

300 medarbetare förbättrar Trygg-Hansas resultat tack vare The Diver Solution från Infotool

Sedan 1998 har försäkringsbolaget Trygg-Hansa systematiskt byggt upp sina system för resultatuppföljning och verksamhetsstyrning. Med hjälp av Infotools smarta lösning som bygger på The Diver Solution, kan 300 medarbetare agera analytiker och bidra till att bättra på Trygg-Hansas resultat.

Idag är medarbetare över hela landet aktiva användare. Och de bidrar alla till att ständigt spetsa bolagets resultat.

– Jag brukar säga att vi har 300 analytiker på en division som normalt har fem till tio stycken, säger Fredric Widlund som arbetar med affärsområdet företagsmarknad med ansvar för uppföljning.

Datalager med hjälp av Infotool

Trygg-Hansa började 1998 att med hjälp av Infotool samla information från alla produktsystem till ett datalager, Datawarehouse. Idag har bolaget byggt upp ett effektivt och användarvänligt uppföljnings- och analyssystem för tre ben i verksamheten: säljorganisationen, Key Accounts och för de mäklare som Trygg-Hansa samarbetar med.

Nya ägarna imponerade av datalagret

Numera ingår Trygg-Hansa i multinationella Royal & Sun Alliance som gör affärer i 130 länder med ca 20 miljoner kunder.

– De nya ägarna har varit mycket imponerade av Trygg-Hansas väl uppbyggda datalager och hur lätt det är för medarbetarna i organisationen att få ut snabba och relevanta analyser, berättar Fredric Widlund.

Ett steg i taget i ett stabilt projekt

Verktygen som infördes för att ge underlag till beslutsstödet fungerar utmärkt, precis som det var tänkt. Genom att arbeta i korta, väl definierade steg och bygga på vartefter har Trygg-Hansa successivt byggt upp ett stabilt uppföljningssystem.

Befintliga kunder mer lönsamma

– Ett konkret resultat i företaget är att säljarnas beteende har ändrats. De vårdar sina portföljer i stället för att till varje pris skaffa nya kunder. Det är den styrning vi vill ha, vi vill arbeta för att göra våra befintliga kunder lönsamma.

Tack vare uppföljningssystemet kan:

Premierna sätts mer exakt när bolagets analytiker gör komplexa riskbedömningar genom att dyka i datalagret.

De enskilda säljarna kan skapa en ”vårdad kundportfölj” genom att göra egna analyser samt basera sina jämförelser med andra säljare på relevanta fakta.

Samma språk ger konkreta beslutsunderlag

Idag talar alla på företaget samma språk eftersom utvecklarna systematiskt har fått gå igenom begreppen. Vad menas exempelvis med ”avslut”? Medarbetare vid olika avdelningar har fått prata samman och skapa gemensamma definitioner av företagets fackterminologi. I den gedigna dokumentationen finns 400 sidor med definitioner av termer och begrepp.

Mötena behöver inte längre börja med diskussioner om beslutsunderlaget, eller ifrågasättanden om siffrorna är korrekta. Alla har samma definitioner och bilder av hur verkligheten ser ut.

– Nu vet vi att vi talar om samma sak när vi diskuterar, säger Fredric Widlund.