

Großbritanniens führender Versicherungsanbieter transformiert seinen Kundenservice mit dem virtuellen Assistenten von Nuance

40%

der Kunden, die die Kontaktseite besuchen, verwenden den VA

9.000

Anrufe werden jede Woche vom virtuellen Assistenten bearbeitet

92%

der Erstkontakte können direkt durch den VA gelöst werden

HERAUSFORDERUNG:

Minimieren der Komplexität des Kundendienstes, reduzieren fehlgeleiteter Anrufe an das Contact Center und steigende Akzeptanz für Selfservice-Angebote.

LÖSUNG: Unternehmen integrierte den Nuance Virtual Assistant (VA), um einfache Kundenanfragen direkt zu lösen und auch Kunden schnell an ihr gewünschtes Ziel weiterzuleiten – unabhängig vom Produkt.

ERGEBNISSE: Kunden erhalten einfachen Zugang zu den von ihnen benötigten Services und Lösungen und Agenten haben mehr Zeit, sich auf komplexe Fälle zu konzentrieren.

Kunden erleben eine konsistente, kanalübergreifende Interaktion mit dem Versicherer und Agenten haben mehr Zeit, komplexe Fälle zu bearbeiten.

Mit dem Nuance Virtual Assistant hat das Unternehmen einen einfachen Multichannel-Support-Hub erstellt. Damit werden die Kunden schneller an ihr gewünschtes Ziel weitergeleitet und Agenten erhalten mehr Zeit für die Bearbeitung komplexer Fälle.

“Durch die Integration des Nuance Virtual Assistant lernen wir viel mehr darüber, was unsere Kunden suchen, und wir können somit herausragende Erlebnisse schaffen.”

— Digital Lead bei Großbritanniens größtem Versicherungsanbieter

Ein Mehrkanal-Labyrinth

Das Unternehmen wurde durch die Akquise einer Vielzahl von Firmen zu einem der größten Versicherungsanbieter Europas. Durch diese Zusammenschlüsse ergaben sich fast 70 verschiedene Anwendungen, 18 Contact Center und über 3.500 Telefonnummern – ein Labyrinth aus Kontaktmöglichkeiten, das zu fast 2.500 Anrufen pro Tag und zahlreichen fehlgeleiteten Anrufen führte.

Das Digital Team des Unternehmens wusste, dass die Support-Services für Kunden leichter erreichbar sein mussten. Sie suchten einen Partner, mit dem sie die separaten Kanäle in eine einfache Omnichannel-Lösung übersetzen konnten – um fehlgeleitete Anrufe zu reduzieren, eine unkomplizierte Kundenerfahrung zu ermöglichen und ihren Agenten Zeit zu schaffen.

Kundenorientierter Support

Das Versicherungsunternehmen entschied sich für Nuance, um einen kundenorientierten Ansatz für Support-Services umzusetzen. Es sollte die gesamte Customer Journey berücksichtigt werden, statt, wie bisher, Kunden isoliert über ihre verschiedenen Dienste zu betrachten. Mit dem VA kann das Unternehmen nun seinen Kunden über alle Kanäle hinweg ein konsistentes Erlebnis bieten.

“Unser neues System bietet Kunden einen viel einfacheren Kontaktprozess. Unser bisheriges System betrachtete Kunden auf Produkt-Basis, aber jetzt können wir ein komplettes Kundenerlebnis schaffen.”

— Digital Lead bei
Großbritanniens größtem
Versicherungsanbieter

“Der virtuelle Assistent funktionierte bereits nach dem ersten Training. Er brachte die Kunden mit den richtigen Anfragen in Verbindung – wir sahen ganz wenig Gespräche die nicht passend aufeinander abgestimmt waren.”

— Digital Lead bei
Großbritanniens größtem
Versicherungsanbieter

Der virtuelle Assistent des Versicherungsunternehmens kann einfache Kundenanfragen beantworten, Kunden zu den passenden Produkten führen und sogar Schritt-für-Schritt-Anleitungen für komplexere Abfragen bereitstellen. Durch den Einsatz von Conversational AI-Funktionen, interagiert der VA in natürlicher, dialogähnlicher Sprache mit den Kunden.

Der VA ist ein einfacher Startpunkt für Kunden auf allen Plattformen – ob auf Webseiten, mobilen Apps, Facebook Messenger oder Telefonkanälen – sie müssen nicht mehr durch ein Labyrinth von Optionen stolpern. Kundenanfragen, die der VA nicht verarbeiten kann, können nahtlos an einen Live-Agenten übertragen werden.

Eine völlig neue Erfahrung

In drei Monaten nutzten fast 40 % der Kunden, die über die „Contact Us“-Seite des Unternehmens kamen, den VA in durchschnittlich 9.000 Sitzungen pro Woche. Und der bisherige Durchschnitt von 3.000 fehlgeleiteten Anrufen reduzierte sich auf 1.000 pro Monat.

Von Anfang an war der VA bei den Kunden beliebt. Sie erlebten einen reibungslosen Ablauf ihrer Anfragen und konnten ihre Anliegen lösen, ohne an einen Live-Agenten weitergeleitet zu werden. Das Unternehmen erreichte eine Lösungsrate von 92 % der Erstkontakte, so dass Agenten jetzt mehr Zeit für die Bearbeitung komplexer Fälle haben.

Mittlerweile hat der Versicherungsanbieter den VA als Navigationshilfe in die Kunden-FAQs auf den Produktseiten eingebunden, um beim Auffinden relevanter Antworten zu unterstützen, und ihn sogar mit mobilen Geräten wie Amazon Echo integriert, um mehr Komfort zu bieten.

WEITERE INFORMATIONEN

Um zu erfahren, wie Sie Ihre Kundenerfahrung mit Nuance transformieren können, schreiben Sie uns eine E-Mail an cxexperts@nuance.com oder besuchen Sie <https://www.nuance.com/de-de/omni-channel-customer-engagement>.



Über Nuance Communications, Inc.

[Nuance Communications](https://www.nuance.com) (Nuance) ist Technologie-Pionier und Marktführer im Bereich der dialogorientierten KI und Ambient Intelligence. 77 Prozent der Krankenhäuser in den USA und 85 Prozent aller Fortune-100 Unternehmen weltweit vertrauen Nuance als Full-Service-Partner. Wir liefern intuitive Lösungen, die Menschen ermöglichen, andere zu unterstützen.