



CM.com

x



Onlia



Customer story

Verzekeraar Onlia
verbetert CX met
Conversational AI.

De ambitie om een onderscheidend aanbod van online auto- en woonverzekeringen te bieden op de Canadese markt leidde een paar jaar geleden tot de lancering van Onlia.

Onlia, gesteund door Achmea en de Canadese financiële dienstverlener Fairfax, innoveert op verschillende manieren, waaronder de op telematica gebaseerde app Onlia SenseTM. Om de communicatie met klanten te optimaliseren, gebruikt Onlia Conversational AI Cloud van CM.com.

Onlia is een jong bedrijf in een markt die zich op digitaal vak op volkomen eigen wijze aan het ontwikkelen is. “Wat in Nederland normaal is, is dat in Canada nog niet”, zo vertelt Chris de Vries, Customer Solutions Development Lead bij Onlia. “Toen Onlia hier startte, waren er maar weinig verzekeraars die een volledig digitale ervaring boden. Canadezen zijn niet gewend aan het idee om online een verzekering af te sluiten of een polis te wijzigen, en voelen zich nog minder op hun gemak met een online claimproces. We hebben de afgelopen twee jaar echter een onmiskenbare shift gezien in gebruikers die het online verzekeren omarmen.”

Onlia app beloont veilig rijden

Één van de zaken die de diensten van Onlia uniek maken, is een app die bestuurders coacht en veilig rijgedrag stimuleert. Deze kan zowel door klanten van Onlia gebruikt worden, als door niet-klanten. “De app is in feite voor alle Canadezen die geïnteresseerd zijn in veilig rijden en hun rijgedrag willen optimaliseren. Uiteraard zijn er wel voordelen voor Onlia-klanten. Door het rijgedrag te optimaliseren met behulp van de Onlia Sense app, kunnen zij beloningen verdienen, zoals geld terug. Als de app aan hun polis gekoppeld is, leidt bewezen veilig(er) rijgedrag tot besparingen. De app is zo letterlijk onderdeel van de customer journey en een onderscheidende factor ten opzichte van concurrenten.”



Klantcontact optimaliseren met chatbot

Door de inzet van de app, zijn de contactmomenten met de gebruikers (al dan niet klant van Onlia) toegenomen. Dat was voor Onlia een reden om na te denken over een manier om het digitaal klantcontact te optimaliseren. Een chatbot bood uitkomst. “We wilden in staat zijn om klanten 24/7 service te bieden, maar ook een menselijke touch behouden. Idealiter hebben consumenten niet door dat zij met een chatbot communiceren”, aldus Anouk van de Laar, Customer Experience Manager Digital bij Onlia.

“We zijn gaan rondkijken en kwamen uiteindelijk uit bij de software van CM.com, die we zowel op de site als in de app wilden gebruiken. Aanvankelijk zijn we gestart met het beantwoorden van standaardvragen. Inmiddels zijn we al heel veel verder en maakt ons team heel proactief gebruik van de mogelijkheden die de chatbot-oplossing ons biedt.”

Automatiseren en personaliseren

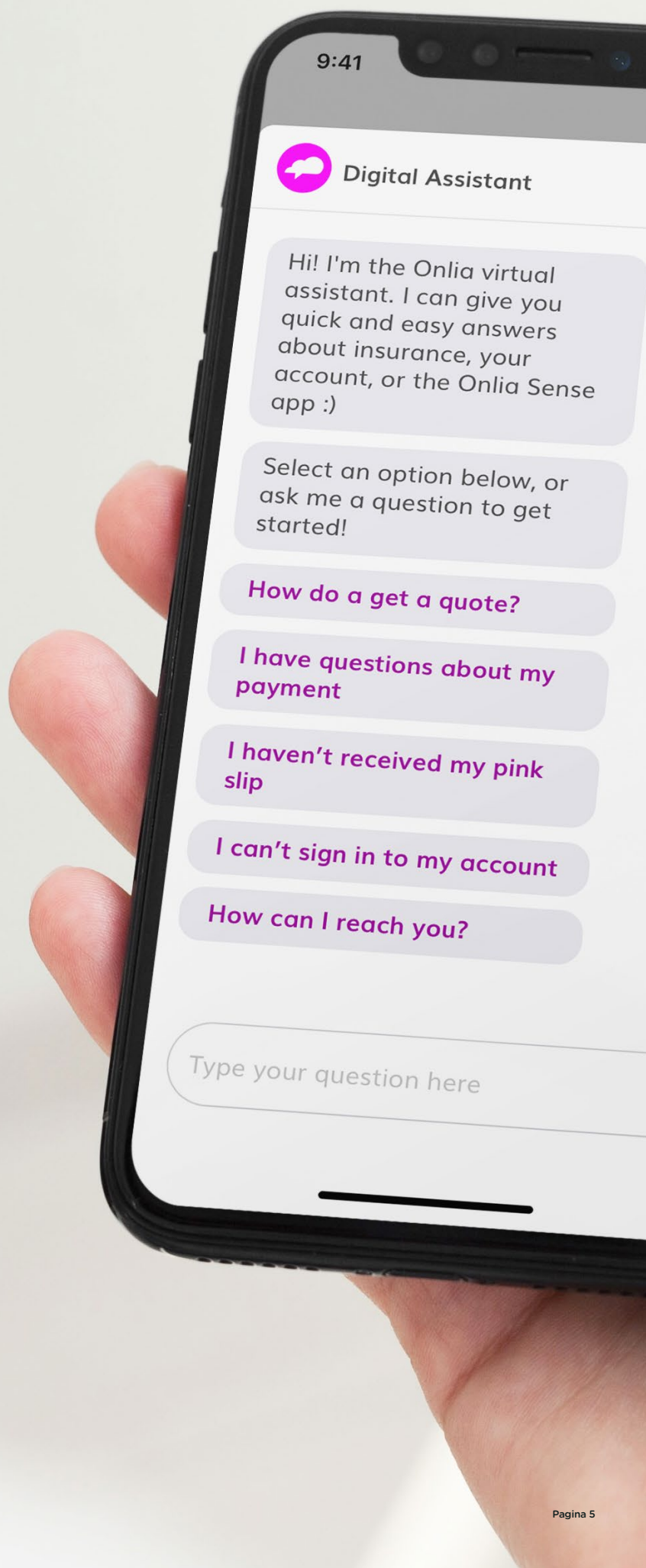
Conversational AI Cloud is dé totaaloplossing om digitale (klant)gesprekken te automatiseren en te personaliseren. Alle virtuele assistenten en intelligente chat- of voicebots bevatten Conversational AI en zijn eenvoudig te implementeren. Chris de Vries stelt dat het voor Onlia fijn was om het ‘out of the box’ product te kunnen gebruiken voor de inzet van hun conversational strategie op de Onlia website. “Omdat de implementatie niet te omslachtig was, konden we snel aan de slag, leerden we veel in korte tijd en konden we snel verder bouwen aan de front-end.”

Eenvoudige implementatie

Voor het gebruik van de software in de Onlia Sense app, waren enkele extra stappen nodig. App-ontwikkelaar Valay Patel en zijn team waren aanvankelijk een beetje huiverig omdat ze de chatbot letterlijk vanuit het niets moesten gaan bouwen. Conversational AI Cloud bleek echter zo eenvoudig te implementeren, dat het proces bijna als vanzelf verliep. Patel: "Ik moest mijn team uitleggen dat het 'from scratch' bouwen van de chatbot voor de Onlia Sense app een flinke klus leek, maar dat de API heel eenvoudig te koppelen was. Toen we eenmaal aan het werk waren, bewees die heldere structuur zich en konden we stap voor stap bouwen." Binnen zes weken was de chatbot in de app helemaal up and running, inclusief tests en bug fixes. "We hebben geen enkele keer de helpdesk hoeven bellen, ook al stonden zij altijd standby. Voor Android en iOS hebben we elk een volledig eigen code geschreven, niets overlapt. Het proces verliep uitermate soepel, veel beter dan we gewend waren bij sommige andere partijen. Het was echt een genot om met deze CM.com software te kunnen werken."

Van proactief naar transactioneel

Chris de Vries voegt toe dat ze voor de webversie wel af en toe een beroep hebben gedaan op support en dat zij ondanks het tijdsverschil altijd vrij snel reageerden. "Zelfs buiten Nederlandse kantooruren; het was oprecht heel fijn schakelen op deze manier." De chatbot wordt nu op verschillende manieren ingezet. De webversie richt zich meer op de verzekeringskant en zal uiteindelijk ook meer conversiegericht worden. "We hebben de chatbot in de loop van de maanden steeds proactiever gemaakt en willen daarmee verdere stappen maken", aldus Anouk van de Laar. "Denk aan het actief inspelen op het websitebezoek van de klant, met extra content die relevant is voor de pagina waarop ze op dat moment zijn. Als de klant is ingelogd op het online account, kan de chatbot koppelen met diens gegevens, zodat we informatie kunnen geven die hij nodig heeft, en in sommige gevallen een upsell kunnen doen op de producten."



Recognition Rate van 70 procent

De app-versie van de chatbot is momenteel gericht op het beantwoorden van veelgestelde vragen. Onlia wil zich meer focussen op het creëren van meer engagement. Één van de manieren waarop dit kan worden gedaan is door te focussen op rijstijlcoaching. De komende ontwikkeling zit de komende tijd vooral in de content, en minder in de techniek. "Ons doel is om de chatbot steeds menselijker te maken", zo zegt Van de Laar. "De app herkent het besturingssysteem van de gebruiker en kan dus vragen over bijvoorbeeld instellingen van de telefoon snel, natuurlijk en efficiënt beantwoorden. We kunnen inspelen op vragen in bepaalde situaties of op piekmomenten. Inmiddels ontdekken ook andere teams binnen Onlia de mogelijkheden en is de chatbot echt een organische verlengstuk van onze communicatie geworden.



De recognition rate op meer dan 70 procent. De bot handelt vragen zo vloeiend af, dat veel gebruikers eigenlijk niet doorhebben dat het een chatbot is.

1200 vragen

Inmiddels handelt de chatbot 1000 tot 1200 vragen per week af.

Binnen 6 weken

We zijn in mei 2020 begonnen met de ontwikkeling, in juli 2020 ging de chatbot live.

Heldere visie op development

De logische volgende stap is een soepele overgang van chatbot naar een helpdeskmedewerker. Valay Patel is enthousiast over de mogelijkheden. “Het fijne van deze software, is dat je als ontwikkelaar heel goed het bredere plaatje voor je kan zien en daarop kan gaan bouwen. Uiteraard zijn er altijd wel wat hobbels onderweg, maar de mogelijkheden gaan zo veel verder dan alleen tekst-, link- en dialoogopties. Onlia heeft ambities en ik heb er alle vertrouwen in dat dit product het in zich heeft om die doelen waar te maken.”

Conversational IVR als de volgende stap

Canada ondergaat een digitale transformatie. Het zal tijd kosten voordat mensen gewend zijn om hun verzekeringen online te regelen. Anouk van de Laar: “Mensen zijn nog steeds gewend aan het comfort om met een persoon te kunnen bellen. Wij hebben ons model dan ook aangepast aan de behoeften van onze klanten, en zijn meer een omnichannel service geworden. Dit speelt vooral buiten kantooruren een rol. We onderzoeken hoe we ook het telefoonverkeer kunnen automatiseren. Daarvoor gaan we ‘interactive voice response’ (IVR) testen en daar verwachten we veel van. We moeten afwachten hoe mensen reageren als ze ontdekken dat ze met een bot communiceren. We hopen dat we door data en learnings de top 10 of 20 van meest gestelde vragen goed kunnen vastleggen en grote vooruitgang kunnen blijven boeken.



Succes met Conversational AI Cloud

Onlia ontwikkelt bijna alles wat zij doen in-house. Een bewuste keuze, zo zegt De Vries. “We zijn een digitaal bedrijf en vinden dat als je op digitaal gebied een voortrekkersrol wil spelen, je op je eigen kracht moet vertrouwen.” Door zo veel mogelijk zelf in de hand te houden, kan Onlia snel tot de juiste oplossingen komen. “We meten continu de NPS-score en daaruit blijkt onder meer dat de ‘customer satisfaction’ heel hoog is. Feedback wordt gebruikt om verbeteringen door te voeren en het is eenvoudig om KPI’s als de ‘average handle time’ scherp in de gaten te houden. De inzet van deze software werpt absoluut zijn vruchten af.”

Toepasbaar voor service en sales

De vragen die via de chatbot binnenkomen, worden wekelijks gemonitord. Op deze manier kan Onlia eventuele problemen vroegtijdig ondervangen. Chris de Vries vertelt dat Onlia de ambitie heeft om de chatbot de komende jaren meer en beter in te gaan zetten. “Op dit moment voert service nog de boventoon. We zijn een jong bedrijf dat naam aan het maken is. Maar uiteindelijk zullen sales net zo belangrijk gaan worden. Het fijne van deze oplossing is dat de mogelijkheden eindeloos zijn. We zijn dus heel blij met [Conversational AI Cloud](#). Het is makkelijk te implementeren, de documentatie is helder, de support vanuit CM.com is heel goed, ik ervaar het als een superfijn partnerschap. Die prettige samenwerking moedigt aan om samen te blijven leren en groeien.”



CM.com (AMS: CMCOM) is een wereldwijde leider in cloudsoftware voor conversational commerce die bedrijven in staat stelt om een superieure klantervaring te leveren. Ons communicatie- en betalingsplatform stelt marketing, sales en customer service in staat om de betrokkenheid met klanten via meerdere mobiele kanalen te automatiseren, gecombineerd met naadloze betalingsmogelijkheden die de verkoop stimuleren, klanten winnen en de klanttevredenheid vergroten.

© 2021 CM.com