



## LV= 保险公司

### IBM Tealeaf CEM 解决方案帮助英国保 险公司更好地了解其客户的行为

#### 概述

##### 需求

LV= 需要一种能够监控其在线渠道的方法，为客户提供最佳体验。

##### 解决方案

LV= 利用 IBM Tealeaf CEM 解决方案来监控和提高其在线认知度。

##### 优势

LV= 利用 IBM Tealeaf CEM 解决方案发现了影响汽车保险客户的支付业务提供商问题。

IBM Tealeaf CEM 解决方案帮助 LV= 解决了影响 5% 的保险订单的浏览器问题。

IBM Tealeaf CEM 解决方案利用聚合站点发现了一个问题，为 LV= 挽回了巨额的潜在利润损失。

LV= 成立于 1843 年，是一家领先的互惠金融服务提供商。该公司为 550 多万客户提供各种储蓄、投资和保险产品，其中有 110 万是该公司会员。

LV= 使用 IBM Tealeaf 客户体验管理 (CEM) 解决方案帮助其在线渠道持续跨在线应用程序改善客户体验。精确查找站点问题的能力使 LV= 能够快速纠正问题并优化其客户在线体验。

作为一家金融服务公司，LV= 与大多数企业有所不同。LV= 不对股东负责，而是与 110 万会员相互负责，所有会员都是公司的一部分。其中一些会员同时也是客户。这种公司与股东之间的独特关系使得提供更好的客户体验变得异常重要。

LV= 业务的一个重要部分是其与客户直接进行的一般保险业务，在其 500 多万客户群中约占 200 万。公司的这一部分有两个主要渠道：联系中心和网站。LV.com 是主要的业务来源，所有全新的一般保险策略中有 80% 都来自在线渠道。

#### 难题

鉴于 LV= 在线渠道的重要性和该公司提供人性化客户体验的优势，LV= 需要一种更加有效的方式来分析和了解其客户。在联系中心，LV= 使用了通话录音技术并复审“现场”聊天记录，以清楚地了解客户行为。但是，在线上，该公司没有能够提供相同洞察的解决方案。因此，LV= 无法提供全面优化的在线体验，这很可能致使公司错失很多商机。



---

*“有了 IBM Tealeaf CEM 解决方案，我们现在可以获得与联系中心同等水平的在线客户体验知识，这使我们能够在任何渠道上均提供最佳的客户服务体验。”*

—Annette Leeke, LV = Web 分析和优化负责人

---

### 更好的解决方案

LV= 通过 IBM Tealeaf CEM 解决方案解决了这一问题。IBM Tealeaf CEM 解决方案为 LV= 提供了对客户如何与公司 Web 站点交互的全面可视性。IBM Tealeaf CEM 解决方案通过捕获每次在线客户体验提供了量化指标以外的洞察。与联系中心的通话录音类似，IBM Tealeaf CEM 解决方案帮助 LV= 准确地了解客户如何使用站点，并使公司制定更加明智的优化决策。

因此，所获取的洞察可以在整个企业中使用。电子商务团队使用 IBM Tealeaf CEM 解决方案来构建和监控 KPI 仪表盘。同时，客户体验团队利用 IBM Tealeaf CEM 解决方案来改善站点导航和可用性。在联系中心，“在线”聊天代理通过 IBM Tealeaf CEM 解决方案重放客户会话，并提高首次呼叫的问题解决率。欺诈团队使用 IBM Tealeaf CEM 解决方案，通过可视化证据和配置警报来调查潜在的欺诈交易。IBM Tealeaf CEM 在整个公司内已经根深蒂固，改变了 LV= 看待在线客户的方式。

---

*优势 1 – IBM Tealeaf CEM 解决方案确定了先前未发现的影响汽车保险客户的支付业务提供商问题。*

---

### 问题

为了最大限度地降低成本，LV= 对其汽车和家庭保险产品使用单一的支付网关。该公司从这些产品中获取了巨大的利润，结算流程能否正常运行至关重要。因此，当数百位客户呼叫联系中心投诉支付问题时，LV= 需要快速地解决问题。

### 解决方案

LV= 经过与未能发现问题来源的公司第三方支付提供商讨论后，决定采用 IBM Tealeaf CEM 解决方案。通过 IBM Tealeaf CEM 解决方案，LV= 查看了客户会话的重放，并注意到家庭保险支付处理正常。但是，在审查汽车保险交易时，该公司发现，每次交易都会失败。因为两种产品使用了相同的支付网关，家庭保险策略的成功掩盖了糟糕的汽车保险客户转化率。使用此新的洞察，LV= 能够与其第三方提供商合作，在 24 小时内解决这一问题。

---

解决方案组件:

- IBM® Tealeaf® CX
  - IBM® Tealeaf® cxConnect for Data Analysis
  - IBM® Tealeaf® cxImpact
  - IBM® Tealeaf® cxView
  - IBM® Tealeaf® cxReveal
- 

**优势**

没有 IBM Tealeaf CEM 解决方案提供的洞察，此支付问题可能会继续困扰汽车保险客户，导致 LV= 收入显著下滑并降低客户满意度。

---

*Win 2 – IBM Tealeaf CEM 解决方案帮助解决了影响 5% 保险订单的浏览器问题。*

---

**问题**

当 Internet Explorer 8 (IE8) 于 2009 年 3 发布之后，这一期待已久的浏览器引起了网络中的一片沸腾。尽管 LV= 针对其应用程序测试了 IE8 的测试版，但是仍然担心浏览器在全球发行后会出现问题。一旦问题出现，约 5% 的 IE8 用户会立即遇到问题，他们便会呼叫联系中心。LV= 需要尽快确定问题的原因，避免对更多客户造成影响。

**解决方案**

通过使用 IBM Tealeaf CEM 重放 IE8 客户会话，LV= 发现了一个抑制客户转化率的表单域兼容性问题。接下来需要确定该问题是否与 IE 8 的某些配置无关，或者在其他浏览器中也会出现。为了完成此分析，LV= 使用 IBM Tealeaf CEM 解决方案，按浏览器类型创建了分段报告，并注意到 IE 8 客户的流失率比其他浏览器高 5%。基于此洞察，LV= 优先修复了 IE8，解决了此问题。

**优势**

通过快速识别和修复浏览器问题，LV= 能够减少潜在客户的流失数量，保持该公司 IE8 客户的满意度。此修复还减少了联系中心的呼叫数量，从而降低了处理此问题相关的成本。

---

## 优势 3 – IBM Tealeaf CEM 解决方案利用聚合站点发现了问题，挽回了巨大的潜在 GWP。

---

### 问题

LV= 在聚合网站上提供产品。这些聚合将帮助产生新客户，是该公司收入的重要来源。由于这些站点的重要性，LV= 需要密切关注聚合流量，并要即时了解客户转化率是否受到影响。

### 解决方案

通过 IBM Tealeaf CEM 解决方案的实时警报，LV= 能够定义阈值，通知公司问题是否已经上升到影响聚合流量的程度。在此情况下，LV= 能够使用 IBM Tealeaf CEM 解决方案向下钻取受影响的客户会话，以确定客户遇到问题的原因。通过重放会话，LV= 了解到大量的聚合站点访问者在订单流程的最初阶段流失。很快，公司就会发现，该问题是由其中某个聚合订阅源出现错误引起的。

### 优势

LV= 能够利用从 IBM Tealeaf CEM 解决方案获取的洞察，积极处理聚合，并在三个小时内修复此问题。如果没有注意到该问题，那么 LV= 可能会损失巨大的利润。

## 关于 IBM 企业营销管理

IBM 企业营销管理 (EMM) 套件是一组端对端的集成功能，专用于满足营销组织的需求。IBM 的 EMM 套件集成和简化了营销的各个环节，使组织和个人能够将其营销热情转变为有价值的客户关系和更加有利可图、高效、及时且可度量的业务成果。

IBM EMM 的软件解决方案套件可在内部或云中交付，为营销人员提供了在每次互动中创建个别客户价值所需的工具和洞察。IBM EMM 套件可帮助营销人员了解客户期望和需求，并在此基础上以高度相关的交互式对话，跨数字、社交和传统营销渠道吸引购买者。

IBM EMM 套件旨在满足特定营销和销售用户的需求，它由五个独立的解决方案组成。数字营销优化可帮助数字营销人员编排相关的数字交互，以吸引和保留新的访问者和增加客户整个生命周期内的收入。利用客户体验优化电子商务，专业人员可以通过改善每个客户的数字化体验，将访问者转变为长期客户和忠诚的支持者。利用跨渠道营销优化，客户关系营销人员可以通过一对一的对话跨渠道吸引客户，从而推动客户整个生命周期内收入的增长。价格、促销和产品混合优化允许业务员和销售规划人员制定价格、促销和产品混搭决策，以最大化利润和库存使用率。利用营销业绩优化，营销负责人、规划者和决策者可以模拟和评估产品组合，管理营销运营，以最大限度地提高投资回报率。

世界各地超过 2500 个企业使用 IBM EMM 解决方案来帮助应对与日俱增的营销复杂性压力，同时提高收入，实现可度量的结果。IBM 经过时间考验的全面的产品服务为诸如 Dannon、E\*TRADE、ING、Orvis、PETCO、Telefonica | Vivo、United Airlines 和 wehkamp.nl 等公司赋予了能力和灵活性，使其能够为客户和潜在客户所提供期望的内容，即跨各种渠道提供更加持续和相关的体验。



---

© Copyright IBM Corporation 2013

IBM Corporation  
Software Group  
Route 100  
Somers, NY 10589

美国印刷  
2013年5月

IBM、IBM 徽标和 [ibm.com](http://ibm.com) 是 International Business Machines Corporation 在美国和/或其他国家或地区的商标和注册商标。如果这些名称和其他 IBM 已注册为商标的名称在本信息中首次出现时使用符号 (® 或 ™) 加以标记, 这些符号表示在本信息发布时由 IBM 拥有这些根据美国联邦法律注册或普通法注册的商标。这些商标也可能是在其他国家或地区的注册商标或普通法商标。Web 站点 [ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml) 上“版权和商标信息”部分中包含了 IBM 商标的最新列表

本文档中的内容 (包括不含适用税款的货币或定价参考) 在本信息首次发布之日是最新的, IBM 可随时对其进行更改。并非 IBM 开展业务的每个国家或地区均提供所有产品。

此处讨论的数据是在特定运行条件下产生的。实际结果可能有所不同。本文档内的信息“按现状”提供, 不附有任何种类 (无论是明示的还是暗示的) 的保证, 包括适销性、适用于特定目的和非侵权的保证或条件。IBM 产品根据其所属协议的条款和条件获得保证。



请回收利用