FALLSTUDIE

Mit NPS-Messungen in Echtzeit etabliert Aegon operative Prozesse zum Schließen des Kundenfeedback-Kreises über diverse Touchpoints hinweg

ÜBER AEGON

Aegon ist einer der weltweit führenden Lebens- und Rentenversicherer und zudem international agierender Vermögensverwalter. Aktuell verantwortet die Unternehmensgruppe Einlagen in einer Höhe von über 302 Milliarden Pfund und managt Fonds im Wert von mehr als 40 Milliarden Pfund. Weltweit arbeiten rund 24.000 Menschen in 25 Ländern für Aegon. Bereits seit 1831 unterstützt die britische Versicherungsgesellschaft ihre Kunden bei der Regelung ihrer fi nanziellen Zukunft. Basis und Ziel der unternehmerischen Tätigkeit ist es, ihre Kunden mit einem dialogorientierten Ansatz beim Au au einer langfristigen fi nanziellen Sicherheit zu unterstützen.

NPS-Echtzeit-Feedback realisieren

Finanzielle Sicherheit — ein Leben lang. Konsequent orientiert sich an diesem Kundenversprechen auch das Produktangebot von Aegon, das genau auf die Bedürfnisse der breit gefächerten Kundengruppe zugeschnitten ist. Schließlich wird es für Versicherungsnehmer angesichts der vielen rechtlichen, ökonomischen und technologischen Veränderungen immer schwieriger, die eigene finanzielle Zukunft abzusichern.

„Seit jeher versuchen wir, unsere Produkte und deren Vermittlung kontinuierlich einfacher zu gestalten. Dennoch wissen wir, dass wir uns auch in anderer Hinsicht verändern müssen, um unsere Kunden und deren Bedürfnisse über alle Kanäle hinweg besser zu verstehen“, erklärt Iain O’Connor, Customer Experience & Insight Manager bei Aegon. „Auch eine mehrfach im Jahr durchgeführte Analyse unserer Net-Promoter-Scores (NPS) auf Basis aller erfassten Kundenzufriedenheitsangaben erschien uns für eine innovativere Kundenorientierung nicht mehr ausreichend praktikabel. Wir brauchten Feedback in Echtzeit, das uns eine Übersetzung der Kundenaussage in handlungsrele-

© 2020 INMOMENT, INC

vante Maßnahmen möglichst gleich mitliefert und damit unseren Entscheidungsradius lenkt und erweitert. Denn nur so können wir neue, auf den Kunden zugeschnittene Produkte und Dienstleistungen entwickeln und gleichzeitig alle Touchpoints zu unseren Kunden optimieren, wie u.a. die Benutzerfreundlichkeit unserer Webseite."

Der richtige Partner mit leistungsstarker NPS-Plattform als Schlüssel zum effizienten Hub

„Mit ihrer Erfahrung, ihren erfolgreichen Beratungsleistungen und CX-Lösungen für den Banken- und Versicherungsbereich hat sich InMoment (ehemals MaritzCX) als der absolut richtige Partner für den Ausbau unseres Touchpoint-Managements erwiesen", berichtet O'Connor.

„InMoment verschafft uns einen echten Wettbewerbsvorteil und unterstützt uns dabei, unsere Kunden mit den bestmöglichen Entscheidungsgrundlagen und Erkenntnissen zu versorgen."

IAIN O'CONNOR, SENIOR MANAGER, CUSTOMER EXPERIENCE & INSIGHTS, AEGON

„Zum einen verfeinern die Marktforschungskapazitäten von InMoment unseren NPS- und unsere Feedback-Analysen, zum anderen erfasst die InMoment-Plattform Feedback aus vielen anderen Business-Systemen und-Medien, misst und qualifiziert sie und ermöglicht uns so einen 360-Grad-Blickwinkel auf unsere Kunden."

„40 Jahre Erfahrung in der Entwicklung und dem Design von CX-Programmen bedeuten, dass wir für unsere Kunden aus dem Finanzdienstleistungssektor auf einen qualifizierten Fundus an Expertise und Branchenkompetenz zurückgreifen können. Dadurch können wir auf unsere Klienten zugeschnittene Analysen, Modelle und Handlungsvorschläge zu den Insights aus ihren Kundenfeedbacks liefern", sagt Jeremy Griffths, Expert Services Director von InMoment. „Unsere Leistung für Aegon haben wir zudem um eine leistungsstarke, hochflexibel und dabei bedienerfreundliche CX-Plattform ergänzt, die ein systematisches Datensammeln ermöglicht, Dashboards bietet und ein Closed-Loop-Kundenmanagement umfasst."

Für Aegon ein erster Schritt, um Kunden-Empfindungen zu erfassen

InMoment konnte Aegons Erhebungen an den verschiedenen Touchpoints optimieren. Sie kombinierten E-Mail-Befragungen mit Website-Nutzeranalysen, damit Aegon Feedbacks und Bewertungen von einer breiteren Kunden-gruppe sowie unabhängigen Finanzberatern (IFA) besser erfassen kann. Das Textanalyse-Tool geht der Performanz in den Schlüsselkategorien auf den Grund, liefert fundierte Insights zu Haltungen und Einstellungen der Kunden und evaluiert deren Potenziale.

Feedback-Antworten werden erfasst und dienen als Grundlage für die Erstellung rollenbasierter Dashboards und Berichte, mit der Option verschiedener individualisierbarer User-Einstellungen. Auf die CX-Big-Data-Plattform wurden ergänzende interne Geschäftsdaten importiert, um es Aegon zu ermöglichen, über flexibel Dashboard-Abfragen schnellstmöglich fundierte Analysen zu generieren.

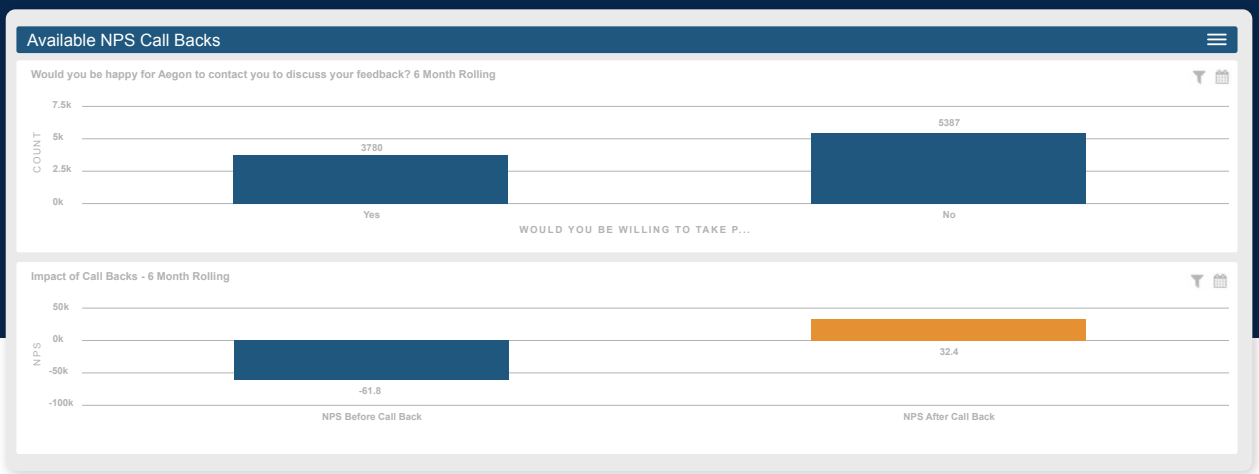
Sofortzugriff auf Kundeneinstellungen und -insights

Um ihre Kunden besser kennenzulernen, entwickelte Aegon ein eigenes „CX Lab". Dieses Lab fungiert als Schnittstelle für alle CX-Optimierungsaktivitäten, sei es für Kunden oder Aegon-Mitarbeiter. Letztgenannte sehen nicht nur NPS-Feedback, sondern haben auch direkten Zugriff auf Feedbacks und Meinungen von über 3.000 Kunden, 3.000 Endverbrauchern, 1.000 Mitarbeitern und 650 Finanzberatern.

Aus Daten handlungsrelevante Maßnahmen ableiten

Aegon schuf mit „Aegon Cares" ein neues Konzept, das Lösungen für Probleme liefert, die von unzufriedenen Kunden aus dem NPS-Programm hervorgebracht wurden. Über Aegon Cares wurden über 60 Prozent der identifizierten, tendenziell problematischen Kunden angesprochen.

© 2020 INMOMENT, INC



Gewünschte NPS Rückrufe – Steigerung des NPS (Quelle: InMoment)

Mit der InMoment-Plattform hat Aegon dabei ein ausgereiftes Case-Management-System zur Hand, mit dem Workflows automatisiert und Fortschritte und Ergebnisse gemessen werden. Das Case-Management priorisiert für Aegon alle Rückrufaktivitäten; sowie das Auslösen von Neubefragungen sobald diese Anrufe abgeschlossen wurden.

Die Auswirkung auf den NPS und Werterhaltung wurden gemessen und im Unternehmen publiziert, um den Fokus auf den Kundenservice weiter zu erhöhen. Seit der Einführung wurde Aegon Cares auch um ein Social-Media-Angebot erweitert, das zu einer Erhöhung der Abschlüsse führte und insbesondere von Kunden, die bevorzugt online interagieren, sehr gut angenommen wurde.

Die Zahlen sprechen für sich

In den ersten Monaten des Jahres 2017 wurde von Aegon Cares eine Kundengruppe mit einem niedrigen Gesamt-NPS von -87 angerufen. Dem Call-Back-Kontakt des Aegon-Cares-Team folgend wurden genau dieselben Kunden noch einmal befragt, um sicherzustellen, dass ihre Probleme gehört und befriedigend gelöst worden waren.

„Nachdem diese Telefonate erfolgt waren, drehte diese Niedrig-Score-Gruppe sich plötzlich in ihrer Grundeinstellung! Sie hatte jetzt einen NPS von +14“, berichtet O’Connor. „Das verdanken wir der großartigen Arbeit des Kundenservice-Teams – das wiederum perfekt durch die von der InMoment-Plattform bereitgestellten Informationen auf die Gespräche vorbereitet wurde.“

Zusammenfassung

Mit der Akquisition der Investmentplattform Cofunds sprang Aegon 2016 von Platz 14 der größten Plattformanbieter auf Platz 1. In einem derartigen Wachstumsprozess die Markttransparenz für seine Kunden zu pflegen, ist insbesondere in der Versicherungsbranche wichtiger als je zuvor und schafft Vertrauen. Das Feedback und die von InMoment generierten erweiterten Dashboards erhöhen die CX-Transparenz für die internen Teams – und damit auch die Transparenz nach außen.

„InMoment schuf uns so einen echten Marktvorteil. Wir können unsere Kunden jetzt mit dem größtmöglichen Vorwissen gezielt beraten“, berichtet Iain O’Connor. „Mit den neu verfügbaren Kundeninformationen sind wir in der Lage, besser und viel strategischer in eine optimale Customer Experience zu investieren. Und wir sind selektiver geworden – wir investieren nur noch, wenn wir alle Kundenanforderungen berücksichtigt haben – die Maßnahmen, die wir jetzt einleiten, konzentrieren sich somit von Anfang an auf die tatsächlichen Bedürfnisse unserer Kunden“, sagt O’Connor. „Seit wir ihre Wünsche antizipieren, zuhören und direkt darauf eingehen können, sind wir zu einem wirklich kundenzentrierten Unternehmen geworden.“

Bei weiteren Fragen oder wenn Sie eine Produktdemonstration wünschen, dann rufen Sie uns an unter:

DACH	GB & IRLAND	NORDAMERIKA	ASIEN-PAZIFIK
+49 (0) 40 369 833 0	+44 (0) 1494 590 600	1-800-530-4251	61 (2) 8397 8131

oder senden Sie uns eine E-Mail an sales@inmoment.com

CS-00888-03 | © 2020 INMOMENT, INC