



## Churn Management Kundenabwanderung proaktiv verhindern

Die Steuerung von Kundenbeziehungen ist einer der zentralen Erfolgsfaktoren für jedes Unternehmen. Der Aufbau einer soliden Kundenbeziehung trägt zur langfristigen Bindung des Kunden bei und hilft bei der Verhinderung ungewollter Kundenabwanderung oder CHURN (= CHange + tURN).



### Warum wechseln Kunden?

Ein aktueller Branchenvergleich aus dem deutschen Markt zeigt, daß Versicherungsunternehmen und Krankenkassen zurzeit die höchsten Churn-Raten haben.

Ein Grund dafür ist sicherlich, dass Produkte und Dienstleistungen immer ähnlicher und damit auch vergleichbarer werden. Internet und Zeitschriften bieten Kunden zudem einfache Möglichkeiten, Preise und Konditionen adhoc zu vergleichen und einen Vertragswechsel damit drastisch zu vereinfachen. Eine Vielzahl von Studien belegt jedoch auch, dass Kunden nicht so preissensitiv sind, wie allgemein angenommen.

Der überwiegende Anteil des Churns ist auf unbefriedigenden Service zurückzuführen – oft noch deutlich nach dem Erwerb des betreffenden Produkts bzw. der Dienstleistung. Die Bedeutung eines umfassenden und kundengerechten Service darf also keineswegs unterschätzt werden. Denn: Ein guter Kundenservice ist einer der Schlüsselfaktoren für eine langfristig erfolgreiche und loyale Kundenbeziehung.

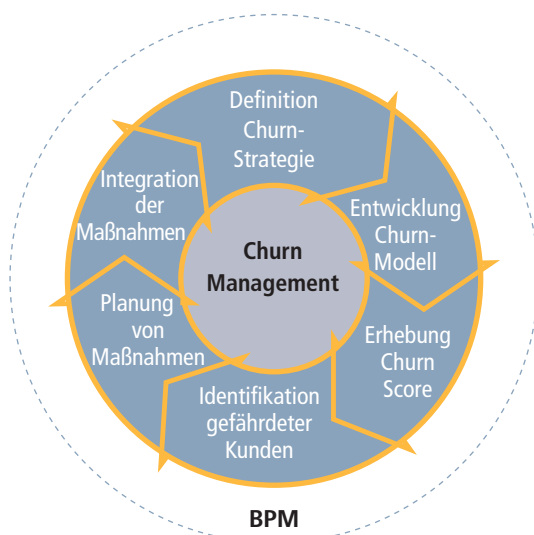
### Nutzen von Churn Management

Eine erfolgreiche Churn Management-Strategie unterstützt Sie dabei, folgende Ziele zu erreichen:

- Erhöhung der Kundenbindung und Minimierung der Wechselraten und Stornoquoten ihrer profitablen Kunden
- Steigerung der Effizienz von Cross- und Upselling-Kampagnen durch bedarfsgerechte Kundenklassifizierung und -ansprache
- Identifizierung der relevanten Kündigungsgründe, Gewichtung der Attribute und Ableitung eines Vorhersagemodells zur Prognose zukünftiger Kündigungen
- Festlegung von gezielten Maßnahmen, um prognostizierte Kündigungen profitabler Kunden entgegenzuwirken, z.B. durch Ableitung spezieller kundenspezifischer Angebote oder Services
- Integration von Lernkurven in das Vorhersagemodell durch Berücksichtigung von Feedbackschleifen über den Erfolg entsprechender Maßnahmen
- Planung, Implementierung und Optimierung eines kundenwertorientierten Servicemanagements

## Churn Management als Bestandteil des GFT Customer Management-Angebots

Die von GFT entwickelte Methode basiert auf einem mathematisch-analytischen aber praxiserprobten Vorgehen. Der zugrundeliegende Regelkreis gewährleistet dabei eine kontinuierliche Verbesserung der erzielten Ergebnisse.

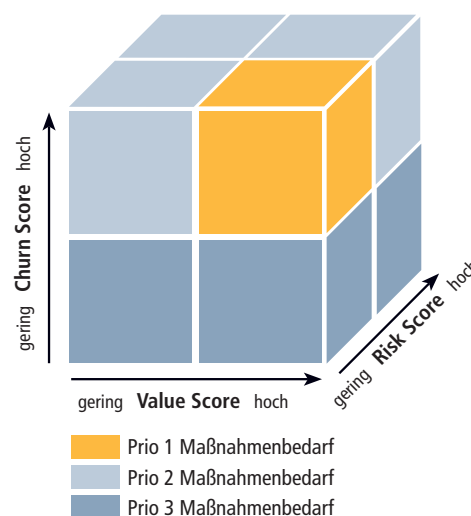


Im ersten Schritt werden mit der **Definition einer Churn-Strategie** die Rahmenparameter des Modells definiert. Gemeinsam mit Experten werden ggf. in der Vergangenheit durchgeführte Analysen zum Thema bewertet, eine Soll-/Ist-Analyse erstellt, Messkriterien festgelegt und die konkrete Vorgehensweise definiert.

Die **Entwicklung des Churn-Modells** ist die Voraussetzung für die frühzeitige Erkennung möglicher Abwanderung. Mathematisch-statistische Verfahren erlauben die Erkennung von Mustern anhand derer abwanderungsgefährdete Kunden identifiziert werden können. Wir unterstützen Sie bei der Auswahl und Einführung geeigneter Werkzeuge und der Entwicklung des individuellen Churn-Modells.

Der aus dem Modell abgeleitete **Churn Score** verdeutlicht die Abwanderungsgefährdung einzelner Kunden oder Kundengruppen. Dies allein genügt jedoch aus unserer Erfahrung nicht, um zu entscheiden, was im Einzelfall zu tun ist. Daher hat GFT mit dem Churn Scoring Cube ein Instrument zur Priorisierung von Churn Management entwickelt.

Neben dem Churn Score werden in dem Churn Scoring Cube Kunden- und Risikowert (Risk und Value Score) zu einer ganzheitlichen Sicht auf die Kundensegmente kombiniert.



© Copyright GFT Technologies AG, 10/2010

### Die Planung und Festlegung von Maßnahmen

zur Minimierung von Kundenabwanderung und Verbesserung der Kundenbindung können aus diesem Cube effizient abgeleitet werden. Ein Beispiel hierfür stellt die Einführung eines Kundenbindungsprogramms oder gezielte Kommunikation, z.B. über personalisierte Newsletter mit entsprechendem Content, dar.

Die **Integration der Maßnahmen** in die vorhandenen Prozesse und Systeme rundet das Vorgehen ab. Hier werden definierte Maßnahmen in das CRM, Loyalty- oder Kampagnenmanagement integriert und dabei Feedbackschleifen integral berücksichtigt. GFT unterstützt Sie bei der fachlichen und technischen Integration in Ihre Customer Management-Systeme.

Der methodische Schluss des Regelkreises verknüpft Messkriterien, Maßnahmen und Wirkungen und verbessert kontinuierlich das Gesamtmodell.

### Warum GFT?

Als Kunde der GFT profitieren Sie von der langjährigen Erfahrung bei der Entwicklung und Umsetzung von Churn Management-Strategien und -Modellen unserer Berater. Wir kombinieren Erfahrung, fachliches Verständnis, technisches Know-how und Kundenorientierung zu inspirierenden Lösungen.