

Riyad Bank

Riyad Bank erhöht Kundenzufriedenheit mit Verint deutlich

Die Herausforderung

Die Riyad Bank ist eines der größten Finanzinstitute im Königreich Saudi-Arabien und im Nahen Osten und bietet eine breite Palette innovativer, Scharia-konformer Finanzierungslösungen über ein mehrkanaliges, multinationales Netzwerk.

Die Riyad Bank ist davon überzeugt, dass großartige Serviceerlebnisse nicht von ungefähr kommen: Um erfolgreich zu sein, müssen sie auf detaillierten, aussagekräftigen Informationen beruhen. Dafür - und um besser, intelligenter und profitabler zu werden - suchte die Bank nach innovativen neuen Wegen, um Kundenfeedback zu erfassen, zu analysieren, nachzuverfolgen und darauf zu reagieren.

In der Vergangenheit setzte Riyad Bank auf telefonische Kundenbefragungen, um diese Informationen zu sammeln. Acht Telefonagenten führten durchschnittlich 3.000 Net Promoter Surveys (NPS) pro Monat durch. Die Bank suchte nach Möglichkeiten, diesen Ansatz durch einen moderneres Customer Experience (CX)-Management zu ersetzen.

Die Abhängigkeit vom Menschen bei der Durchführung der Befragungen führte zu unbeabsichtigten Verfälschungen aufgrund von Vorannahmen und damit zu Daten niedrigerer Qualität. Darüber hinaus war der Prozess nicht skalierbar: Die Generierung von statistisch relevantem Feedback zu allen Kontaktpunkten hätte sehr viele Interviews erfordert. Darüber hinaus hätte der Feedback-Prozess sowohl technisch als auch fachlich geändert werden müssen.

„Als ich das erste Mal die CX-Berichte las, stand dort, dass die Bank eine Kundenzufriedenheitsrate von 98 Prozent hat. Allerdings war ich skeptisch, was die Qualität dieser Daten betrifft, da die Telefoninterviews unbeabsichtigt verfälscht worden waren und die Rücklaufquote nur ein Prozent betrug“, sagt Peter Halsor, Chief Customer Experience Officer der Riyad Bank. „Wir erachteten es als wichtig, das Einholen von Kundenfeedback an mehr Kontaktpunkten automatisieren, um menschliche Fehler und Verfälschungen zu reduzieren, zuverlässigere, qualitativ hochwertigere Daten für die CX-Analyse zu generieren und den Feedback-Mechanismus zu skalieren.“

Die Lösung

Verint ist bereits ein wichtiger Partner für die Bank und die Verint® Enterprise Experience™ Lösung bietet einen bewährten Ansatz mit vielen Funktionalitäten für die Generierung von Kundenfeedback in großem Ausmaß. Die Bank kann am Ende einer Umfrage automatisch Fälle anlegen, so dass sie nahezu in Echtzeit auf Kundenfeedback reagieren kann. Integrierte Workflows stellen sicher, dass Fälle unternehmensweit vom richtigen Team betreut werden und ermöglichen nach ihrem Abschluss Ursachen zu analysieren.

Die Riyad Bank nutzt die Verint Enterprise Experience Software als Software-as-a-Service (SaaS)-Modell und als Standard, um Maßnahmen und Verantwortlichkeiten zu steuern und die CX zu erhöhen. Kunden- und unternehmensinitiiertes Feedback kann ebenfalls von allen Kanälen erfasst werden. Das Filialnetz ging zuerst live.

„Das Cloud-Modell macht den Einsatz extrem schnell und einfach - und durch die Erfahrung und die Erfahrung des Verint-Teams wurde es noch leichter“, sagt Peter.

Kunden Fallstudie



Lösung

Verint® Enterprise Experience™



Branche

Finanzdienstleistung



Region

Arabisches Königreich

Ergebnisse

- Reduzierung der Bearbeitungszeit von Krediten um 50 %
- Durchführung von 267 % mehr NPS-Befragungen
- Versetzung von 8 Mitarbeitern in andere Abteilungen der Bank
- Durchführung von 100.000 Umfragen seit dem Start

“ Verint hat bei fast allen von uns bewerteten Kriterien besser abgeschnitten als andere Anbieter. Die Menschen, der Support und die Technik sind erstklassig. Die Case-Management-Funktionalität ermöglicht der Bank beispielsweise, Feedback abschließend zu bearbeiten. Sie öffnet die Fälle für die Filialleiter automatisch, um sie mit dem Kunden auf der Grundlage seiner Antworten zu besprechen und sofort Maßnahmen zu ergreifen - die IT muss nicht einbezogen werden.

– Peter Halsor, Chief Customer Experience Officer, Riyad Bank

Nachdem ein Kunde eine Filiale der Bank besucht hat, erhält er eine Nachricht, die ihn zur Teilnahme an einer kurzen Umfrage auffordert. Die Nachricht ist für die Beantwortung auf vielfältigen Endgeräten optimiert, u.a. auf für Mobiltelefone. Das Feedback wird in Echtzeit erfasst und mit den Kundendaten aus dem Data Warehouse der Bank abgeglichen, wie z.B. der besuchten Filiale, demographischen Daten und der Art der Transaktion. Wenn Handlungsbedarf entsteht - z.B. wenn der Kunde eine Leistung beanstandet oder besonders niedrig bewertet hat - wird ein Fall angelegt und der Filialleiter kann sich mit dem Kunden in Verbindung setzen. Alle diese Schritte geschehen ganz ohne den Eingriff der IT-Abteilung.

Rund 400 Benutzer arbeiten mit Verint Enterprise Experience und bis zu einer Million Umfragen wurden beantwortet. Dem Einsatz in der Filiale folgt nun die Implementierung online und im Call-Center.

Echtzeit-Analysen, Dashboards und Berichte ermöglichen Peter und seinem Team, schnell Stimmungen zu erfassen, Trends und aufkommende Probleme zu erkennen und unternehmensweit Informationen auszutauschen. In der Vergangenheit hatte sich ein Kunde beispielsweise beim Telefonagenten generell über einen „langsamen Service“ beschwert, nur um das Feedback-Gespräch abzukürzen. Mit Hilfe der intelligenten Feedback-Informationen im Verint-System kann das Team nun die spezifische Ursache dieser Beschwerde herausfinden - zum Beispiel ein Problem mit der Hinterlegung eines Begünstigten. Es kann sofort Maßnahmen ergreifen, um das Problem zu lösen.

Die Vorteile

Nach der erfolgreichen Implementierung profitiert die Riyad Bank von dem Verint Enterprise Experience. Die Bank hat:

- die Bearbeitungszeit von Privatdarlehen von knapp vier Tagen auf zwei Tage verkürzt (vom Eingang des Antrags bis zur Einzahlung auf das Kundenkonto)
- das Volumen der abgeschlossenen NPS-Befragungen von 3.000 auf 11.000 pro Monat erhöht
- die Rücklaufquote von einem Prozent auf fünf Prozent erhöht
- acht Mitarbeiter versetzt, die zuvor den Feedback-Prozess an andere Abteilungen weitergeleitet hatten, und die Kosten entsprechend reduziert
- mehr als 100.000 Umfragen seit Einführung des Umfragemanagementsystems durchgeführt
- die Qualität der Umfragen „signifikant“ erhöht, gemessen mit einer bankinternen CX-Reifegradstudie
- die Kundenzufriedenheit durch das Customer Case Management erhöht
- NPS und Kundenzufriedenheit in die Aktivitäten der Bank integriert, um den Service kontinuierlich zu verbessern

„Es ist ein Customer Engagement-System, das alles verändert“, erwähnt Peter. „Zum ersten Mal können wir in Echtzeit sehen, was unsere Kunden von unserem Service halten. Wir können dann sofort etwas unternehmen, um den Service zu verbessern und die Kundenzufriedenheit und -loyalität zu erhöhen.“

Lernen Sie mehr über die
Verint Customer Engagement Solutions
www.verint.com



The Customer Engagement Company™

Europe, Middle East & Africa

info.emea@verint.com

+44(0) 1932 839500

Americas

info@verint.com

1-800-4VERINT

Asia Pacific

info.apac@verint.com

+ (852) 2797 5678



verint.com



twitter.com/verint



facebook.com/verint



blog.verint.com