

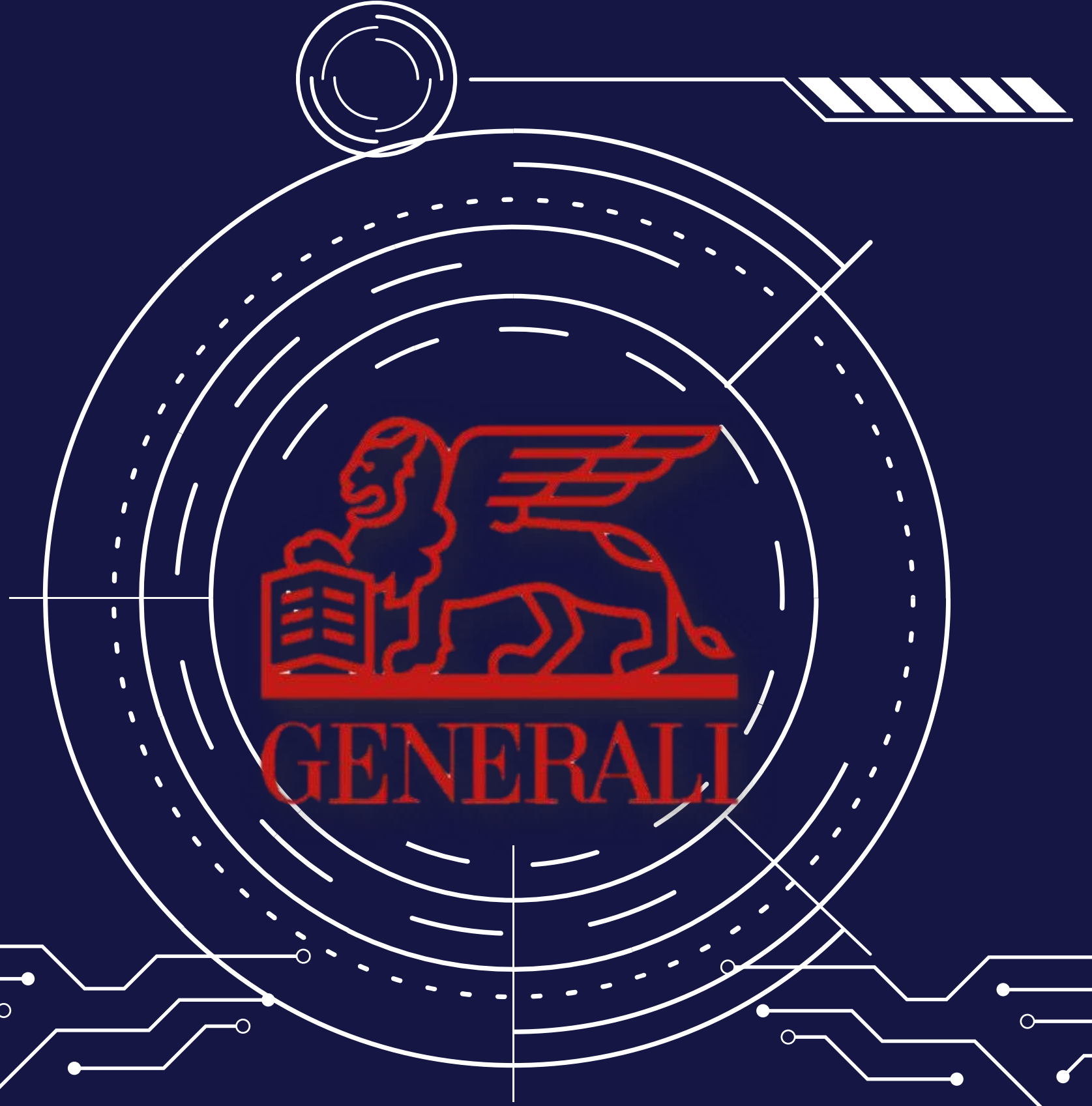


پلنت

مرکز نوآفرینی بیمه و مالی  
Insurtech & Fintech Hub



# تجربه برخی شرکتهای بیمه در استفاده از چت بات بخش دوم: شرکت جنرالی



دپارتمان ارتباطات و ترویج نوآوری

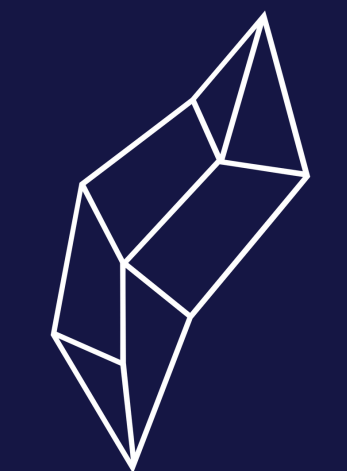
مرکز نوآفرینی بیمه و مالی پلنت

تابستان ۱۴۰۳



هیچ کس دوست ندارد در حالت معطلی قرار بگیرد، به خصوص زمانی که افراد سعی دارند با سؤالی مرتبط با معیشت خود (مانند بیمه یا مدیریت ثروت) به پشتیبانی مشتری برسند. بنابراین، شرکت بیمه جنرالی تصمیم گرفت کل فرآیند را ساده کند.



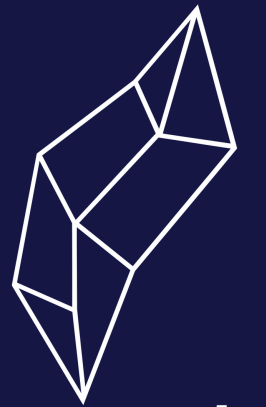


**یلت**  
مرکز نوآفرینی بیمه و مالی  
Insurtech & Fintech Hub

هدف این شرکت این بود که به بازدیدکنندگان کمک شود تا اطلاعات مورد نیاز خود را در وب سایت جنرالی بیابند و تماس با پشتیبانی مشتری را محدود کنند (مخصوصا برای سؤالاتی که به راحتی می‌توان به آنها پاسخ آنلاین داد). به این ترتیب، تیم پشتیبانی مشتری جنرالی پهنای باند بیشتری برای کمک به افراد با سوالات پیچیده پیدا می‌کرد.

جنرالی یک چت‌بات ایجاد کرد که با پاسخ دادن به سؤالات اساسی و برجسته کردن پیشنهادهای بیمه‌ای مربوطه، قادر به تعامل با بازدیدکنندگان در سایت خود بود. اگر سوالی وجود داشت که ربات نمی‌توانست به آن پاسخ دهد، کاربران را مستقیما به نماینده مناسب جنرالی متصل می‌کرد.

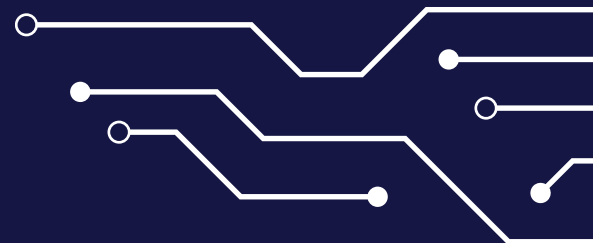


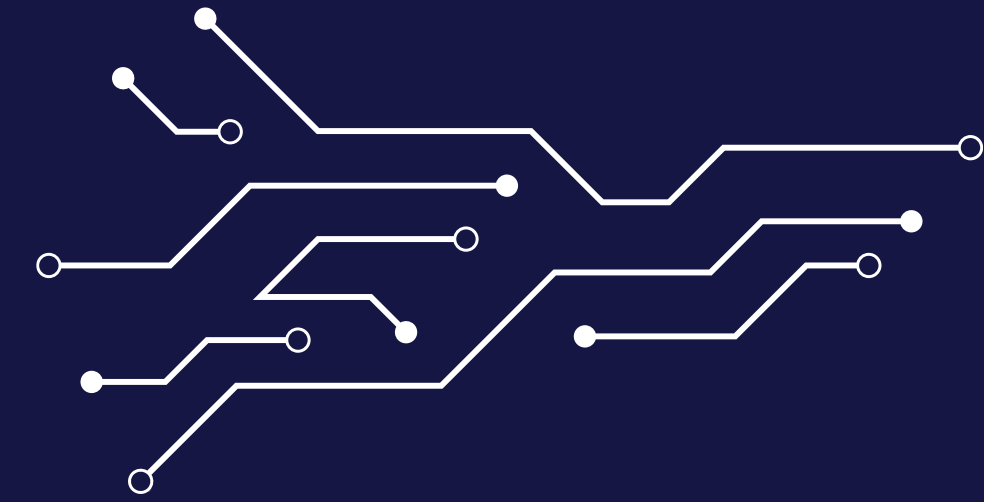
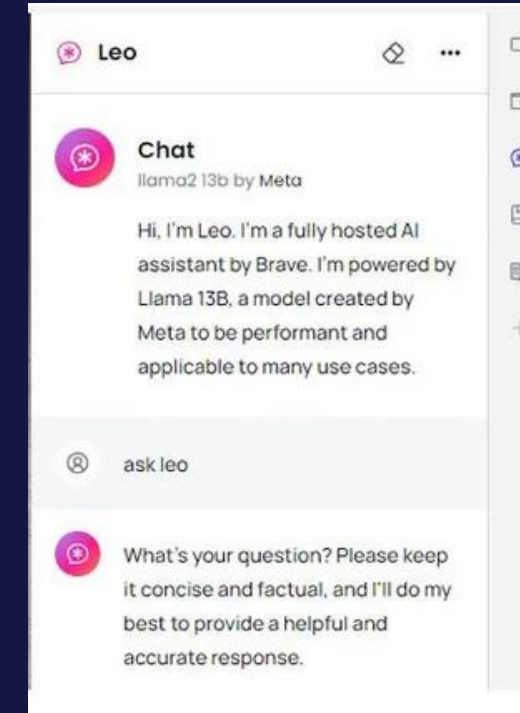


یلت  
مرکز نوآفرینی بیمه و مالی  
Insurtech & Fintech Hub



تیم جنرالی قبل از اینکه در نهایت روی چت بات «لئو» (Leo) مستقر شود، نام‌ها و آواتارهای مختلفی را برای ربات خود در میان جمع کوچکی از مشتریان آزمایش کرده بود.  
سپس با AB Tasty برای ادغام لئو در وب سایت خود و ردگیری عملکرد آن وارد کار شد.





تیم AB Tasty توانست کد جاوا اسکریپت و CSS مورد نیاز برای راه‌اندازی لئو را در دستگاه‌های دسکتاپ بنویسد. سپس داده‌ها به صورت بلادرنگ (در پلتفرم AB Tasty) جمع‌آوری شدند تا نرخ تعامل لئو را ردیابی و نحوه تعامل بازدیدکنندگان با چت‌بات را در یک دوره 6 ماهه برجسته کنند.

جنرالی همچنین از ویرایشگر بصری AB Tasty برای ایجاد سریع تغییرات زیبایی در سایت و سنجش تاثیر این تغییرات بر عملکرد لئو استفاده کرد.

لئو به وضوح مورد توجه مشتریان جنرالی بود. در پایان کمپین، 100000 تعامل با لئو در وبسایت ثبت شد و از بیش از 2400 تماس اجتناب شد، که این اطمینان را به جنرالی داد که به ادغام چتبات در دستگاه‌های تلفن همراه و تبلت نیاز دارد.



این نرخ‌های تعامل بالا و کاهش زمان انتظار پشتیبانی مشتری، تأثیر مثبت لئو را بر تجربه کاربر ثابت کرد. این کمپین همچنین معیاری برای ارزیابی عملکرد مداوم لئو ارائه کرد که برای بهینه‌سازی مداوم ضروری است. در حال حاضر، تعامل با لئو به طور متوسط 800 مکالمه در روز است.

چت‌بات‌ها زمانی که به صورت استراتژیک پیاده‌سازی شوند، این پتانسیل را دارند که پشتیبانی مشتری را ساده‌تر کرده و تجربیات کاربر را بهبود بخشند. همانطور که مورد جنرالی نشان می‌دهد، ادغام یک چت‌بات در سایت شرکت کافی نیست.

nejde mi otevřít příloha v emailu, co jste mi poslali, je to zazipované

Dokument z e-mailu si můžete stáhnout buď přímo ze zaheslované přílohy nebo z internetového úložiště, na který najdete odkaz v těle e-mailu.

Přílohy v e-mailu jsou chráněné heslem, které je uvedené v těle e-mailu, nejčastěji to bývá rodné číslo. Zkontrolujte, že zadáváte:

- rodné číslo bez lomítka
- rodné číslo pojistníka, ne jiné osoby

Také můžete zkusit zkontrolovat, že máte ve svém počítači nebo telefonu nainstalovaný prohlížeč na PDF soubory.

Pokud dokument stahujete z internetového úložiště, ujistěte se, že zadáváte:

- křestní jméno bez diakritiky a s velkým počátečním písmenem
- jméno i rok narození pojistníka, ne jiné osoby

Kromě toho můžete zkusit zaktualizovat váš prohlížeč. Také je možné, že už propadla lhůta na vyzvednutí dokumentu.

Už je to v pořádku?

Už to jde 😊  Nepomohlo to 😞

Paráda, to jsem rád! 😄

dobry den :)

Dobry den, jak vám mohu pomoci? 😊

chci si u vás pojiřit auto..

Máte zájem o povinné ručení nebo o havarijní pojištění?

povinné ručení 🟢  havarijní pojištění 🟠

Havarijní pojištění si můžete sjednat zde. Před samotným sjednáním získáte náhled na nezávaznou kalkulaci ceny. 😊

Nachystejte si prosím technický průkaz vašeho vozidla.

Jde to jinak než online?

Jde to taky telefonicky s naším operátorem. Volejte prosím na 241 114 114 od 7. do 19. hodin.

Nebo se zastavte na jakoukoliv pobočku.



برای درک نحوه استفاده بازدیدکنندگان از این ویژگی، باید اهداف عملکردی تعیین شود، تجزیه و تحلیل صورت گیرد و تعامل ردگیری گردد. جنرالی توانست با شرکت همکارش به راحتی رابط کاربری خود را تغییر دهد و داده‌های مربوط به عملکرد لئو را جمع‌آوری کند تا با اطمینان بداند که برای تجربه کاربر مفید است.

این کمپین همچنین راه‌هایی را نشان می‌دهد که هوش مصنوعی می‌تواند کارایی عملیات انسانی را افزایش دهد. لئو برای این ایجاد نشده است که جای نمایندگان پشتیبانی مشتری را بگیرد، بلکه برای کمک به آنها با انجام وظایف ساده به وجود آمده و کمک می‌کند که اعضای تیم بتوانند روی سوالات پیچیده‌تر و سطح بالاتر تمرکز کنند.



leO:

”

About 27% of businesses review their insurance annually due to cost, changing coverage needs, and dissatisfaction with current providers.

according to (ValChoice) (ValuePenguin)

”

Find your next opportunity today with LeO [www.meetleo.com](http://www.meetleo.com)







لئو یک چتبات مبتنی بر وب است که می‌تواند در چند ثانیه مظنه‌های شخصی را برای بیمه خانه و اتومبیل ارائه کند. این چتبات هم‌چنین داده‌هایی را از مکالمات، رسانه‌های اجتماعی و منابع ثالث جمع‌آوری و تحلیل می‌کند تا پیشنهادات پوشش را بهبود دهد.

لئو اخیراً برای نمایندگان و کارگزاران فعال شده است. این ربات با به‌کارگیری پردازش زبان طبیعی، به برنامه‌ریزی تماس‌ها و جلسات کمک خواهد کرد، مدارک و پاسخ‌هایی را به صورت خودکار برای سوالات مشتری فراهم خواهد نمود و این امکان را برای نمایندگان مهیا خواهد کرد که به سایر وظایف خود برسند.





**پلننت**

مرکز نوآفرینی بیمه و مالی  
Insurtech & Fintech Hub

وحیده نورانی  
طراح: فاطمه ناجی

با ما همراه باشید:

 [www.plannet.ir](http://www.plannet.ir)

 Plannet\_ir

 Plannet Insurtech Hub