Dr. Hans-Peter Uebersax

# VERLÄNGERTER ARM **DES VERTRIEBS: DER CHATBOT**

Der Einsatz eines Chatbots macht nur dann Sinn, wenn er effektiv Mehrwert bringt. So zum Beispiel für eine grosse Schweizer Krankenkasse, die den Bot als verlängerten Arm und Gatekeeper für das Beraterteam einsetzt. Damit wird die Online-Absprungrate gesenkt, das Beraterteam gewinnt interessante Leads und dem Kunden wird eine Unterstützung geboten, die ihm wirklich etwas bringt.

Alle Jahre wieder stellt sich die Frage nach einem Krankenkassenwechsel. Sie kennen das bestimmt auch. Via Vergleichsportale oder Suchmaschine gelangen Sie auf die Websites der Anbieter. Das Thema ist aufwendig, und Sie möchten möglichst schnell Antworten auf Ihre Fragen. Welches Krankenkassenmodell ist für mich das richtige? Wie sieht es mit Zusatzversicherungen aus? Warum muss ich im Offertenprozess welche Angaben machen?

#### Der Chatbot hat die passende Antwort

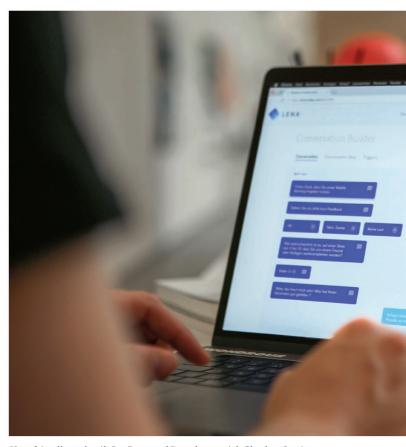
Auf genau diese Fragen hat eine Schweizer Krankenkasse zur richtigen Zeit am richtigen Ort die passenden Antworten: mit Hilfe eines Chatbots! Und wie funktioniert diese Lösung in der Praxis? Ganz simpel. Am einfachsten lässt sich dies natürlich an einem Praxisbeispiel erklären:

Der potenzielle Kunde, Frank Kohler, sucht im Internet nach einer geeigneten Krankenkasse. Er gelangt über eine Web-Suche auf die Unternehmenswebsite. Schnell findet er die für ihn sinnvollen Versicherungsprodukte. Bei der Konfiguration der Offerte für sein passendes Modell zögert er.

Frank Kohler überlegt sich: Soll ich mein Versicherungspaket durch Zusatzleistungen ergänzen? Was macht Sinn und was sind die Vorteile? Genau in diesem Moment meldet sich der Chatbot der Krankenkasse mit

folgenden Worten: «Grüezi, sind Sie an einer Zusatzversicherung interessiert?» Na so was, denkt sich Frank Kohler überrascht. Und bejaht die Frage des Chatbots. «Folgende Zusatzversicherungen können Sie Ihrer Grundversicherung hinzufügen. Zu welcher möchten Sie gerne mehr erfahren?», antwortet der Bot und gibt Frank Kohler die Auswahl

zwischen verschiedenen Zusatzversicherungen. Da Frank Kohler an einer Zahnversicherung interessiert ist, wählt er dieses Angebot aus. «Zu diesem Thema kann ich Ihnen unsere Spezialistin Susanne Müller empfehlen. Sie ist unser Profi, wenn es um Zusatzversicherungen geht. Darf ich Sie an diese Expertin für eine Live-Beratung übergeben?». Aber klar doch! Der Chatbot antwortet: «Nur einen Augenblick,

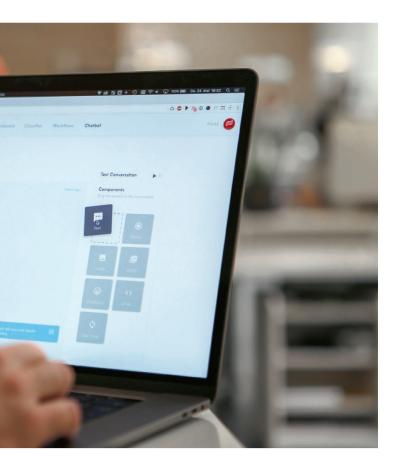


User-friendly und agil: Per Drag and Drop lassen sich Chatbot-Stories im nutzerfreundlichen Back-end mit wenigen Klicks erfassen oder anpassen.

# Das intelligente Zusammenspiel von Live-Chat und Chatbot spielt für das Kundenerlebnis die zentrale Rolle.

sie ist gleich bei uns ...» Und nach wenigen Sekunden meldet sich Susanne Müller persönlich. Schnell kann sie im Chat-Gespräch offene Fragen beantworten und Frank Kohler bei der Zusammenstellung seines Angebots unterstützen.

Beide Seiten sind begeistert und freuen sich über das Ergebnis. Der gesamte Chatverlauf wird in einem entsprechenden Service-Ticket abgespeichert. Das ist sehr wichtig, denn das Ticket und die darin gespeicherte Information bilden die Grundlage für eine umfassende Rund-um-Sicht auf den Kunden. Wenn Frank Kohler sich in zwei Wochen im Kundenservice meldet, weiss jeder Service-Mitarbeiter umgehend, dass dieser Chat vor zwei Wochen stattgefunden hat. Das freut Frank Kohler natürlich sehr, und er fühlt sich vom Unternehmen ernst genommen. Für die Krankenkasse leistet der Chatbot eine wichtige Unterstützung, da so die Absprungrate der Website-Besucher gesenkt und die Abschlussrate von Offerten gesteigert werden kann.



#### Die PIDAS Lösung für eine Schweizer Krankenkasse

Für eine Schweizer Krankenkasse hat PIDAS eine Gesamtlösung bestehend aus folgenden Software-Komponenten implementiert:

- Skype for Business (Basistelefonie) von Microsoft
- Voxtron (Skill-based Routing und Live-Chat) von Enghouse
- trueAct (Customer Service Management, Robotics und Customer Intelligence) von PIDAS
- LENA (Chatbot und Natural Language Processing) von PIDAS

Mit der hier aufgezeigten Lösung sparen beide Seiten Zeit und Nerven. Die Krankenkasse kann die Aufwendungen für Telefonakquisition massiv reduzieren und die Verkaufsmitarbeiter gewinnbringender einsetzen. Im Back-end der Chatbot-Software, die eine hervorragende User Experience bietet, kann die Versicherung mit nur wenigen Klicks Chat-Storys erfassen oder bestehende anpassen. Somit können die Bedürfnisse der Kunden agil berücksichtigt und Learnings direkt umgesetzt werden.

Im beschriebenen Fall führt der Chatbot eine Vorqualifizierung durch, wenn ein potenzieller Interessent auf der Website ein bestimmtes Verhalten an den Tag legt. Ist der Bot überzeugt, dass beim Kunden effektiv Interesse besteht, wird die Interaktion an den Live-Chat übergeben. Die Kriterien, welche das Aufschalten des Livechats triggern, können individuell im System hinterlegt werden. Zudem ist es möglich, die Konversationen mit Bildern, Emojis und vielen anderen Elementen zu erweitern, sodass das Erlebnis für den Kunden einmalig wird und er das Unternehmen aufgrund der guten Experience bevorzugt auswählt. Dem Kunden wird durch die Chatbot-Technologie bestmöglich bei seiner Recherche geholfen, und die Versicherungsberater erhalten fast ausschliesslich qualifizierte Leads, die sie individuell und zeitsparend bearbeiten können. Also eine echte Win-Win-Situation.

www.pidas.com/lena

Dr. Hans-Peter Uebersax ist CDO bei PIDAS.

### Der hybride Chat-Ansatz

Um den Chatkanal im Unternehmen erfolgreich und nachhaltig betreiben zu können, ist eine ganzheitliche Lösung unabdingbar. Hierbei spielt das intelligente Zusammenspiel von Live-Chat und Chatbot die zentrale Rolle. Kann der Bot eine Frage nicht beantworten oder ist zum Beispiel eine gute Verkaufschance erkennbar, kann der Chat sofort an einen realen Agenten übergeben werden. Das System sucht einen verfügbaren und geeigneten Service- oder Verkaufs-Mitarbeiter, der den Chat nahtlos übernehmen kann, weil er den vorangegangenen Chatverlauf und die gesamte Interaktion des Kunden mit dem Bot einsehen kann. Genau das verstehen wir unter einem hybriden Chat-Ansatz.

## Mehr zum Thema:

Whitepaper Chatbots Künstliche Intelligenz im Kundenservice. Hype oder Helfer der Zukunft? Download unter: www.pidas.com/ whitepaper-chatbots