese die richtige Medikation erhalten und einnehmen. Im Grunde spielt Mercialis die zentrale Rolle, den Zugang für Patienten zu den richtigen Medikamenten zu vereinfachen.

Mercialis e-Services Plattform



Zugang

- Unterstützung bei der Rückerstattung
- Rx-Management und Triage
- Überleitung der Pflege
- Schnellstart/Brücke
- Unterstützung für Verschreiber
- Navigationsdienste
- Medikamentenlogistik

Beteiligung

- Kostenbeteiligung
- Medizin und Pharmazie
- Benefits
- Gutscheine
- Freiverkäufliche Arzneimittel
- Patientenhilfsprogramm

Einhaltung & Engagement

- Klinische Unterstützung
- Von Patienten berichtete Ergebnisse
- Mobiles Engagement
- Einstellungs- und Verhaltenssegmentierung
- Tele-Detail und Tele-Promotion

Herausforderungen / Probleme

Mit der breiten Funktionspalette, wie in der obigen Abbildung dargestellt, unterstützt Mercalis nicht nur Patienten. Zu den Kunden gehören Kostenträger, Pharmaunternehmen, Medizintechnikfirmen, Diagnostiklabore und viele andere.

Während Mercalis weiterhin hervorragende Leistungen erbrachte, stellte das Unternehmen auch fest, dass der operative Druck durch das Geschäftswachstum zunahm. Aufgrund eines Großauftrags veranlasste das Unternehmen, neue Maßnahmen zu ergreifen. Ziel dabei war, die zusätzliche Arbeitslast und das Anrufvolumen entsprechend den Kundenerwartungen zu bewältigen. Das Mercalis-Betriebsteam wandte sich an das Management mit einer Liste neuer betrieblicher

Anforderungen. Mercalis musste dabei sicherstellen, dass die Zeit bis zur Problemlösung kurz ist und gleichzeitig die Lösung folgende Herausforderungen bewältigt:

- **Schnelle Weiterleitung** der richtigen Informationen an die Agenten, um die Probleme der anrufenden Patienten schnell zu lösen
- **Kürzere Antwortzeiten** und gleichzeitig erhöhte Antwortgenauigkeit
- Sicherstellen, dass die Lösung die Anruferinformationen durch die vollständige **Integration von Cisco-Telefonie und der Salesforce-Software** für das Kundenbeziehungsmanagement (CRM) ordnungsgemäß erfasst und nutzt.

Wettbewerbsvorteil

Das Managementteam von Mercalis wog seine Optionen ab und entschied sich für Bucher + Suter. Dieses Unternehmen war am besten geeignet, um die oben genannten Herausforderungen anzugehen.

Diese Faktoren waren entscheidend für die Wahl von Bucher + Suter als Partner:

- Technische Kompatibilität und Expertise mit Cisco- und Salesforce-Plattformen
- Erfahrung und Branchenstärke
- Starke Ressourcen und ein hervorragender Ruf in der Branche
- Beratungskompetenz
- Verfügbarkeit technischer Anlagen
- Reaktionsfähigkeit und Unterstützung
- Spezialisierung auf CTI-Integration mit Fokus auf Cisco
- Proof of Concept
- Fähigkeit, Fragen zu beantworten, sowie erfolgreiche Referenzprojekte

Durch den schlankeren Ansatz adressierte die Lösung von Bucher + Suter den Kern der übergreifenden Ziele von Mercalis: besserer Service durch ein kundenorientierteres, personalisiertes Erlebnis.

Lösung

Die Lösung von Bucher + Suter unterstützt spezifische Ziele wie geringere Wartezeiten, weniger Kundenwechsel und schnellere Problemlösungen. Langfristig bedeutete diese verbesserte betriebliche Effizienz, dass Mercalis das Geschäft ausbauen konnte, ohne dabei die Anzahl der Agenten im gleichen Maße erhöhen zu müssen.

Case Study



Ergebnisse

Mercalis hatte hohe Erwartungen an seinen Contact-Center-Betrieb. Diese konnte mit der Connects-Lösung von Bucher + Suter sogar übertroffen werden. Das Ziel von Mercalis: Die Wartezeit der Anrufer auf maximal 60 Sekunden reduzieren. Nach der Implementierung von Bucher + Suter sanken die meisten Anrufe jedoch auf eine durchschnittliche Antwortgeschwindigkeit (ASA) von fünf Sekunden. Dies entspricht einem Rückgang von 95 Prozent und ist somit ein schwer zu erreichender Benchmark für andere Unternehmen. Während die Anrufzeiten je nach Situation, Unternehmen und Branche stark variieren, ist die relative Verbesserung durch Mercalis von 25 Prozent ebenfalls beeindruckend: Die durchschnittliche Bearbeitungszeit (AHT) der Anrufe sank innerhalb des ersten Jahres von acht auf sechs Minuten. Eine weitere wichtige Verbesserung war die höhere Erstanruflösungsrate (FCR). Diese sowie die kürzere durchschnittliche Zeit bis zur Lösung und die gesteigerte Produktivität führten zu erheblich weniger Frustration – sowohl beim Anrufer als auch beim Agenten.

Bucher + Suter erreichte diese Ergebnisse mit Mercalis durch mehrere erweiterte Funktionen. Erkannte das System zum Beispiel die Telefonnummer des Anrufers, leitete es ihn automatisch an die Abteilung weiter, die

an dem offenen Ticket des Anrufers arbeitete. Auch ohne ein offenes Ticket konnte es den Anrufer mit jener Serviceleitung verbinden, die für das Konto des Anrufers am relevantesten war. Bei den meisten Anrufern verfügte bereits der erste Servicemitarbeiter über alle relevanten Informationen und Dateien. Dadurch war es deutlich seltener notwendig, Anrufer an andere Abteilungen weiterzuleiten. In den wenigen Fällen, in denen ein Agent einen Anruf weiterleiten musste, gab das System alle relevanten Informationen über den Anrufer sowie noch offene Probleme in Echtzeit an den zweiten Agenten weiter. Dies reduzierte erheblich den Zeitaufwand und die Frustration der Anrufer, die sonst ihre Identifikationsdaten und das vorliegende Problem erneut angeben müssten.

Neben der geringeren Kundenfrustration war auch das Feedback der Agenten äußerst positiv. Langfristig kann eine höhere Mitarbeiterzufriedenheit die Fluktuation verringern und die Kosten für den Austausch von Mitarbeitern senken. Darüber hinaus sind neue Agenten mit einem benutzerfreundlicheren und umfassenderen System schneller an Bord. Wenn Mercalis sein Geschäft mit neuen oder bestehenden Kunden ausweitet, kann es dies mit weniger Agenten tun. Dies wirkt sich direkt auf die Rentabilität dieser Expansion aus.

Spezifische Attribute und Werkzeuge, die Bucher + Suter zur Verfügung stellte, um diese Vorteile zu ermöglichen:

- Die Fähigkeit, umsetzbare Informationen für Agenten und Vorgesetzte anzuzeigen
- Optimierte Informationsdarstellung
- Beschleunigte Patientenidentifikation im Mercalis-System
- Verbesserte Gesprächsaufzeichnung für Überwachung und Coaching
- Bessere allgemeine Informationsverwaltung
- Verbessertes Agenten-Login und bessere Benutzeroberfläche (UI) mit Salesforce
- Automatisierte Programm-Releases, Upgrades und Patches
- Sehr positives Feedback von Agenten und Supervisoren bezüglich der Verwendung des Toolsets



Nächster Schritt

Wenn auch Sie bereit sind, das Beste aus ihrem Servicecenter herauszuholen, zögern Sie nicht uns zu kontaktieren. **Wir sind bereit, wenn Sie es sind! info@bucher-suter.com.**

