



Kundenerfahrung im Versicherungswesen

Persönlicher Service und Unterstützung stehen im Vordergrund



Inhaltsverzeichnis

03 Einführung

04 Befähigung der Kunden zur Selbsthilfe

- 04 Hiscox: Kommunikation nutzen, um das Serviceerlebnis zu verbessern
- 04 Besserer Selfservice durch Automatisierung

06 Mitarbeitern helfen, sich mehr auf die Kunden und weniger auf die Technologie zu konzentrieren

- 06 Encova: Auswertung der Kundenstimmung zur Steigerung der Kundenbindung
- 07 Einfacher Zugang für Mitarbeiter zu den benötigten Informationen und Tools

08 Optimieren der Prozesse zur Unterstützung eines besseren Service

- 08 Generali Group: Einsatz von KI für intelligentere Prozesse und besseren Service
- 09 Aufbau von Prozesseffizienz für ein kundenzentriertes Unternehmen

10 Kundenerfahrung als Inhalt der Unternehmenspolitik

11 Übersicht über Anwendungsfälle der Automatisierung

12 Die Partnerschaft zwischen UiPath und AWS

- 13 UiPath mit Amazon Connect
- 13 Contact Center Intelligence mit AWS und UiPath
- 14 Erste Schritte mit UiPath in AWS



Erfolg über die gesamte Kundenerfahrung hinweg sichern

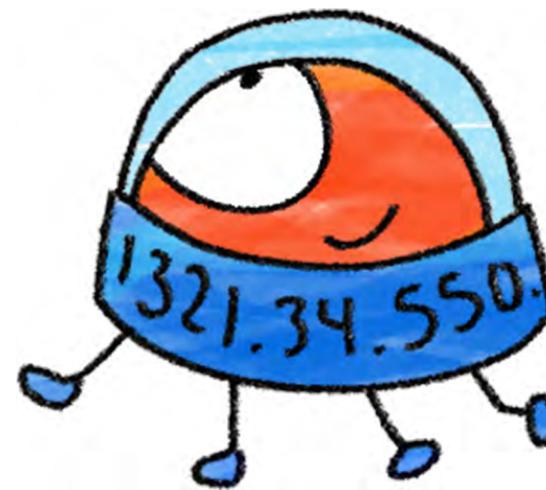
Wenn Sie heutzutage etwas Zeit im Internet oder vor dem Fernseher verbringen, werden Sie irgendwann eine Werbung für eine Versicherungsgesellschaft sehen. Sie sind überall. Es ist das Zeichen einer Branche, die sich neu erfindet. In einem wettbewerbsintensiven Markt, in dem es einfacher denn je ist, den Anbieter zu wechseln, suchen die Unternehmen nach Möglichkeiten, sich von der Masse abzuheben und neue Kunden zu gewinnen – und gleichzeitig die bestehenden zufriedenzustellen.

Gleichzeitig steigen aber auch die Prämien. Und die Versicherungsnehmer haben hohe Erwartungen an die Qualität der Dienstleistungen und der Unterstützung, die sie erhalten. Wenn Kunden mehr bezahlen, erwarten sie auch mehr. Diese gestiegenen Erwartungen erfolgreich zu erfüllen, ist jedoch eine Herausforderung – vor allem, wenn Versicherer nicht immer das Personal aufstocken können, das sie für einen besseren Service auf breiterer Basis benötigen.

Aus diesem Grund setzen so viele führende Versicherungsunternehmen auf KI-gestützte Automatisierung. Sie hilft ihnen, die vielfältigen, personalisierten Erfahrungen zu bieten, die Kunden erwarten, ohne sie mit höheren Kosten und Verwaltungsaufwand zu belasten.

Die Kombination von KI und Automatisierung verändert den Selfservice, stärkt die Mitarbeiter des Kundencenters und gewährleistet die betriebliche Effizienz, die die Grundlage für einen hervorragenden Kundenservice ist. Sie helfen Versicherern, die Stimmung ihrer Kunden zu erkennen, die Kundenabwanderung zu verringern, die Arbeitszufriedenheit ihrer Mitarbeiter zu verbessern und Back-Office-Prozesse zu transformieren, um bessere Erfahrungen zu ermöglichen.

Kurz gesagt: KI-gestützte Automatisierung stattet Versicherer mit den Tools und Informationen aus, die sie benötigen, um ihren Kunden den Service und die Unterstützung zu bieten, die sie in einer neuen Ära der Herausforderungen erwarten. Lassen Sie uns einen genaueren Blick darauf werfen.



Befähigung der Kunden zur Selbsthilfe

Versicherungen können für Versicherungsnehmer ein rätselhaftes Thema sein. Die Menschen wissen, dass sie eine Versicherung brauchen, aber sie verstehen nicht immer die Feinheiten des Underwritings und der Schadenbearbeitung, die die Branche bestimmen – ganz zu schweigen vom Jargon und den Bedingungen ihrer Verträge. Dafür sind sie auf die Vertreter der Versicherungsanbieter angewiesen. Aber Versicherungsnehmer haben sehr klare Vorstellungen vom Service, den sie erwarten.

Die Onlinerevolution hat die Regeln für die Art und Weise, wie Verbraucher mit Dienstleistungsunternehmen interagieren möchten, neu geschrieben. Für die Versicherer besteht die Herausforderung darin, dass die Zahl der grundlegenden Dienstanforderungen ständig steigt – und auf einem angespannten Arbeitsmarkt ist es eine ständige Herausforderung, genügend Talente zu finden, um die Nachfrage zu befriedigen. Und selbst wenn sie es könnten, wären die Personalkosten nicht tragbar. Infolgedessen verlängern sich die Wartezeiten, die Versicherungsnehmer sind frustriert, und die Kundenfluktuation steigt.

Besserer Selfservice durch Automatisierung

Dank KI-gestützter Automatisierung können Versicherungsnehmer jetzt ein breites Spektrum von Serviceaufgaben selbst erledigen. Sie können ihre Konten einrichten und verwalten, ihre Policen erneuern, Schadensfälle einreichen und nachverfolgen und Zahlungen abwickeln, ohne bei einem Kontaktzentrum anrufen und darauf warten zu müssen, dass ein Mitarbeiter diese Dinge für sie erledigt.

Hiscox

Kommunikation nutzen,
um das Serviceerlebnis
zu verbessern

Mit mehr als 75 Kontaktkanälen macht Hiscox seinen Kunden die Kontaktaufnahme leicht. Die Herausforderung besteht darin, diese Konversationen in dem Umfang zu verarbeiten, der für einen hochwertigen Service erforderlich ist. Details können leicht durch das Raster fallen, was zu Verzögerungen und Frustration bei den Versicherungsnehmern führt. Mit Communications Mining von UiPath kann Hiscox jedoch ein deutlich höheres Datenverkehrsaufkommen bewältigen – und das mit größerer Genauigkeit. Das Ergebnis ist eine bessere Kundenerfahrung, während gleichzeitig 370.000 £ in das Unternehmen zurückfließen und die Genauigkeit der Erstzuweisung von 3 % auf 96 % steigt.

[Mehr lesen](#) →

Die Branche befindet sich am Anfang einer neuen Ära, in der Versicherer ihren Kunden intelligente virtuelle Assistenten über Kanäle wie E-Mail und Live-Chat anbieten können. Diese Selfservice-Assistenten können auf die verschiedenen Systeme zugreifen, die der Kundenerfahrung zugrunde liegen, und die Informationen bereitstellen, um Kundenanfragen beim ersten Kontakt zu beantworten – und sie können Kunden bei der Erledigung vieler konto- und schadenbezogener Aufgaben begleiten.

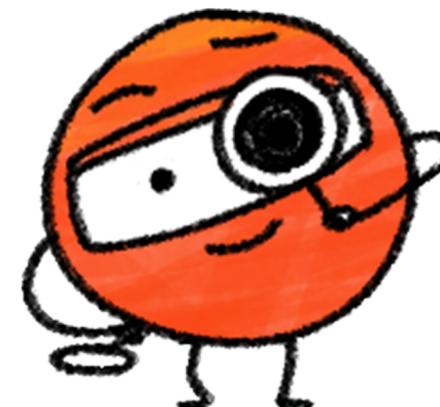
In ähnlicher Weise kann die KI-gestützte Automatisierung dazu beitragen, einige der häufigsten Serviceprozesse für Kunden zu optimieren. So wird beispielsweise bei Communications Mining modernste KI eingesetzt, um das Anliegen des Kunden zu erkennen und seine Stimmung anhand von Daten aus E-Mails und Chats einzuschätzen. Roboter können auf die extrahierten Daten reagieren, Systeme aktualisieren und sogar komplexe Anfragen bearbeiten. Mithilfe von Communications Mining lassen sich Aufgaben wie die Änderung von Policen, die Überprüfung des Versicherungsschutzes und die Überprüfung des Schadensstatus automatisieren. Kunden erhalten schnellere Lösungen, und Mitarbeiter können sich auf die Kundenbetreuung und komplexere Anfragen konzentrieren.

Mit KI-gestützten Selfservice-Funktionen ist Service immer verfügbar und auf die Bedürfnisse des Versicherungsnehmers zugeschnitten. Untersuchungen von UiPath zeigen, dass die Ausweitung des Selfservice den NPS um 5 Punkte verbessert, bei einem Zwanzigstel der Kosten. Und was gut für die Versicherungsnehmer ist, ist auch gut für den Versicherer. Die Befähigung der Kunden durch automatisierten Selfservice trägt dazu bei, den Andrang in den Callcentern zu verringern, die Betriebskosten zu senken und die allgemeine Kundenzufriedenheit und -bindung zu verbessern. Die Versicherer geben weniger aus, und die Kunden erhalten einen besseren Service. Das sind in jeder Hinsicht gute Bedingungen!

370.000 £

fließen zurück in das Unternehmen
bei gleichzeitiger Verbesserung der
Kundenerfahrung.

HISCOX



Mitarbeitern helfen, sich mehr auf die Kunden und weniger auf die Technologie zu konzentrieren

Welche Art von Fragen stellt ein Mitarbeiter im Kundencenter einer Versicherung bei einem typischen Anruf? Das ist natürlich eine Fangfrage, denn so etwas wie einen „typischen“ Anruf gibt es nicht.

Mitarbeiter müssen auf alles vorbereitet sein, von der Beantragung einer Police über die Erläuterung von Versicherungsdetails bis hin zur Behebung von Problemen bei der Schadensabwicklung. Dabei müssen sie sich durch mehrere, oft inkompatible Systeme bewegen, um die benötigten Informationen zu erhalten. Es ist die Aufgabe des Mitarbeiters, aus einer Vielzahl fragmentierter Quellen eine einheitliche Sicht auf den Versicherungsnehmer zu erstellen. Und das ist keine leichte Aufgabe – vor allem in einer Umgebung, in der die Leistung der Mitarbeiter an der durchschnittlichen Bearbeitungszeit (Average Handling Time, AHT) und der Erstlösungsquote (First Call Resolution, FCR) gemessen wird.

Anrufer möchten schnelle und präzise Antworten von ihren Versicherungsanbietern. Wenn also die richtigen Informationen schwer zu finden sind, verschlechtert sich die Arbeitserfahrung für die Mitarbeiter mit Kundenkontakt, denn sie sind diejenigen, die mit der Frustration der Anrufer umgehen müssen. Kein Wunder, dass die [Fluktuationsrate unter den Mitarbeitern bei fast 40 % liegt](#).

Die gute Nachricht: Die Automatisierung ist da, um zu helfen.



Encova

Auswertung der Kundenstimmung zur Steigerung der Kundenbindung

Das in Ohio ansässige Unternehmen Encova weiß, dass man genauso hart daran arbeiten muss, die bereits vorhandenen Versicherungsnehmer zu halten, wie neue an Bord zu holen. Daher suchte das Unternehmen nach einer besseren Möglichkeit, Kundendateien zu durchforsten und Kunden ausfindig zu machen, bei denen die Gefahr bestand, dass sie ihre Verträge kündigen.

UiPath unterstützte das Unternehmen bei der Automatisierung des Prozesses mit einem einzigen Roboter, der Daten von verschiedenen Websites abrufen, um die Stimmung zu ermitteln, und den Mitarbeitern per E-Mail Handlungsanweisungen zur Bindung von Risikokunden gibt. Insgesamt hat das Unternehmen 12 Prozesse und mehr als 30.000 Transaktionen automatisiert. Die Mitarbeiter verbringen weniger Zeit damit, Berge von Daten zu durchforsten, und haben mehr Zeit, den Kunden bei ihren Anliegen zu helfen.

[Mehr lesen](#) →

Einfacher Zugang für Mitarbeiter zu den benötigten Informationen und Tools

KI-gestützte Automatisierung kann Mitarbeitern eine zentrale Oberfläche zur Verfügung stellen, die Daten aus dem CRM-, Policen-, Schaden- und anderen wichtigen Systemen des Versicherers zusammenführt. Die Mitarbeiter verbringen weniger Zeit damit, zwischen den Systemen hin- und herzuwechseln, und haben mehr Zeit, sich mit den Bedürfnissen des Anrufers zu befassen. Sie haben Echtzeitzugriff auf Kundendaten und Einblicke in jede Interaktion, um Bearbeitungszeiten und Wartezeiten zu reduzieren.

Aber Automatisierung bedeutet mehr als nur einen einfacheren Zugang zu Informationen. Roboter können anhand der Bedürfnisse und der Vorgeschichte des Versicherungsnehmers sofort Vorschläge für die beste weitere Vorgehensweise unterbreiten. Sie können den Mitarbeiter auch durch komplexe Aufgaben führen, die nur schwer vorherzusehen und zu trainieren sind.

Am Ende der Interaktion fassen KI und Automatisierung die Interaktion zusammen, generieren Nachfass-E-Mails und eskalieren Probleme an Manager. KI-gestützte Automatisierung kann auch die Datenübermittlung an andere Abteilungen und deren Systeme rationalisieren. Mit anderen Worten: Sie kann einen großen Teil der Verwaltungsarbeit übernehmen, die früher die Aufgabe des Mitarbeiters war.

Die Versicherungskunden von heute haben eine große Auswahl. Und die Servicequalität der Vermittler kann ein entscheidendes Unterscheidungsmerkmal in einem wettbewerbsintensiven Markt sein. KI-gestützte Automatisierung macht aus guten Servicemitarbeitern großartige Mitarbeiter – und sie verbessert die Arbeitserfahrung der Mitarbeiter, sodass sie eher eine Karriere bei einem Arbeitgeber anstreben, der ihnen alles bietet, was sie brauchen, um erfolgreich zu sein.

25

Stunden pro Woche werden eingespart, sodass Mitarbeiter weniger Zeit mit dem Durchforsten von Datenbergen verbringen müssen und mehr Zeit haben, den Kunden bei der Lösung ihrer Probleme zu helfen.

ENCOVA

Optimieren der Prozesse zur Unterstützung eines besseren Service

[Schätzungsweise 16 % der Versicherungskunden](#) suchen jedes Jahr nach einem neuen Anbieter. Das ist eine beträchtliche Abwanderungsquote. Und es macht die Differenzierung im Wettbewerb zu einem Schlüsselfaktor für die langfristige Überlebensfähigkeit eines Versicherungsanbieters. Natürlich werden die Kunden bei ihrer Entscheidung immer Prämien, Selbstbeteiligungen und andere kostenbezogene Faktoren berücksichtigen. Aber das ist nur ein Teil des Gesamtbilds. Die Art und Weise, wie ein Versicherungsunternehmen sein Geschäft betreibt, kann den Ausschlag zu seinen Gunsten geben – und viele der betrieblichen Prozesse, die der Kunde nie zu Gesicht bekommt, spielen eine entscheidende Rolle.

Wie auch in vielen anderen Branchen verlassen sich die meisten Versicherungsanbieter auf einen Mix aus unterschiedlichen Systemen für Funktionen wie Vertragsverwaltung, Schadensmanagement, Compliance und Inkasso. Das bedeutet, dass wichtige Daten in Systemen gespeichert sind, die nicht miteinander kompatibel sind. Prozesse, die Betriebsgrenzen überschreiten, laufen nicht reibungslos und nahtlos ab, da verschiedene Abteilungen nicht problemlos zusammenarbeiten und Informationen austauschen können. Manuelle Aufgaben und Umgehungslösungen unterbrechen die Arbeitsabläufe, was zu Verzögerungen führt und die Fehleranfälligkeit erhöht. Außerdem ist es fast unmöglich, sich ein vollständiges und konsistentes Bild vom Kunden zu machen, um seine Bedürfnisse und seine Stimmung besser zu verstehen.



Generali Group

Einsatz von KI für intelligentere Prozesse und besseren Service

Für die Generali Gruppe bietet die Kombination von KI und Automatisierung das Potenzial, eine Reihe von manuellen Aufgaben zu transformieren und letztendlich Prozesse zu rationalisieren, um Kosten zu senken und den Service zu verbessern. KI-gestützte Roboter lesen nun Formulare, extrahieren relevante Informationen und schlagen basierend auf dem Inhalt die besten nächsten Maßnahmen vor. Das gibt dem Kundensupport-Team mehr Zeit, mit seinem Fachwissen auf die Bedürfnisse der Kunden einzugehen.

[Mehr lesen](#) →

Aufbau von Prozesseffizienz für ein kundenorientiertes Unternehmen

KI-gestützte Automatisierung kann dazu beitragen, dass diese Prozesse hinter den Kulissen reibungslos ablaufen. Sie schließt die Lücken zwischen inkompatiblen Systemen und strafft den Informationsfluss und die Prozesse über Organisationsgrenzen hinweg.

Versicherungsanbieter können durch die Analyse von Kundenanfragen, Beschwerden, Abrechnungs- und Schadensstreitigkeiten und anderen Kennzahlen den nötigen Einblick erhalten, um Kundenabwanderung zu antizipieren. Und KI kann Empfehlungen für die beste Vorgehensweise geben, um aufkommende Probleme zu lösen und das Unternehmen auf Kurs zu halten und sich auf die Bedürfnisse der Versicherungsnehmer zu konzentrieren. Unternehmensleiter können die Ursachen für systemische Probleme besser erkennen und die Servicequalität verbessern, bevor sie sich auf die Kundenstimmung auswirkt.

Unterm Strich können Versicherer durch die Kombination von KI und Automatisierung ihre Kunden und die Herausforderungen des Wettbewerbs besser verstehen – und sie können schneller Maßnahmen ergreifen und die reibungslosen Prozesse schaffen, die Voraussetzung für einen marktführenden Kundenservice und -support sind. Wenn die Zeit für die Erneuerung der Police gekommen ist, unterschreiben die Kunden also eher bei dem Anbieter, von dem sie bereits wissen, dass er ihr Bestes im Sinn hat.



„Generali hat durch unseren Einsatz von Smart Automation viele Vorteile, darunter die Verringerung von Kosten und Verwaltungsaufwand, eine höhere Produktivität und eine verbesserte Arbeitsmoral, da wir uns jetzt auf Aufgaben mit Mehrwert konzentrieren können.“

PIERLUIGI SANNA
Smart Automation Technology Lead
Generali Group

Eine Unternehmenspolitik für Kundenerfahrung

Automatisierung ist der Mechanismus, um die Fähigkeiten der KI in reale Lösungen umzusetzen. Für Versicherer eröffnet die KI-gestützte Automatisierung neue Möglichkeiten für die Kundenerfahrung. Sie erweitert die Selfservice-Möglichkeiten und macht automatisierte Kanäle wie Chatbots relevanter und zufriedenstellender. Sie entlastet Mitarbeiter in Kontaktzentren von der Verwaltungsarbeit, die sie davon abhält, besseren Service zu bieten. Und sie rationalisiert die Begleitprozesse hinter den Kulissen, die für eine reibungslose und nahtlose Kundenerfahrung unerlässlich sind.

Führende Versicherungsunternehmen wissen, dass eine ansprechende, nahtlose Kundenerfahrung kein Nebengedanke sein sollte. Sie ist jetzt eine wettbewerbsentscheidende Notwendigkeit. KI-gestützte Automatisierung kann Versicherern dabei helfen, die Kundenerfahrung zur Grundlage einer nachhaltigen Marktführerschaft zu machen.

[Wenn Sie mehr über UiPath-Lösungen für Versicherungen erfahren möchten, besuchen Sie uns online →](#)



Übersicht über Anwendungsfälle der Automatisierung

Selfservice

- Kontoeinrichtung
- Kontoaktualisierungen
- Zusammenhang und Triage
- Policenadjustierungen
- Stornierung von Policen
- Hinzufügen einer Richtlinie
- Risikobewertung
- Erstellung von Unterkonten
- Schadenmanagement
- Überprüfung von Ansprüchen
- Zahlungsabwicklung
- Versicherungsnachweis

Mitarbersupport

- Einheitliche Sicht auf den Kunden
- Leitfaden für meine neue Forderung
- Leitfaden für meine Erneuerung
- Leitfaden zum Paket-Upsell
- Zusammenfassung der Kundeninteraktion
- Nachfassen bei Kunden
- Coaching und Beratung von Mitarbeitern
- Erstellung von Übergabeprotokollen

CX-Ops

- Anrufnachbearbeitung
- Kundenanalyse
- Überwachung der Servicequalität
- Vorhersagbare Abwanderung
- Überwachung der SLA-Einhaltung



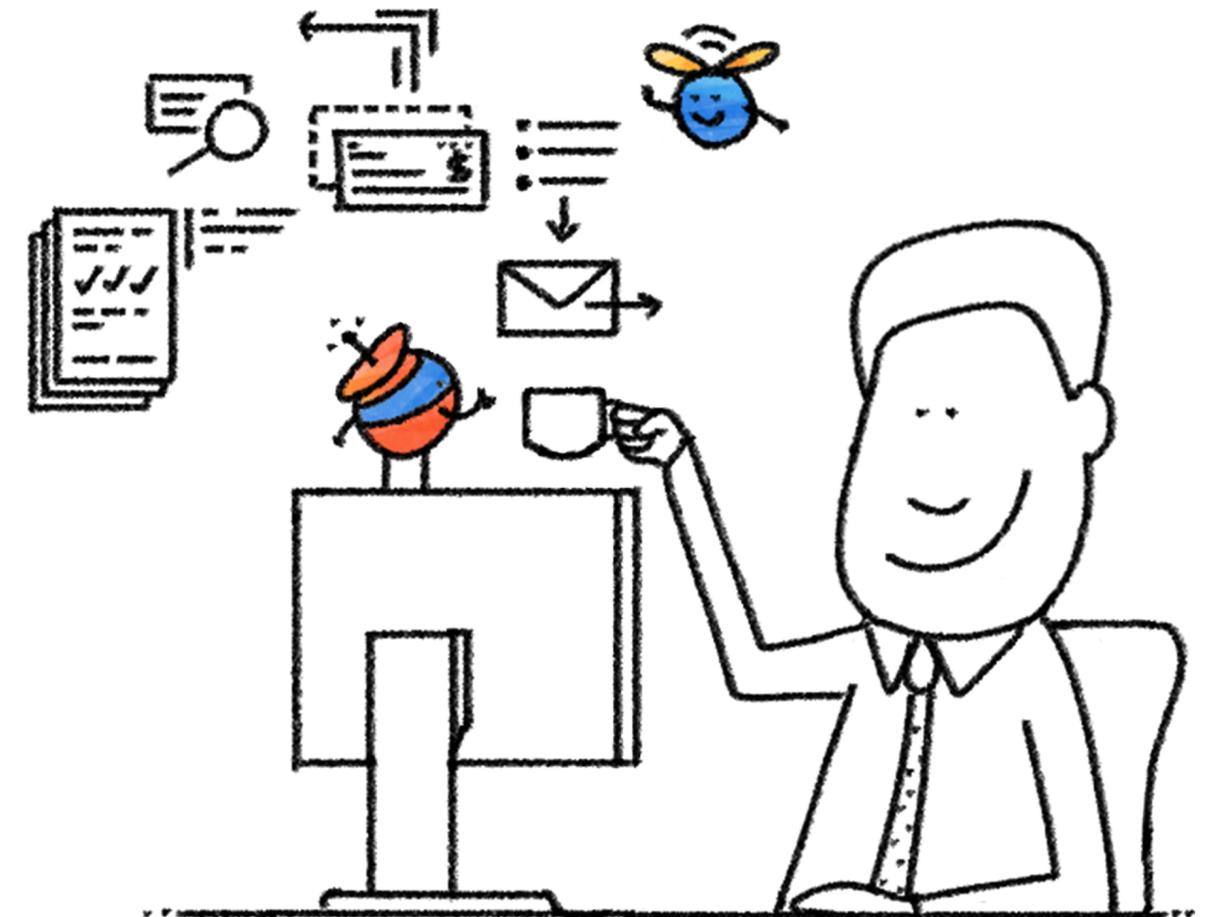
Die Partnerschaft zwischen UiPath und AWS

Die Ausführung von UiPath in Amazon Web Services (AWS) ist ein sinnvoller Schritt für die Verantwortlichen im Bereich Kundenerfahrung und Kundenservice.

Die cloudbasierte Infrastruktur von AWS bietet Skalierbarkeit und Flexibilität und passt sich an wechselnde Anforderungen an. Die KI-gestützte Automatisierung von UiPath in Verbindung mit Diensten wie Amazon Connect und AWS Contact Center Intelligence optimiert die Kundeninteraktionen und erhöht die Zufriedenheit.

Integrieren Sie die KI-gestützte UiPath Business Automation Platform mit der unternehmensfähigen AWS-Cloud-Infrastruktur, den KI-Services und den Cloud Contact Center-Lösungen. Richten Sie Entwicklungs-, Test- und Produktionsumgebungen schnell in der Cloud ein.

UiPath ist ein AWS Advanced Technology-Partner im AWS-Partnernetzwerk.



UiPath mit Amazon Connect

Die Herausforderung:

Interaktive Sprachdialogsysteme (Interactive Voice Response, IVR) sind oft die erste Anlaufstelle für Kunden. IVRs können nur schwer Selfservice-Lösungen für Kunden anbieten, da die meisten nur in der Lage sind, sich mit Systemen zu verbinden, die über eine API zugänglich sind. Viele Kontaktzentren haben einige Systeme, die nicht über eine API zugänglich sind. Infolgedessen werden viele Kundenanfragen an menschliche Mitarbeiter weitergeleitet, was die Kapazitäten der Mitarbeiter überlastet, die durchschnittliche Bearbeitungszeit erhöht und die Kundenzufriedenheit senkt.

Die Lösung:

Die Bereitstellung von UiPath Unattended Robots zusammen mit Amazon Connect hilft bei der Lösung von Kundenproblemen mit einem effektiveren Selfservice und verbessert die Auslastung der menschlichen Mitarbeiter, indem das Anrufvolumen um bis zu 50 % reduziert wird. Die UiPath-Integration mit Amazon Connect ermöglicht eine Zero-Touch-Kundenerfahrung, sodass Sie das Anrufvolumen reduzieren und Mitarbeiter für die Bearbeitung komplexer Kundenprobleme freistellen können.

Das Ergebnis: Verbesserte Kunden- und Mitarbeitererfahrungen, erhöhte Genauigkeit, reduzierte durchschnittliche Bearbeitungszeit (AHT) und eine Beschleunigung der digitalen Transformationsinitiativen der Kunden, was zu einem schnellen Return on Investment führt.

Contact Center Intelligence mit AWS und UiPath

Die Herausforderung:

Kundencenter jonglieren mit vielen Technologien und verwenden häufig eine Mischung aus modernen, älteren und selbst entwickelten Systemen in ihren Front- und Backoffices. Getrennte Systeme bedeuten, dass die Mitarbeiter für einen bestimmten Serviceprozess manuell zwischen mehreren Systemen wechseln müssen, und die Kunden können ihre Probleme nicht im Self-Service lösen. Infolgedessen kommt es bei vielen Mitarbeitern zu Engpässen, die sich direkt auf das Kundenerlebnis auswirken.

Die Lösung:

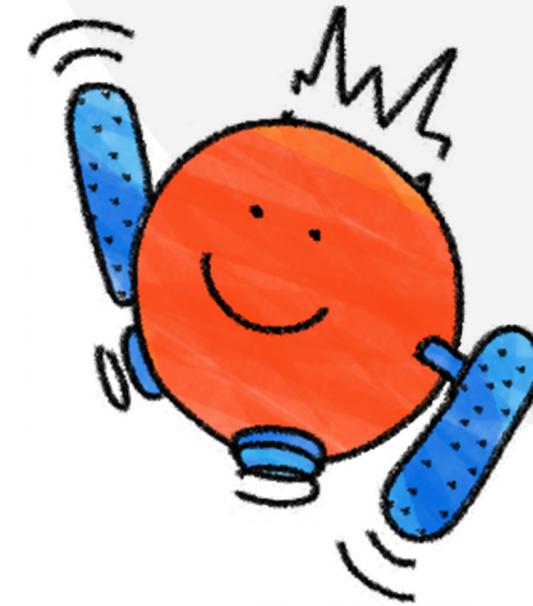
Mit UiPath + AWS Contact Center Intelligence werden mehr Kunden für den Self-Service aktiviert und Mitarbeiter mit den für die Kundenbetreuung erforderlichen Tools ausgestattet. Das Ergebnis: Eine Verringerung der durchschnittlichen Anrufbearbeitungszeit, eine höhere Kundenzufriedenheit, eine höhere Mitarbeiterzufriedenheit und damit eine höhere Mitarbeiterbindung im Kundencenter. All diese Faktoren senken die Kosten im Kundencenter und sorgen für außergewöhnliche Kundenerlebnisse.

Erste Schritte mit UiPath in AWS

Finden Sie heraus, wie UiPath und Amazon Connect Ihnen helfen können, bessere Erfahrungen für Kunden und Mitarbeiter zu schaffen.

[Laden Sie unser Whitepaper herunter](#) →

[Weitere Informationen zu unserer Partnerschaft finden Sie auf der UiPath-AWS-Seite](#) →



Informationen zu UiPath

UiPath (NYSE: PATH) hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Wissensarbeit zu verbessern, damit mehr Menschen kreativer, kooperativer und strategischer arbeiten können. Die KI-gestützte UiPath Business Automation Platform kombiniert die führende Lösung für die Automatisierung robotergestützter Prozesse (Robotic Process Automation, RPA) mit einer umfassenden Suite von Funktionen zum Verstehen, Automatisieren und Betreiben von End-to-End-Prozessen und bietet eine noch nie dagewesene Wertschöpfung. Für Unternehmen, die sich weiterentwickeln müssen, um in Zeiten des zunehmenden Wandels zu überleben und zu gedeihen, ist UiPath die Foundation of Innovation™. Weitere Informationen finden Sie unter www.uipath.com.