

Accrescere la soddisfazione del cliente usando l'ingegneria delle comunicazioni per risolvere un problema di defezione.



Un prospetto di fatturazione poco chiaro rappresentava il principale reclamo dei clienti per una delle maggiori compagnie di assicurazioni.

Lo scenario

Una delle principali aziende assicuratrici in America voleva risolvere uno spinoso problema comune all'intero settore: costose defezioni dei clienti che danneggiavano gli utili della società... e il suo marchio.

La sfida

L'azienda ha condotto delle ricerche iniziali, e ha scoperto che un documento spesso trascurato, il prospetto di fatturazione dei clienti, rappresentava un fattore chiave in un ampio numero di defezioni.

I clienti non sapevano cosa pagare o quando farlo. Non comprendevano in che modo venissero calcolati i loro premi. Inoltre, non sapevano cosa fare quando avevano un problema o una domanda.

I problemi erano abbastanza significativi da rappresentare uno dei motivi principali dei reclami da parte dei clienti. Di fatto, alcuni clienti stavano persino abbandonando l'azienda, producendo costosi annullamenti delle polizze.

L'azienda aveva provato a risolvere i problemi con iniziative di riprogettazione dei documenti interni. Tuttavia, tali iniziative non erano riuscite a produrre un impatto significativo e quantificabile.

Di conseguenza, i dirigenti dell'azienda hanno deciso che fosse necessario rivolgersi a esperti esterni che li aiutassero a eliminare tutte le fonti di confusione e insoddisfazione dei clienti relativamente ai prospetti di fatturazione, nonché a migliorare in modo sostanziale i documenti correlati, come le dichiarazioni delle polizze e i tesserini di identificazione dei clienti.

Al termine di un'approfondita indagine sulle capacità di importanti consulenti del settore, questa importante compagnia assicuratrice ha assunto i nostri esperti di ingegneria delle comunicazioni Xerox.

Riprogettare le comunicazioni con i clienti. Trasformare il loro business.

La soluzione

L'ingegneria delle comunicazioni è una metodologia rigorosa che utilizza solide nozioni di scienza comportamentale e collaudate tecniche di design per riprogettare documenti al fine di raggiungere specifici obiettivi aziendali.

Il primo passo della procedura è un Knowledge Exchange Workshop (KEW) che esamina tutti i documenti utilizzati per comunicare con i clienti e identifica quelli che genereranno i più importanti vantaggi aziendali dopo il completamento della procedura di miglioramento del design.

Il KEW, inoltre, raccoglie informazioni dettagliate su ogni aspetto dei documenti indicati come da migliorare da parte delle organizzazioni dei clienti interessate all'opera di riprogettazione. Inoltre, il nostro team KEW raccoglie opinioni fondamentali della "voce del cliente".

Una volta completato il KEW della compagnia di assicurazioni, il nostro team ha compreso chiaramente tutti i requisiti del cliente relativi ai documenti, nonché le cause alla base delle preoccupazioni e dei reclami dei suoi clienti. Il team ha quindi utilizzato tali informazioni per implementare oltre 80 modi specifici per migliorare i prospetti di fatturazione, le dichiarazioni delle polizze e le tessere di identificazione.

A questo punto i nostri ingegneri delle comunicazioni hanno lavorato a stretto contatto con il team del cliente per sviluppare, collaudare e mettere a punto i modelli dei documenti, per implementare i miglioramenti e raggiungere gli obiettivi della compagnia di assicurazioni.

I risultati

I risultati sono stati collaudati online con quasi 100.000 detentori di polizze. Anche il documento chiave, il prospetto di fatturazione, è stato collaudato rispetto alle fatture della concorrenza, da parte di una società indipendente di ricerca.

I clienti hanno confermato che i documenti riprogettati erano superiori agli originali e rendevano molto più semplice intrattenere un rapporto d'affari con l'azienda. In particolare, i clienti hanno apprezzato il fatto che le informazioni fondamentali fossero più facili da trovare e comprendere.

Una ricerca indipendente ha inoltre confermato che i documenti fornivano un'esperienza per i clienti decisamente migliore rispetto ai documenti della concorrenza.

In base a tali risultati, la compagnia di assicurazioni ha iniziato una distribuzione su vasta scala dei documenti migliorati. L'azienda ha quindi avviato degli ulteriori progetti di ingegneria delle comunicazioni con noi per raggiungere gli obiettivi aziendali di massima priorità.

Case Study in breve

La sfida

- Uno dei principali reclami da parte dei clienti riguardava un prospetto di fatturazione poco chiaro
- La fattura aggravava un problema di defezione dei clienti che costava milioni ogni anno
- I precedenti tentativi di riprogettazione interna non erano riusciti a eliminare i problemi
- Anche i tesserini di identificazione e le dichiarazioni delle polizze andavano migliorate
- I modelli di documenti esistenti non producevano la fidelizzazione dei clienti né facilitavano il cross-selling

La soluzione

- Il nostro team di ingegneria delle comunicazioni ha condotto uno studio approfondito per migliorare i documenti
- Un Knowledge Exchange Workshop ha raccolto informazioni, analizzato i documenti e identificato oltre 80 miglioramenti
- I documenti riprogettati sono stati collaudati e messi a punto prima della distribuzione su vasta scala

I risultati

- Lo sforzo di riprogettazione ha eliminato le cause di confusione per i clienti e ha migliorato la loro esperienza
- Modifiche innovative hanno fidelizzato i clienti e hanno facilitato le vendite incrociate
- I documenti riprogettati sono stati collaudati online con quasi 100.000 detentori di polizze
- La stragrande maggioranza ha preferito i documenti nuovi agli originali, nonché a documenti simili della concorrenza

Informazioni su Xerox Services. Xerox Corporation è leader mondiale nel campo dei servizi di processi aziendali, IT e outsourcing della documentazione. La nostra esclusiva combinazione di competenza nel settore e capacità operativa su scala globale vi aiuta a ridurre i costi, semplificare i processi operativi e incrementare i profitti, permettendovi al contempo di concentrarvi su ciò che conoscete meglio: il vostro core business.

Per ulteriori informazioni su come possiamo aiutare le compagnie di assicurazioni, visitate il sito www.xerox.it/services.

