



## Telemarketing: BNP Paribas Cardif setzt auf Qualitätskontrolle

**BNP Paribas Cardif nutzt die Echtzeit-Sprachanalyse-Software „ELSBETH VocalCoach“ von Enghouse Interactive für die Kundenkommunikation.**

**Der unmittelbare Kundenkontakt ist für viele Unternehmen ein wichtiges Aushängeschild. Gerade für Versicherungen, die meist erst im Schadensfall kontaktiert werden, spielt ein guter Kundenkontakt eine übergeordnete Rolle. Bei BNP Paribas Cardif, einem der Marktführer für Spezialversicherungen in Deutschland, sind hochwertiges Qualitätsmanagement, hohe Kundenzufriedenheit und Kompetenz bei Service und Beratung im Bereich der Outbound-Kommunikation von zentraler Bedeutung. Für die Qualitätssicherung von Gesprächen zur Auftragserteilung und Verkaufsabschlüssen arbeitet der Versicherer mit Enghouse Interactive zusammen.**

Versicherungen setzen auf sachverständige Contact-Center-Agenten, um im Dialog mit ihren Kunden den bestmöglichen Service zu bieten. Zu ihren vielfältigen Aufgaben zählen die aktive Beratung am Telefon, die Auskunft über Leistungen, die Beantwortung von Kundenanfragen und die Entgegennahme von Reklamationen.

Für Versicherer wie BNP Paribas Cardif, bei denen über verschiedene Contact Center täglich mehrere hundert Verkaufsgespräche geführt werden, ist optimale Qualität im gesamten Kommunikationsprozess von entscheidender Bedeutung.

***„Ein fairer, vertrauensvoller sowie partnerschaftlicher Umgang mit Kunden ist für uns selbstverständlich“***

Thomas Wurl, BNP Paribas Cardif

„Ein fairer, vertrauensvoller sowie partnerschaftlicher Umgang mit Kunden ist für uns selbstverständlich“, sagt Thomas Wurl, Senior Expert Telemarketing bei BNP Paribas Cardif. Für die Aufzeichnung, Analyse und Auswertung der Gespräche nutzt BNP Paribas Cardif nun die Echtzeit-Sprachanalyse-Software „ELSBETH VocalCoach“ von Enghouse Interactive (siehe Kasten „Sprachanalyse in Echtzeit“). Die Software bietet die Möglichkeit, Zusammenhänge zwischen Redeverhalten der Agenten und den Erfolgskennzahlen eines Unternehmens (zum Beispiel der Anzahl von Verkaufsabschlüssen) aufzuzeigen und diese Daten für den täglichen Kundendialog nutzbar zu machen. „Insbesondere der genaue Wortlaut der Vertrags-

konditionen muss genau Wort für Wort vom Agenten abgelesen und von der Software erkannt werden“, sagt Dirk Ewert, Sales Manager bei Enghouse Interactive. Diese technische Unterstützung gewährleistet Sicherheit bei Unternehmen und Kunden gleichermaßen: Contact-Center-Agenten werden so dabei unterstützt, den Gesprächsleitfaden einzuhalten, auf vorgegebene Formulierungen zu achten und somit die Versicherungsverträge sicher abzuschließen. Innerhalb eines Tages bewertet die Sprachanalyse-Software alle Verkaufsabschlüsse vom Vortag. Erst dann wird der Vertrag fertig bearbeitet und der Kunde bekommt sein Willkommenspaket. Thomas Wurl zeigt sich mit der Automatisierung zufrieden: „Wir können heute die Qualität aller geführten Kundengespräche sicherstellen und diese zudem automatisch bewerten.“

**„Wir nutzen das Tool, um in den Gesprächen zu gewährleisten, dass Vertragsabschluss, rechtliche Aspekte sowie korrekte Formulierungen im Sinne des Kunden erfüllt werden.“**

Thomas Wurl, BNP Paribas Cardif

Nach einer kurzen Einweisung am Schulungszentrum von Enghouse Interactive in Leipzig setzen die verschiedenen Dienstleister und Contact Center von BNP Paribas Cardif die Echtzeit-Sprachanalyse-Lösung „ELSBETH VocalCoach“ bereits ein. „Wir nutzen das Tool, um in den Gesprächen zu gewährleisten, dass Vertragsabschluss, rechtliche Aspekte sowie korrekte Formulierungen im Sinne des Kunden erfüllt werden“, sagt Thomas Wurl. Dies ebnet den Weg für langfristig zufriedene und treue Kunden, so der Telemarketing-Experte von BNP Paribas Cardif.

### Sprachanalyse in Echtzeit

„ELSBETH VocalCoach“ ist die erste innovative Softwarelösung zur vollautomatisierten Qualitätssicherung und Gesprächsoptimierung in Echtzeit. Anhand eines parallelen Suchverfahrens nach Phrasen, Schlüsselwörtern und Dialogpaaren untersucht „ELSBETH VocalCoach“ Gespräche auf vordefinierte Anforderungen. Dabei wertet die Software die Sprachkanäle „Agent“ und „Kunde“ aus und speichert die Ergebnisse in verschiedenen Formaten. „ELSBETH VocalCoach“ unterstützt derzeit die Sprachen Deutsch, Englisch, Italienisch, Spanisch, Französisch und Türkisch – weitere Sprachen sind als Erweiterung möglich.

Überdies besticht die Enghouse-Lösung durch ihre einfache und intuitive Bedienbarkeit, zur Konfiguration benötigt man keinerlei Programmierkenntnisse. Die Nutzerführung ist einfach und selbsterklärend und erlaubt eine schnelle Festlegung der zu prüfenden Merkmale. Ein Analyzer bietet dem Nutzer im Handumdrehen übersichtliche, grafische Auswertungen dieser Merkmale auf Gesprächs-, Agenten- oder Kampagnenebene.

#### Vorteile:

**Rechtliche Sicherheit.** Compliance aller Anrufe, indem für Einhaltung des Skripts gesorgt und so sichergestellt wird, dass Verträge richtig erklärt werden, was Stornoquoten und Kundenkonflikte senkt.

**Qualitätssicherung.** Überwachung des Stress-Niveaus, Klarheit der Sprache und Einhaltung des Skripts. Agenten können die Technologie nutzen, um sich selbst in Echtzeit zu coachen.

**Effizienz.** Agenten können das eigene Gespräch selbst überwachen und Fehler noch während des laufenden Gesprächs zu korrigieren, um für Zufriedenheit und Loyalität auf Kundenseite zu sorgen.

## Über BNP Paribas Cardif

BNP Paribas Cardif ist der weltweit tätige Versicherer der führenden europäischen Bankengruppe BNP Paribas und wurde 1973 in Frankreich gegründet. In Deutschland hat das Unternehmen seinen Sitz in Stuttgart und ist seit dem Jahr 1996 aktiv. Als B2B2C-Versicherer entwickelt BNP Paribas Cardif individuelle Produkte wie Restkredit-, Zahlungsausfall und Spezialversicherungen für Partner. Diese profitieren darüber hinaus von umfangreichen weiteren Services. Insgesamt 4 Millionen Versicherte und über 500 Millionen Euro Bruttoprämien pro Jahr unterstreichen die führende Rolle von BNP Paribas Cardif Deutschland im Bereich Spezialversicherung. Alle Produkte werden so konzipiert, dass sie Partnern und Kunden einen signifikanten Mehrwert bieten. Ein fairer sowie partnerschaftlicher Umgang mit Kunden ist dabei die oberste Geschäftsmaxime und drückt sich in dem Programm „Treat Your Customers Fairly“ aus.