KUNDEN ZUFRIEDENER MACHEN

Aktive Ansprache zur Betreuung sehen viele Kunden als kleinen, aber entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Hat sich diese Erkenntnis auch bei gesetzlichen Krankenversicherungen durchgesetzt?

Foto: © kbuntu - Fotolia

Mit Kunden regelmäßig in Kontakt zu bleiben – auch über konkrete Nachfragen hinaus, ist ein bekannter Werttreiber für Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität. Wie sieht der Status quo bei gesetzlichen Krankenkassen aus und mit welchen Folgen auf die Versichertenbeziehung ist bei fehlender Betreuung zu rechnen?

Der Kundenmonitor Deutschland ermöglicht über Zielgruppen differenzierbare Analysen zur Kundenorientierung unterschiedlicher Finanz-, Dienstleistungs- und Handelsbranchen. Für die im Herbst 2017