

UNBLU CASE STUDIES

Raiffeisenbank steigert Produktkonversion mithilfe von Unblu

unblu



**Raiffeisen
BANK**



Kontext

Die Raiffeisenbank mit Sitz in Prag in der Tschechischen Republik ist Teil des RBI-Konzerns – und die viertgrößte Bank in den Märkten Zentral- und Osteuropas, in denen sie tätig ist. Die Raiffeisenbank ist auf universelle Bankdienstleistungen für Unternehmen und Privatpersonen spezialisiert und betreut insgesamt über 1,4 Millionen Kunden. Über alle Produkte und Dienstleistungen hinweg erfreut

sich die Bank einer hohen digitalen Akzeptanz: 79 % der Kunden nutzen jeden Monat Online- oder mobile Kanäle, 68 % sogar durchschnittlich 30 Mal pro Monat. Um den Ruf als erstklassiger Anbieter von digitalem Kundenservice aufrechtzuerhalten, erkannte das Team die Notwendigkeit, die Kontaktzentren durch Verringerung der Telefonanrufe zu entlasten.

Ziele



Verteilen der Arbeitslast auf einzelne Kontaktzentrum-Kanäle



Bewahren des hohen Kundendienst-Niveaus, für das man bekannt war

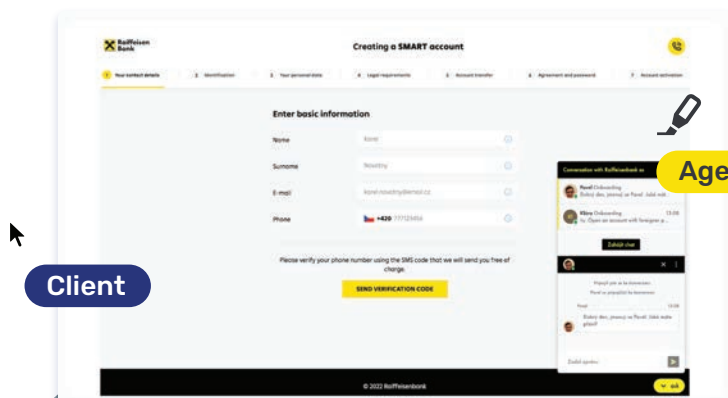
LÖSUNGSANSATZ: 1. Phase

Zu Beginn der Zusammenarbeit mit Unblu im Jahr 2020 identifizierte die Raiffeisenbank die Live Chat-Funktionalität als effizienteste Methode, um die Belastung der Telefon- und E-Mail-Kanäle zu reduzieren und den Kunden gleichzeitig hochwertigen Support zu bieten.

Die Umstellung auf den Live-Chat führte zu einer Reduzierung der Telefon- und E-Mail-Anfragen.

Allerdings nahmen die Anfragen insgesamt zu, da nun eine schnellere und effizientere Serviceoption zur Verfügung stand. Um dem entgegenzuwirken, trainierte die Raiffeisenbank ihren Chatbot mithilfe von Daten aus der Live-Chat-Software und begann so, einfache Anfragen zu beantworten.

In der Folge war es jetzt möglich Kundenanfragen mit größerem Supportaufwand in persönlichen Gesprächen zu ermöglichen.



LÖSUNGSANSATZ: 2. Phase

Jenseits der Software: wie die Raiffeisenbank mithilfe von Unblu Mehrwert schafft

Maximierung der Konversion mit Service-to-Sales-Angeboten

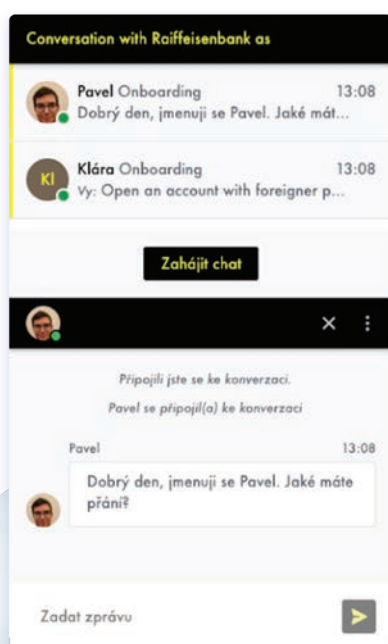
Auf der Grundlage von Next-Best-Offer-Kampagnen gewinnen Service-to-Sales-Angebote Erkenntnisse aus jeder Kundeninteraktion – ob im Live-Chat oder am Telefon – um ein Produkt zu empfehlen, das für den Kunden von Interesse sein könnte.

Da ein zufriedener Kunde mit größerer Wahrscheinlichkeit einen Kauf tätigt, bieten die Mitarbeiter am Ende jeder erfolgreichen Interaktion Produktdienstleistungen an, die auf einer Empfehlung aus dem CRM der Bank basieren.

Eine ähnliche Initiative gibt es für Seiten, die eine hohe Kaufabsicht aufweisen

(z. B. spezielle Landing-Pages zur Unterstützung einer laufenden Marketinginitiative). Auf diesen Seiten wird der Live-Chat angezeigt und hat Vorrang vor dem Chatbot, um Kundeninteraktionen und Konversionen zu fördern.

Von 12.000 Live-Chat-Sitzungen hatten 6.400 das Potenzial, zu einem neuen Upsell zu führen – was letztendlich zu 320 neuen Abschlüssen führte, also einer Konversionsrate von 5 % im August 2022. Diese Zahl stieg im darauffolgenden September auf 8 %. Dies bestätigt, dass Kunden bereit sind, Geschäfte über digitale Kanäle abzuschließen.



ask



„Ausgezeichneter Kundenservice schafft eine Basis, die sämtliche Cross- und Upsell Optionen möglich macht, und ein Omnichannel-Ansatz ist dafür unerlässlich. Wir müssen dort sein, wo der Kunde interagieren möchte, und eine Vielzahl von Optionen je nach Vorliebe anbieten. Genau dabei hilft uns Unblu.“



Michal Plzak

Leiter des Bereichs Digital Banking bei der Raiffeisenbank, Tschechische Republik

Ergebnisse

🕒 6 min

Durchschnittliche
Bearbeitungszeit im
Live-Chat

↑ 2x

Produktivität der
Mitarbeiter

★ 4.1/5

Durchschnittliche
Kundenzufriedenheit
2022

↑ 4x

Konversionsrate für
digitale Verkäufe nach
9 Monaten

Einsatz von Co-Browsing für ein Kundenmigrationsprojekt

Aufgrund des Erfolgs im Servicekontext wurden Co-Browsing und Live-Chat auch zur Unterstützung einer großen Kundenmigration eingesetzt. 2021 übernahm Raiffeisen die Equa Bank, die auf das Kundenkreditgeschäft spezialisiert ist und knapp 500.000 Kunden zählt.

Im Rahmen der Integration migrierte Raiffeisen diese Kunden auf ihr Frontend. Co-Browsing und Live-Chat halfen den Servicemitarbeitern dabei, die Kunden während der Migration zu begleiten.

Möchten Sie mehr über Unblu erfahren?

Besuchen Sie www.unblu.com/resources für Zugriff auf Webinare,
Dokumente und Anwendungsfälle rund um unsere
Funktionen und Lösungen.

Schicken Sie uns bei Fragen gerne eine E-Mail an sales@unblu.com

