

Erfolg durch kompetenten Service

Gelebte **Kundenorientierung** ist der Schlüssel zu einer zukunftsfähigen Unternehmenskultur

Von Beginn an stand die Idee der Korrelation im Mittelpunkt aller Aktivitäten der WWK. Als eine Art Maxime ist dieser Gedanke der Gegenseitigkeit ein wesentlicher Faktor unternehmerischer Erfolge. Mehr noch: Er sollte das aktuelle wie das zukünftige Handeln eines modernen Versicherers und verantwortungsvollen Dienstleisters bestimmen. Dazu gehört auch die Pflege von Werten wie Unabhängigkeit, Stabilität Sicherheit und nicht zuletzt Kundenorientierung.

Zur Sicherung ihrer Autonomie setzen zukunftsgerichtete Unternehmensgruppen heute auf eine klare Ertragsorientierung und einen stabilen, überdurchschnittlichen Wachstumskurs. Eine unabhängige Position erlaubt es auch, aus dem Selbstverständnis eines großen deutschen Serviceversicherers heraus kontinuierliche Verbesserungen in allen Serviceleistungen zu erreichen. Nur so kann stets im Sinne einer kompetenten, umfassenden und schnellen Erfüllung der

Bedürfnisse des Kunden agiert werden. Als ein zusätzliches Servicemerkmal wird zunehmend auch die durch qualifizierte Unternehmens- und Produkt-Ratings wachsende Transparenz von Unternehmen nach außen verstanden.

So liefert auch eine Mitgliedschaft im Club der Besten der Kundschaft wie den Partnerunternehmen den Beweis für eine konstant hohe Qualität der geleisteten Arbeit. Sie basiert zum einen auf einer hochwertigen und innovativen Produktpalette, die konsequent auf Vielzahl der Kundenwünsche abgestimmt ist. Eine zweite Erfolgssäule ist die allgemeine Servicefähigkeit, deren Kernstück aus größtmöglicher Kundennähe und Effizienz unter Einsatz zeitgemäßer Technik besteht. Eine hohe Kundenzufriedenheit, wie sie von ServiceValue nachgewiesen wird, bestätigt eindeutig, wie richtig und wichtig die erfolgreiche Umsetzung dieser Serviceziele ist.

Als dritten Erfolgsfaktor identifiziert die WWK ihre leidenschaftlich engagierten Mitarbeiter, die vor allem im



DAS UNTERNEHMEN

Tradition und Modernität

Die WWK mit Sitz in München wurde 1884 gegründet. Heute ist sie ein wachstumsstarker, unabhängiger und moderner Finanzdienstleister, der seit Jahrzehnten zu den Marktführern im Bereich der



fondsgebundenen Lebensversicherung gehört. 1,3 Millionen Kunden und 10.000 Vertriebspartner vertrauen der WWK, die ihnen mit höchster Verlässlichkeit ein breites Spektrum von Leistungen und Produkten anbietet und dieses fortlaufend erweitert und optimiert.

Unabhängige, renommierte Ratingagenturen stellen der WWK regelmäßig Bestnoten aus.

direkten Kontakt unsere Kunden immer wieder aufs Neue besten Service erleben lassen. Hier zahlen sich gegenseitiges Vertrauen, Offenheit und Toleranz als Basis einer Zusammenarbeit nach innen wie nach außen besonders aus.

Die Mitgliedschaft im Club der Besten ist ein schöner Erfolg, an dem alle mit unserem Unternehmen verbundene Menschen mitgewirkt haben. Auf die Tatsache, dass die WWK im Jahr 2015 als einziges Versicherungsunternehmen dem Club der Besten angehört, sind wir zudem besonders stolz. Gern widmen wir diesen Erfolg jedem einzelnen unser 1,3 Millionen

Privat- und 10.000 Vertriebskunden. Sie bestätigen uns tagtäglich, das im Gedanken der Gegenseitigkeit und der Gemeinschaft mehr steckt als ein hohes Ideal. In aktives Handeln umgesetzt wird er zu einem erfolgreichen Geschäftsmodell, basierend auf Gewissenhaftigkeit, Vertrauen und Respekt. In diesem Sinne freuen wir uns darauf, unsere Leistungen auch in Zukunft weiter zu steigern.



Eine starke Gemeinschaft

„In glaubhafter Nähe zu unseren Kunden“



Julius Spörl, Bereichsleiter Kundenkommunikation

Herr Spörl, aktuell ist die WWK der einzige Versicherer im Club der Besten. Herzlichen Glückwunsch!

Julius Spörl: Danke. Wir freuen uns sehr über diese große Auszeichnung und möchten uns an dieser Stelle ganz herzlich bei unseren Kunden für dieses positive Votum bedanken. Es bedeutet uns sehr viel, dass unsere Kunden uns im „Club der Besten“ sehen.

Guter Service wird gerade in der heutigen Zeit immer wichtiger, um eine nachhaltige Vertrauensbasis zwischen Unternehmen und Kunden zu schaffen. Wie begegnet die WWK angesichts der Vielfalt unterschiedlicher Kundenbedürfnisse diesen Herausforderungen?

Julius Spörl: Wir sind ein Serviceversicherer. Service sehen wir nicht als singulären Vorgang, sondern richten diesen an den gesamten Lebensphasen unserer Kunden aus. Alle unsere Versicherungsnehmer und Vertriebskunden wünschen sich einen verbindlichen „Kümmerer“. Unsere sehr gut ausgebildeten Mitarbeiter gehen einerseits

proaktiv auf die Kunden zu und bearbeiten andererseits unterschiedliche Anfragen kompetent und schnell.

Um auch der Vielfalt der Kundenbedürfnisse gerecht zu werden, bieten wir keinen beliebigen „Routine-Service“. Mühsame und somit kundenunfreundliche Features wie Sprachauswahlmenüs in der Telefonberatung, um nur ein Beispiel zu nennen, haben wir nicht und wird es bei uns auch in Zukunft nicht geben. Wir wollen eine glaubhafte Nähe zu unseren Kunden aufbauen – und diese können nur Menschen erzeugen.

Die WWK blickt auf eine 130-jährige Geschichte zurück. An welchen Kriterien muss sich Ihr Unternehmen im 21. Jahrhundert messen lassen?

Julius Spörl: Die Welt entwickelt sich gerade rasant. Das wollen wir verstehen und mitgestalten. Die Zeichen des Fortschritts spüren unsere 1,3 Millionen Privat- und 10.000 Vertriebskunden täglich bei unserem mehrfach ausgezeichneten WWK-Echtzeitservice. Dieser bietet aufgrund seiner Schnelligkeit und Lösungsorientierung ein äußerst positives Serviceerlebnis. Unser hoher Serviceanspruch stellt darüber hinaus ein deutliches Differenzierungsmerkmal in der deutschen Assekuranz dar. Ich sehe somit die WWK Versicherungen bestens gerüstet für die Herausforderungen und Kundenerwartungen unserer Zeit.