

Česká pojišťovna se obrátila na IBM ve snaze personalizovat svou nabídku pro zákazníky

S přibližně 1000 hodinami volání každý den, Česká pojišťovna potřebuje lepší přehled o svých zákaznících.

Prague - 11 IV 2017: Společnost IBM (NYSE: IBM) oznámila, že Česká pojišťovna, lídr na pojišťovacím trhu v České republice a člen skupiny Generali, představila Expert Multichannel Multilingual Analyst platformu (EMMA) poháněnou řešením IBM Watson Explorer, která sdružuje a propojuje klientská data z různých kanálů. EMMA byla vyvinutá zlatým IBM byznys partnerem, společností Datera a pomocí pokročilé obsahové analýzy třídí nestrukturované informace a objevuje v nich nové příležitosti na trhu.

Call centrum České pojišťovny odbavilo loni více než 3 600 000 hovorů a dalších 600 000 kontaktů se uskutečnilo prostřednictvím e-mailu nebo live chatu.

„Konkurence v pojišťovacím byznysu je rok od roku silnější a vyhrává tady ta pojišťovna, která nabídne prvotřídní služby. Zákazník dnes vyžaduje nadstandardní servis, a především individuální přístup,“ říká Miroslav Sovják, šéf Klientského servisu České pojišťovny.

„Naši lidé na telefonu denně stráví kolem 1000 hodin, dosud jsme se spoléhali jen na manuální metody kontroly – například zpětné poslouchání nahrávek, a analyzovali jen asi dvě procenta hovorů. IBM a Datera nám otevřeli zcela nový svět, a umožnili nám získat nové informace, které nám pomohou dělat správná rozhodnutí.“

Call centrum stojí v první linii v boji o udržení a získání zákazníka. Lepší představu o jeho konkrétních požadavcích bude mít ta pojišťovna, které se podaří lépe analyzovat data získaná z uskutečněné komunikace a nabídnout pojistnou ochranu šitou na míru. Procházení telefonních záznamů pomáhá České pojišťovně pochopit, jak operátoři se zákazníky mluví, a najít místa, kde se mohou zlepšit.

Díky řešení EMMA je nyní Česká pojišťovna schopna odhalit nové trendy i tam, kde dosud zůstávaly nepovšimnuty. EMMA kupříkladu vyhodnocuje výkon operátorů a jejich hovory kategorizuje. Pozná, jestli jsou v telefonátu řešeny pojistné nároky, zda klient reaguje na novou nabídku, nebo prodlužuje pojistné smlouvy.

„Otevřeli jsme klientovi úplně nový pohled na svět. Zatímco v minulosti byla Česká pojišťovna schopna analyzovat jen asi 2 % hovorů, dnes je schopna obratem analyzovat až 100 % kontaktů se zákazníky. Lépe reaguje na potřeby klientů a nové příležitosti, čímž zvyšuje svoji konkurenceschopnost a její management dělá mnohem lepší rozhodnutí. Zatím se ale dostali jen trochu pod povrch a těším se, až využijí všechny možnosti řešení,“ popisuje Jan Rancák, partner společnosti Datera.

„IBM Watson Explorer poskytuje jednotnou platformu pro analýzu dat. Pomocí výkonných analýz obsahu a schopnosti zpracování přirozeného jazyka dokáže Česká pojišťovna odhalit nové vzory a trendy ve svých zákaznických datech, které předtím nechala bez povšimnutí. Společnost využívá Watson Explorer pro kategorizování přijímaných hovorů, ať už se týkají nároků zákazníků, inkasa, či nových produktů a identifikovat společná nebo významná témata. S lepším pochopením zákaznických dotazů a vyhodnocováním efektivitu pracovníků podpory klientů má Česká pojišťovna lepší přehled o dotazech kontaktního centra, a může tak zlepšit úroveň poskytovaných služeb,“ říká Roman Mentlík, ředitel pro finanční instituce společnosti IBM.

Díky nové technologii teď Česká pojišťovna může lépe cílit na konkrétní zákazníky a jejich potřeby. Dokáže mnohem rychleji identifikovat časté dotazy klientů, a tím umožní operátorům připravit podrobné návody na jejich řešení. Call centrum nyní pracuje rychleji a dokáže obsloužit vyšší počet volajících.

Nové řešení pomáhá také při vyhodnocování marketingových a obchodních aktivit a Česká pojišťovna má díky němu lepší data pro realizaci kampaní a nabídek šitých na míru. Dokáže tak vycházet vstříc nadstandardním přáním zákazníků a poskytnout jim to, co požadují, individuální přístup.

Informace o kontaktu

Vladislav Doktor

IBM Central External Communications Manager vladislavdoktor@sk.ibm.com

<https://cz.newsroom.ibm.com/2017-04-11-Ceska-pojistovna-se-obratila-na-IBM-ve-snaze-personalizovat-svou-nabidku-pro-zakazniky>