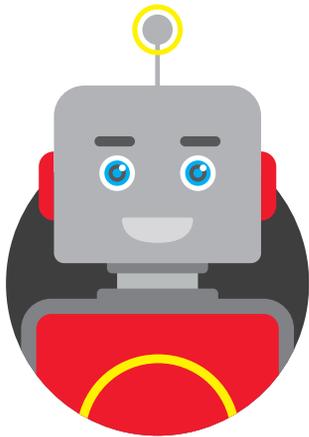


Grüezi, ich bin Sympi!

Melanie Müller

Sympi ist der hybride Chatbot der Krankenversicherung Sympany. Als virtueller Helfer des Vertriebs unterstützt er potenzielle Kunden bei der Wahl der richtigen Versicherung und übergibt auf Wunsch in den Live-Chat.



Jedes Jahr im Herbst haben die Schweizer Krankenkassen Hochsaison. Potenzielle Kunden recherchieren online nach attraktiveren Prämien und ziehen einen Versicherungswechsel aufs neue Jahr in Erwägung. Da ist es essenziell, ihnen ein einzigartiges Erlebnis zu bieten, um sie vom Versicherungsangebot zu überzeugen.

In dieser Situation befindet sich auch die Krankenversicherung Sympany. Sie hat für die Akquise-Saison 2018 deshalb einen virtuellen Helfer an Bord geholt: den hybriden Chatbot Sympi!

Mit dem Schnellboot zum Ziel

«Wir haben Ende 2017 das Nutzerverhalten auf unserer Website analysiert und festgestellt, dass im Sales Funnel

viele Interessenten abspringen», beschreibt Urs Mäder von Sympany die Ausgangssituation. Die potenziellen Kunden sind also grundsätzlich am Angebot interessiert. Sie springen jedoch aus unterschiedlichsten Gründen ab, ohne eine Versicherung abzuschliessen. Dagegen musste schnell etwas getan werden, denn die neue Verkaufssaison stand bereits vor der Tür.

Im Austausch mit dem Partner PIDAS, mit dem Sympany schon seit Längerem eine Zusammenarbeit pflegt, wurde die Idee zu Sympi dem Chatbot geboren.

Was anschliessend im Frühjahr 2018 folgte, darf zu Recht Schnellboot-Projekt genannt werden. In nur sechs Monaten wurde die Chatbot-Software LENA komplett in die bestehende Technologie-Infrastruktur integriert, eine Automatic Call Distribution (ACD) implementiert und dem Chatbot in Form von Design, Stories und Use Cases Leben eingehaucht.

«Uns war von Anfang an klar, dass wir einen Minimal-Viable-Product-Ansatz verfolgen müssen, den wir nach dem Go-Live mit Hilfe des Feedbacks von Nutzern und den beteiligten Partnern opti-

mieren werden», begründet Urs Mäder die Entscheidung, in ein vom Timing her äusserst sportliches Projekt zu starten. Gerade auch, weil neben den internen Stellen von Sympany drei externe Partner ins Projekt involviert waren.

Warum KI, wenn es sie nicht braucht?

Bei der Umsetzung von Sympi wurde bewusst auf Künstliche Intelligenz (KI) in Form eines Freitext-Dialogs verzichtet. «Vielmehr war es uns wichtig, den potenziellen Kunden einen neuen, innovativen Kanal anzubieten und damit einen Mehrwert zu schaffen – KI war da sekundär», so Urs Mäder. Nichtsdestotrotz war es bei der Auswahl der Chatbot-Software essenziell, dass diese bei Bedarf auch KI kann.

Die Situationen, in denen der Chatbot den User anspricht, wurden basierend auf der Bounce-Rate definiert. Je nachdem wo auf der Website sich der potenzielle Kunde gerade befindet, wird eine passende Chat-Story ausgespielt. So fühlt sich der User in seiner Customer Journey verstanden. Zudem lässt sich Sympi über

individuelle Trigger aktivieren. Beispiel: Wenn ein Interessent im Sales Funnel seine Krankenkassenprämie berechnet, dann aber zögert und nicht abschliesst, erscheint Sympi und bietet ihm Hilfe an.

Sympi ist ein hybrider Chatbot. Das bedeutet, dass der Bot den Interessenten mit Hilfe eines geführten Dialogs unterstützt und bei Bedarf an einen Berater übergibt, der den Chat live weiterführt.

So kann dem Interessenten optimal geholfen werden. Sobald die Anfrage komplexer oder konkreter wird, übernimmt der erfahrene Berater und schliesst das Neukundengeschäft bestenfalls ab.

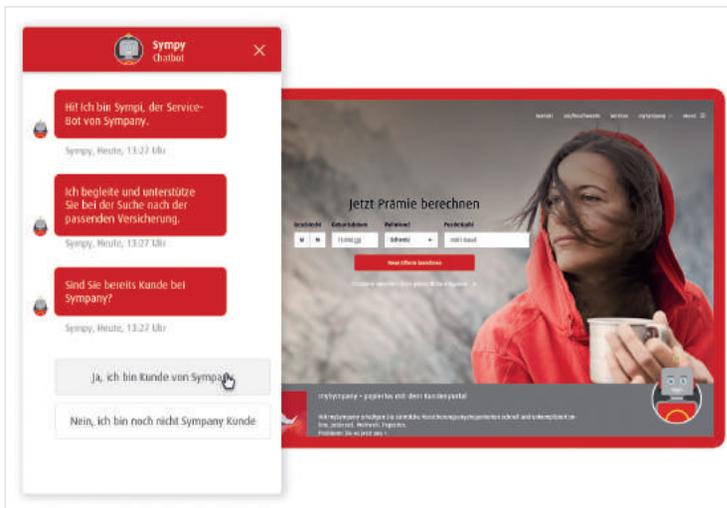
Diese Live-Chat-Funktion bedingt die Integration des Chatbots in eine ACD, um ein nahtloses Routing des Chats an einen freien Berater zu gewährleisten. Im Fall von Sympi wurden die Chatbot-

«Im Test-and-Learn-Modus haben wir gemeinsam erfolgreich Technologie und Customer Experience vereint.»

Frédéric Monard, CEO, PIDAS

Mit starkem Teamwork zum Erfolg. Urs Mäder, Head of Social Media & Customer Intelligence, von Sympny und Frédéric Monard, CEO PIDAS.





Potenzielle Kunden werden mit Unterstützung von Sympy zum passenden Versicherungsangebot geleitet.

und Berater gleichzeitig im Live-Chat beschäftigt, um die Interessenten zu beraten. Es ist Sympany gelungen, sie mit Hilfe des Chatbots auf der Website zu halten, zu unterstützen und zu Neukunden zu machen.

Neben dem wirtschaftlichen Erfolg ist auch die Akzeptanz von Sympy extrem hoch. Sowohl die potenziellen Kunden als auch die Berater sind begeistert vom virtuellen Helfer und möchten den Chatbot nicht mehr missen.

«Sympy ist 24/7 für unsere Interessenten da, begleitet sie auf ihrer Reise und schafft somit einen Mehrwert, der uns als Sympany vom Wettbewerb differenziert», zieht Urs Mäder sein Résumé.

Der Chatbot wird laufend optimiert und in einer zweiten Phase in den geordneten Betrieb und in den Kundenservice integriert. So profitieren schon bald auch die Sympany-Bestandskunden von Sympis Expertise. ■

«Chatbots sind in aller Munde. Die einen lancieren Bots, um auf der Hype-Welle zu schwimmen, andere um Kundennutzen zu stiften. Unsere Motivation war zu hundert Prozent Letzteres.»

Urs Mäder, Head of Social Media & Customer Intelligence, Sympany

Engine LENA, die Case Management Software trueAct, in der die Chat-Dialoge gespeichert werden, und die ACD-Lösung Voxtron von Enghouse Interactive kombiniert. Diese wurde im Projekt durch den Integrationspartner IP Dynamics in die bestehende Infrastruktur von Sympany eingebunden. Das Zusammenspiel aller Komponenten ergibt sowohl für den Vertriebsberater, der die Tools bedient, als auch für den potenziellen Kunden eine nahtlose Experience.

Ziele deutlich übertroffen

Bei den Zielsetzungen des Projekts lag der Fokus klar auf dem Erzielen von Abschlüssen. Zudem sollten Erfahrungen mit dem neuen Touchpoint gesammelt werden, um die hybride Chat-Lösung mittelfristig auch für bestehende Kunden einsetzen zu können.

Das Projektteam und Urs Mäder sind sich einig, dass diese Ziele nicht nur erreicht, sondern übertroffen wurden. Allein in der relativ kurzen Verkaufssaison 2018 konnten mit Sympy rund 400 Abschlüsse erzielt werden. Eine hervorragende Zahl. Zu Spitzenzeiten waren 13 Beraterinnen

Video: Chatbot-Projekt aus 3 Perspektiven

Sehen Sie im Video-Interview, wie ein Berater, die Teamleiterin Vertrieb und der Projektleiter von Sympany über das Chatbot-Projekt berichten.

www.pidas.com/sympy