



SWICA

Wie Kundenzufriedenheit und Markenwerte Vertrauen schaffen

Kundenzufriedenheit sei bei SWICA kein einmaliger Prozess, sondern tief in der Unternehmenskultur und der gesamten Kommunikation verankert. Das erklärt im Interview Maria Porsche, Leiterin Marketing von SWICA. Sie erläutert, wie SWICA durch personalisierte Ansprache, offene Kommunikation und eine gelungene Kombination von Digitalisierung und persönlichem Kontakt das Vertrauen und die Loyalität ihrer Kunden gewinnt und behält. SWICA ist Official Partner von FRZ Flughafenregion Zürich – Wirtschaftsnetzwerk & Standortentwicklung.

Interview und Bilder: **FRZ**

Frau Porsche, SWICA ist seit vielen Jahren führend in der Kundenzufriedenheit. Was bedeutet Kundenzufriedenheit für Sie?

Kundenzufriedenheit ist für uns mehr als eine Umfrage, sie ist zentral in unserer Marke. Sie ist das Resultat eines tiefen Verständnisses für die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden. Zufriedenheit bedeutet für uns, Vertrauen und Loyalität aufzubauen – beides essenziell für den langfristigen Erfolg einer Marke. Unsere Markenwerte – nah, beherzt und lösungsorientiert – spiegeln sich in all unseren Kundeninteraktionen wider. Wir setzen alles daran, dass jede Botschaft und jede Interaktion diese Werte verkörpert und die Erwartungen unserer Kundinnen

und Kunden bestenfalls übertrifft. Unser Fokus liegt auf dem kontinuierlichen Vertrauen und der Betreuung unserer Kundinnen und Kunden, doch durch diese herausragende Kundenzufriedenheit gewinnen wir auch das Vertrauen vieler Neukunden.

Welche Rolle spielt Kommunikation dabei?

Kommunikation ist der Schlüssel. Sie beginnt mit dem Zuhören. Wir analysieren, welche Fragen oder Bedürfnisse unsere Kundinnen und Kunden haben und wie wir sie am besten ansprechen können. Unsere Kommunikation soll nicht nur informieren, sondern auch echte Verbindungen schaffen. Besonders wichtig ist dabei, auf individuelle Be-

dürfnisse einzugehen und personalisierte Inhalte zu bieten. Dies gelingt uns durch eine konsistente Kommunikation über alle Kanäle hinweg.

Wie setzen Sie die Personalisierung in Ihrer Marketingstrategie um?

Personalisierung ist essenziell, um unseren hohen Standard an Kundenzufriedenheit zu halten. Wir stellen sicher, dass unsere Kundinnen und Kunden relevante Inhalte erhalten, abgestimmt auf ihre Lebenssituation. Mithilfe von Marketing-Automatisierung und datenbasierten Analysen entwickeln wir massgeschneiderte Kampagnen. Besonders unser Dialogmarketing hilft dabei, gezielt

FRZ Flughafenregion Zürich wird von folgenden Jahrespartnern unterstützt

Platinpartner				Medienpartner					
Goldpartner									
Official Partner									



Swica-Kampagne.

auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden einzugehen und ihnen relevante, nützliche Informationen zu bieten. Dadurch gelingt es uns, Kundenbeziehungen nachhaltig zu stärken.

«Zufriedenheit bedeutet für uns, Vertrauen und Loyalität aufzubauen.»

Was sind die grössten Herausforderungen, die Kundenzufriedenheit auf einem so hohen Niveau zu halten?

Die Erwartungen der Kunden ändern sich ständig, insbesondere im Zuge der Digitalisierung. Heute erwarten sie schnelle Lösungen über verschiedene Kanäle – sei es per Telefon, E-Mail, Chat oder App. Hier gilt es, eine nahtlose und konsistente Kommunikation sicherzustellen. Eine weitere Herausforderung ist die wachsende Nachfrage nach Transparenz. Unsere Kundinnen und Kunden möchten wissen, wie wir Entscheidungen treffen und welche Werte wir vertreten. Offene, ehrliche Kommunikation ist deshalb ein fester Bestandteil unserer Strategie. Es geht darum, das Vertrauen in SWICA als Qualitätsversicherung aufrechtzuerhalten.

Wie verankern Sie Kundenzufriedenheit intern als Kernwert?

Kundenzufriedenheit ist tief in unserer Unternehmenskultur verwurzelt. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter weiss, dass sie

direkten Einfluss auf die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden haben – unabhängig davon, ob sie im direkten Kundenkontakt stehen oder im Hintergrund arbeiten. Wir fördern eine Haltung, bei der Kundenzufriedenheit an oberster Stelle steht, und investieren kontinuierlich in Schulungen und Verbesserungsprozesse. Auch das regelmäßige Einholen von Feedback hilft uns dabei, unsere Kommunikation und unsere Dienstleistungen stetig zu optimieren.

SWICA ist seit vielen Jahren die Nummer 1 in der Kundenzufriedenheit. Was sind die Gründe für diesen Erfolg?

Unsere Kundinnen und Kunden stehen immer im Mittelpunkt unseres Handelns. Das konsequent umzusetzen, erfordert Engagement, aber es ist der Schlüssel zu unserem Erfolg. SWICA zeichnet sich durch besondere Kundennähe und ein starkes Agenturnetzwerk in der ganzen Schweiz aus. Wir hören zu, lernen und passen uns den Bedürfnissen der Kunden an. Zudem ist das Vertrauen, das in die Marke SWICA gesetzt wird, ein entscheidender Faktor. Unsere Kundinnen und Kunden wissen, dass sie sich auf uns verlassen können, sei es in der Kommunikation, im Service oder bei der Leistungsabwicklung. Dies getreu unserem Markenversprechen: Wir setzen uns für die Gesundheit unserer Kundinnen und Kunden ein – immer. Dabei suchen wir nach Lösungen, die Herz und Sachverstand verbinden. Weil Gesundheit alles ist.

Welche Rolle spielt die Digitalisierung dabei?

Digitalisierung bietet enorme Chancen, ins-

besondere um die Kundenzufriedenheit zu steigern. Unsere digitalen Services, wie die mySWICA-App und der Kunden-Chat, bieten einfache, schnelle und bequeme Möglichkeiten, um Anliegen zu klären. Wichtig ist dabei, dass die Technologie unsere persönlichen Services ergänzt und unterstützt. Wir legen grossen Wert darauf, dass der menschliche Kontakt nicht verloren geht – die Kombination aus technologischem Fortschritt und persönlicher Betreuung ist unser Erfolgsrezept, um die Kundenzufriedenheit auf hohem Niveau zu halten.

Wie sieht die Zukunft der Kundenzufriedenheit bei SWICA aus?

Wir werden weiterhin alles daransetzen, die Kundenzufriedenheit auf höchstem Niveau zu halten und weiter auszubauen. Dabei passen wir uns an die wachsenden Ansprüche an und nutzen innovative Technologien, um unsere Interaktionen noch effizienter zu gestalten. Gleichzeitig bleibt der persönliche Kontakt für uns essenziell, um langfristig das Vertrauen unserer Kundinnen und Kunden zu sichern – sowohl für Bestands- als auch für Neukunden.



«Die Kombination aus technologischem Fortschritt und persönlicher Betreuung ist unser Erfolgsrezept.» Maria Porsche, Leiterin Marketing und Mitglied der Direktion bei SWICA.