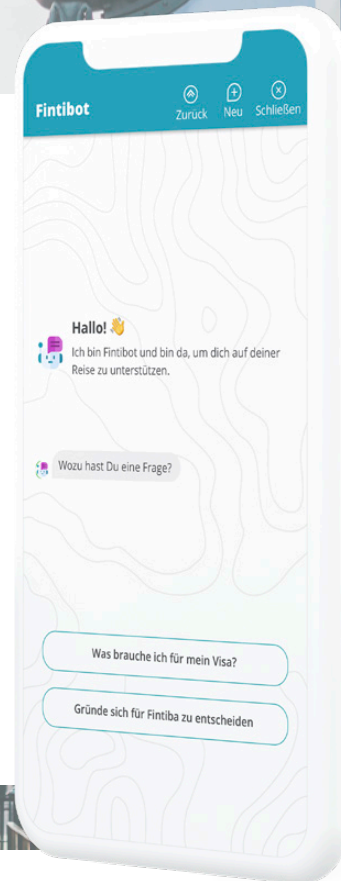


So erzielte Fintiba eine Self-Service-Quote von 75% und senkte die Ticket-Bearbeitungszeit um 20%

Fintiba ist ein Fintech-Unternehmen, das internationale Studierende und Auswanderer auf ihrem Weg nach Deutschland unterstützt. Der Kundenservice gestaltet sich sehr individuell und ist nicht leicht zu automatisieren. Die einfache, aber strategische Lösung bestand darin, die Kundenanfragen nach ihrer Häufigkeit und Komplexität zu bewerten und erstere über den Chatbot zu lösen. Den Servicemitarbeitern bleibt somit mehr Zeit komplexe Anfragen zu bearbeiten, die eine persönliche Interaktion erfordern.



Kunde

- Fintiba ermöglicht internationalen Studierenden und anderen Gruppen einen reibungslosen Start in Deutschland.
- Seit 2016 unterstützt das Unternehmen Menschen aus über 170 Ländern dabei, die bürokratischen Hürden auf dem Weg nach Deutschland zu überwinden.
- Die Fintiba-App bietet maßgeschneiderte Online-Lösungen rund um Visa-angelegenheiten und den Aufenthalt in Deutschland.
- Ziel von Fintiba ist, der erste Anlaufpunkt und zuverlässige Partner für all jene zu sein, die nach Deutschland kommen wollen.

Aufgaben

- Hohe Nachfrage zum Semesterstart zweimal jährlich.
- Viele Kunden wenden sich mit ihrem Anliegen mehrfach über verschiedene Kanäle (E-Mail, Anrufe) an Fintiba.
- Repetitive Kundenanfragen halten die Mitarbeiter im Service davon ab, sich den komplexen Fällen zu widmen.
- Die Kunden sollen bei Anfragen zum Chatbot geleitet werden.
- Die optimale Balance zwischen Automatisierung und persönlicher Beratung in einem internationalen Unternehmen erzielen.

Ergebnisse

- Live-Schaltung des Fintiba-Chatbots bereits 2 Wochen nach dem Onboarding.
- Über 10.000 Lösungsvorschläge allein innerhalb des ersten Monats.
- Der Chatbot bearbeitet über 100 verschiedene Anfragen.
- Der Chatbot ist an das CRM von Fintiba angebunden und löst auch stark personalisierte Anfragen.
- Zuvor manuell ausgeführte Tätigkeiten wurden durch Personalisierung automatisiert.

Wissenswertes in Kürze

CSAT-Score 75%

Self-servicerate 75%

20% kürzere Ticket-Bearbeitungszeit

So erzielte Fintiba eine Self-Service-Quote von 75% und senkte die Ticket-Bearbeitungszeit um 20%

Als Fintech-Unternehmen bietet Fintiba maßgeschneiderte Online-Lösungen für internationale Studierende und andere Gruppen, die in Deutschland arbeiten oder studieren möchten. Ziel und Mission des Unternehmens ist, der erste Anlaufpunkt und vertrauenswürdige Partner für alle zu werden, die nach Deutschland kommen wollen.

Aufgrund der internationalen Kundschaft von Fintiba, die auf verschiedene Zeitzonen verteilt ist, sollte ein rund um die Uhr verfügbarer Sofort-Service bereitgestellt werden. Zudem sind die Kunden von Fintiba häufig an bürokratische Fristen gebunden und auf eine rasche Lösung ihrer Anliegen angewiesen. Eine besondere Herausforderung stellte für Fintiba die hohe Nachfrage zum Semesterstart dar, die zweimal jährlich zu bewältigen war. Oftmals wurde das Unternehmen von ein und demselben Kunden über verschiedene Kanäle mehrfach kontaktiert, was zu einer ineffizienten Ticketbearbeitung führte. Hinzu kam, dass die Servicemitarbeiter mit der Beantwortung häufig wiederkehrender, einfacher Kundenfragen bereits ausgelastet waren und ihnen die Zeit

fehlte, sich den komplexen Anfragen zu widmen, die eine persönliche Interaktion erfordern. Wird beispielsweise ein Visumsantrag abgelehnt oder ein Botschaftstermin abgesagt, stehen die Kunden unter Druck und reagieren mitunter emotional. In solchen Fällen ist ein menschlicher Ansprechpartner wichtig, der das Anliegen mit Einfühlungsvermögen lösen kann.

Fintiba legt großen Wert auf eine hohe Qualität seines Kundenservice, da man sich der Bedeutung für den Unternehmenserfolg bewusst ist und die Servicequalität sich unter Kunden herumspricht.

Fintiba entschied sich für eine Zusammenarbeit mit Solvemate, um häufig wiederkehrende Anfragen zu automatisieren und seine Supportagenten zu entlasten, damit diese sich jenen Kundenanfragen widmen können, bei denen es auf eine persönliche Interaktion ankommt.

Bereits zwei Wochen nach dem Onboarding konnte das Unternehmen seinen Chatbot live schalten. Eine anfängliche Herausforderung bei der Einführung von

“

Die Erstantwortzeit hat sich für Bot-generierte Tickets stark reduziert. Unsere Agenten ziehen die Chatbot-Tickets den Tickets aus anderen Kanälen vor, da diese den gesamten Kontext bieten.



Christian Becker
Co-Founder & Business Development
Fintiba

”

Fintibot, wie man den Solvemate-Chatbot nannte, war, dass viele Kunden es unabhängig von der Komplexität ihrer Anfrage weiter vorzogen, mit einem menschlichen Berater zu sprechen. Die Strategie bestand darin, diese Kunden darüber aufzuklären, dass einfachere Fragen über den Chatbot schneller gelöst werden können. Kommuniziert wurde dies per E-Mail. Sobald ein Ticket über die Support-E-Mail-Adresse eingereicht wurde, erhielt der entsprechende Kunde eine automatisch generierte Antwort mit dem Vorschlag, den Chatbot zu nutzen, um sein Anliegen schneller zu lösen. Des Weiteren bot Fintiba auf seiner Support-Seite in einem ersten Schritt nur noch den Fintibot an und blendete dort keine Telefonnummer oder direkte E-Mail-Adresse mehr ein. Auch in transaktionsbezogenen E-Mails, die Kunden während des Prozesses erhalten, wurde auf den Fintibot verwiesen.

Nachdem diese anfängliche Hürde genommen war, sollte der Chatbot in einem nächsten Schritt in die Lage versetzt werden, auch stark personalisierte Anfragen zu lösen. Dazu verwendete Fintiba das Personalisierungs-Feature Solvemate Routines.

Der Chatbot löst aktuell zwei stark personalisierte Anfragen:

- **Der Kunde kann sein Ankunftsdatum direkt über den Chatbot ändern**, was den Support Mitarbeitern viel Zeit und manuellen Aufwand erspart.
- **Der Kunde kann über den Chatbot veranlassen, dass ihm seine Dokumente erneut per E-Mail gesendet werden** (viele Kunden leben in Ländern mit einer instabilen Internetverbindung, so dass ein Erhalt der Dokumente per E-Mail komfortabler ist als ein direkter Download im Chatbot).

Um die personalisierten Routinen auszulösen, muss der Kunde seinen persönlichen Support-Code aus dem Kundenprofil sowie seine registrierte E-Mail-Adresse eingeben. Dadurch wird während des gesamten Prozesses ein **Höchstmaß an Sicherheit** gewährleistet.

Das **CRM-System Zendesk** ist nahtlos in den Chatbot integriert. Möchte ein Nutzer mit einem menschlichen Berater besprechen, kann er entweder eine E-Mail senden oder direkt aus dem Widget heraus einen Telefonanruf starten.

“

Der Chatbot hilft effizient bei der Ticketabwicklung und die Integration mit Zendesk funktioniert reibungslos. 10/10.

”



Carlos Rebollo
Senior Customer Care Specialist
Fintiba

Die Supportagenten von Fintiba ziehen die Chatbot-Tickets den Tickets aus anderen Kanälen vor, da diese den gesamten Kontext bieten, um Kundenanfragen direkt zu lösen.

Möchte ein Nutzer beispielsweise die mit seinem Konto verknüpfte Mobilfunknummer ändern, gibt er die relevanten Informationen ein und fügt dem Formular im Chatbot ein Foto von sich zu Identifizierungszwecken bei. Sobald der Servicemitarbeiter das Formular erhält, kann er anhand dieses Identitätsnachweises die Telefonnummer des Kunden ändern.

Der Chatbot wurde sowohl in die App als auch in die Website von Fintiba integriert. Dadurch wird ein effizientes User Channelling über den Chatbot gewährleistet. Darüber hinaus entschied man sich, die Support-E-Mail-Adresse und die Kontaktformulare von der Website zu entfernen, damit sämtliche Anfragen zunächst über den Chatbot laufen und so das Support-Team entlasten.

Durch die Einführung des Solvemate Chatbots zur Automatisierung standardisierter und einfacher

Anfragen bleibt Fintiba nun mehr Zeit für die Beantwortung komplexer Fälle, bei denen das Einfühlungsvermögen und die Problemlösefähigkeiten eines menschlichen Agenten gefragt sind. Durch die Einbindung von zwei personalisierten Routinen ist Fintiba zudem in der Lage, auch komplexe Anfragen mithilfe des Bots zu lösen. Dies führte zu einem Anstieg des durchschnittlichen CSAT-Scores auf 75%.

Solvemate und Fintiba pflegen eine enge Zusammenarbeit. Solvemate führt im Auftrag von Fintiba Nutzertests durch und gibt die Ergebnisse anschließend an das Fintiba-Team weiter. Das Team von Solvemate begleitete die Servicemitarbeiter von Fintiba sogar einen Tag lang, um ein besseres Verständnis für deren Arbeitsweise zu gewinnen. Es war ein sehr lehrreicher Tag und uns wurde klar, wie sehr die Agenten die Solvemate-Tickets dank ihrer übersichtlichen Struktur und kurzen Lösungszeit lieben!

Fintiba nimmt an den vierteljährlichen Produkt-Workshops und UX-Tests von Solvemate teil, um Feedback und Verbesserungsvorschläge zur Plattform zu geben.

Durch den intensiven Austausch der beiden Unternehmen kann Fintiba das Optimum aus dem Chatbot herausholen und Solvemate erhält wertvolle UX-Insights aus der Sicht der Endnutzer.

“

Solvemate versteht unsere Kunden wirklich und hat sich die Zeit genommen zu recherchieren, wer wir sind und was wir machen. Das ist nicht bei jedem Anbieter der Fall.

”



Christian Becker
Co-Founder & Business Development
Fintiba

Go Live Juli 2019

Seitdem haben wir die folgenden Verbesserungen festgestellt:

CSAT-Score

Self-Service-Quote

Verifizierungsrate

Anzahl der Ticket-Touch-
points reduziert um



Ticket-Bearbeitungszeit
reduziert um



Fintiba plant, künftig weitere personalisierte Routinen in den Chatbot zu integrieren, um noch komplexere Anfragen zu lösen. Ferner wird beabsichtigt, den Fintibot in weiteren Sprachen wie beispielsweise Chinesisch anzubieten.