

CSS Versicherung AG

Case Study

Referenzprojekt: CSS Versicherung AG

Die CSS Versicherung AG, eine Tochtergesellschaft der CSS Gruppe, hat Ihren Hauptsitz in Vaduz (Liechtenstein). Als eigenständiges und vollwertiges Versicherungsunternehmen untersteht die CSS Versicherung AG in dieser Konstellation unter einer Überwachung durch die Liechtensteiner Finanzmarktaufsicht und die Produkte unterliegen der deutschen Gesetzgebung. Als Komplettanbieter ist die CSS sowohl im Bereich der gesetzlichen Basisversicherungen als auch im Bereich der Zusatzversicherungen tätig. Die neue CSS Gruppe zählt nunmehr 1,62 Millionen Versicherte und weist bei einem Prämienvolumen von 4,6 Milliarden Franken (= 2.83 Mrd. Euro) einen Marktanteil von 18 Prozent aus.

HERAUSFORDERUNG

Seitens der CSS Versicherung Deutschland sind verschiedene Anpassungen und Erweiterungen im Internetauftritt geplant wie auch die Implementierung eines Extranets. Die CSS wünscht, dass der Tarifrechner und die Navigationstruktur für den Webauftritt an die neue Marketing-Strategie angepasst werden. Hier ist geplant die Ausrichtung nach Zielgruppen vorzunehmen und den bestehenden Tarifrechner für die Zielgruppe „Familie“ zu erweitern. Die Darstellung des Ergebnisses erfolgt kumuliert „für die ganze Familie“. Alle Ergebnisse werden untereinander mit allen Teil- und einer Gesamtsumme angezeigt. Im Zuge der Umbaumaßnahmen sollen zudem die Keywords neu hinterlegt und eine Eintragung bei den populären Suchmaschinen vorgenommen wird. Als dezentes Highlight werden kleine Animationen im Webauftritt gewünscht, durch welche die Website interessanter und spannender gestaltet werden soll. Überdies ist geplant, dass die Bilderwelten sowohl im Print als auch im Web anzupassen, um die neue Marketingstrategie zu verfolgen

In der Extranetimplementierung wird ein besonderes Augenmerk darauf gelegt, dass die Zielgruppen der Einzelmakler, Makler aus Maklerpools und die Pressevertreter angesprochen werden. Die Makler sollen sich künftig online registrieren können. Die Makler sollen die Möglichkeit erhalten, auf den öffentlichen Seiten den Zugang zum Extranet über ein spezielles Kontaktformular zu beantragen. Es ist gewünscht, dass in diesem Formular bereits eine Auswahl von Pools möglich ist, an welche der Makler angebunden ist. Ferner sollen sich die Makler nach der Registrierung für die Maklersuche (PLZ-Suche mit Landkarte) auf der öffentlichen CSS-Website eintragen lassen. Der Bereich Presse soll überdies auch erweitert werden. Zum einen sollen mehr Inhalte dargestellt werden. Zusätzlich sollen Kontaktdaten zur Presseabteilung und Downloadmaterial eingestellt werden.

Mit dem Einsatz eines Contentmanagementsystems muss die dazu notwendige technische Voraussetzung geschaffen werden, um künftig die hohen Qualitätsansprüche an den neuen Inter- und Extranetauftritt zu gewährleisten. Durch das schnelle, einfache und effiziente Pflege von Webinhalten über ein CMS ist dies gewährleistet.

LÖSUNG

Für die Umsetzung des Internetauftrittes wird das von Spirit of Selling entwickelte Contentmanagement-Tool auf Basis von JSP/Oracle eingesetzt. Das verwendete Content Management System ist 100% webbrowserbasiert. Eine einfache Zusammenstellung der Webinhalte, ohne das dazugehörige technische Hintergrundwissen, ist dem Administrator durch das baukastenartige Prinzip garantiert.

Über die Autorenumgebung (Administrationsumgebung) kann die CSS Versicherung AG eigenständig neue Navigationsbereiche und Seiten anlegen sowie Webinhalte mit Texten und Bildern pflegen und aktualisieren.

Durch das neue Erscheinungsbild und den neuen Features, z.B. Animationen und ein neu strukturierter Tarifrechner, sollte die CSS Versicherung (SCHWEIZ) AG marketinggerecht in Ihrem Segment positioniert sein.

Eine wichtige Prämisse in der Entwicklung der Web Designstudie war u. a. die Gestaltung einer intuitiven und logischen Benutzerführung. Durch die Neustrukturierung der Inhalte und die Integrierung einer Suche bietet das neue Navigationskonzept einen schnellen und unkomplizierten Einstieg in die Funktionalitäten und Menu-Strukturen. Es entstand eine Designlinie, die nicht von den allgemeinen Vorgaben abweicht und dennoch eine Eigenständigkeit gewährleistet.

Speziell auf die Zielgruppe im Premium-Sektor ausgerichtet, sollten vor allem die individuellen Finanzprodukte zu den Themen Vermögen und Geldanlagen entsprechend kommuniziert und dargestellt werden.

Tagesaktuelle Nachrichten, Charts und Kurse über die Märkte optimieren den Servicegedanken der BHF-BANK (SCHWEIZ) AG für ihre Kunden.

Die übergangslose Einbettung dieser externen Nachrichten- und Aktienmodule wird durch ein einheitliches Design noch mehr zum Ausdruck gebracht. Die Automatisierung der täglichen Daten ist vollständig im Backend eingebunden. Für Journalisten steht ein eigener Pressebereich zur Verfügung zum Abrufen von Pressemitteilungen und Bilder.

ERGEBNIS

Von Konzeption, Beratung, optischer Gestaltung, bis hin zur umfangreichen Einbindung des C-Tools setzte Spirit of Selling mit hohem Anspruch einen modernen und sympathischen Webauftritt um.

Der neue Webauftritt hinterließ nach Onlinestellung einen überaus positiven Eindruck mit einer deutlichen Steigerung der Zugriffszahlen und die Zunahmen von Onlinekommunikation. Es ist geplant, ein Extranet auf C-Tool-Basis einzusetzen, um die ganzheitliche Kommunikationsstrategie beständig weiter auszubauen.