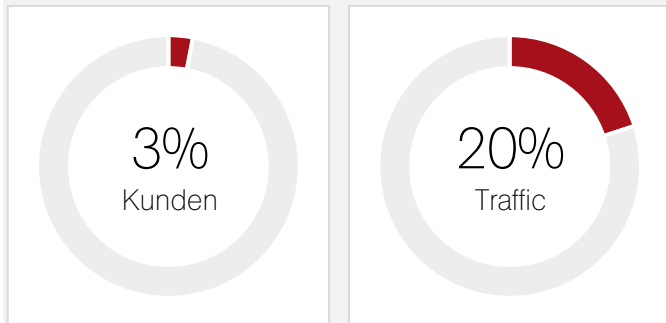


## Case Study: Versicherungsunternehmen

### Ausgangssituation



Das Unternehmen versucht seit einigen Jahren, internationale Großkunden in Deutschland anzusprechen, um an MitarbeiterInnen firmenspezifische Versicherungslösungen zu vertreiben. Diese Kunden sind daher häufig Expats und sprechen nicht Deutsch, sondern Englisch. Sie machen nur ca. 3% des Kundenstamms aus, verursachen aber ca. 20% des Anruf-, Mail- und Chataufkommens im Kundenservice. Die MitarbeiterInnen des Versicherungsunternehmens, die sich freiwillig für den internationalen Kundensupport gemeldet haben, sind überlastet und unzufrieden. Der Ansatz des Unternehmens war daher, die MitarbeiterInnen in englischer Sprache zu schulen.

### Unser Beratungsansatz

Im Rahmen einer mehrtägigen Hospitation stellen wir fest, dass die Ursache für den hohen Serviceaufwand nicht in den Sprachkenntnissen der MitarbeiterInnen liegt, sondern in der mangelnden Information für die nicht-deutschsprachigen KundInnen. Informationen stehen auf

der Website des Versicherungsunternehmens und in der internen Service-Bibliothek nicht oder nur in unzureichender Form übersetzt zur Verfügung.

KundInnen aus dem Ausland kennen das deutsche System und seine Begriffe und Konzepte nicht, d.h. selbst wenn diese ins Englische übersetzt werden, sind sie diesen KundInnen immer noch nicht verständlich. Daher müssen englischsprachige Informationen ausführlicher, einfacher und anders erklärt sein.

### Unsere Lösung

1. Besseres Informationskonzept für nicht-deutschsprachige Kunden mit Texterstellung und zielgruppenspezifischer Übersetzung: Informationen werden sowohl KundInnen im Serviceportal als auch den MitarbeiterInnen im Service bereitgestellt.
2. Interkulturelle Beratung und Schulung: Worin unterscheiden sich Erwartungen nichtdeutscher Kunden an professionellen Service von denen deutscher Kunden?
3. Schulung für professionelle Telefonie und Korrespondenz für MitarbeiterInnen "in der ersten Reihe".

### Ergebnis

Englischsprachige KundInnen verursachen jetzt nicht mehr 20 %, sondern nur noch 4 % des Volumens im Kundenservice. Sie können besser und gezielter betreut werden; das Versicherungsunternehmen hält seinen exzellenten Servicestandard auch in englischer Sprache.

Für mehr Informationen können Sie uns gerne ansprechen:

BLC Language Solutions

☎ +49 (0) 69 . 133 088 89

✉ hello@blc.solutions

