

First National Bank of Omaha

Decibel ermöglicht Start der ersten Self-Onboarding-Plattform für Kunden

Ziel

Die FNBO wollte ihre erste an die Kunden gerichtete Onboarding-Plattform starten, über die Website-Besucher sofort Giro- und Sparkonten eröffnen können. Kurzfristig hatte die FNBO drei Ziele:

1. ein fehlerfreies Produkt auf den Markt zu bringen
2. nach dem Start alle verwirrenden Bereiche zu ermitteln, um die Kundenerfahrung zu optimieren
3. außergewöhnlichen Kundenservice für das Produkt anzubieten

Prozes

FNBO nutzte Decibel auf vielfältige Weise während der Markteinführung, der Pflege und der zukünftigen Entwicklung dieses Produkts.

VOR DEM START

1. **QA-Tests ermöglichen**, um ein gut funktionierendes Produkt zu gewährleisten

Als die FNBO zum ersten Mal ihr neues an die Kunden gerichtetes Onboarding-Produkt einführte, hatte sie eine Gruppe von Testpersonen, die in einer „Sandbox“-Testumgebung arbeiteten, um Fehler oder Probleme mit der Nutzerfreundlichkeit zu ermitteln.

Beim Wechsel in die Live-Umgebung erhielten diese Testpersonen Zugang zu Decibel. Sie verbrachten mehrere Wochen damit, sich jede Sitzung anzusehen, die über die Plattform abgewickelt wurde. Das Testpersonen-Team konnte mehr als ein Dutzend Fehler oder größere Erfahrungsprobleme ermitteln, die es sonst nicht hätte erkennen können – und diese wurden noch vor der Markteinführung schnell korrigiert.



Die First National Bank of Omaha (FNBO) ist die größte in Privatbesitz befindliche Bank der Vereinigten Staaten. Sie bietet Banking für Privat- und Geschäftskunden sowohl online als auch in Filialen in sieben Bundesstaaten an.

Mithilfe von Decibel hat die FNBO ein neues Online-Produkt eingeführt, das Folgendes ermöglichte:



3.000 neuen Kundenkonten eröffnet



75 % sind Netto-Neukunden



NACH DEM LAUNCH

2. Bereiche mit Verbesserungspotenzial identifizieren für UI/UX innerhalb des Produkts

Die FNBO nutzt Decibel, um sich regelmäßig anzusehen, wie Menschen mit dieser neuen Plattform interagieren und Bereiche aufzudecken, die Verbesserungsbedarf haben. Tyler Cooper, Product Owner of Enterprise Digital Solutions bei der FNBO, nennt ein Beispiel: „Wir haben einen Kunden beobachtet, der 15–18 Mal auf ein Bild geklickt hat, das wie eine Schaltfläche aussah, in der Annahme, dass es verlinkt ist, bevor er es aufgab und die Website verließ. Wir haben diese Informationen aufgenommen und das Bild mit einem Hyperlink versehen. Wir hatten diesbezüglich jedoch weder von diesem noch von anderen Kunden jemals eine telefonische Beschwerde erhalten oder anderweitig davon gehört.“



Tyler Cooper, Product Owner of Enterprise Digital Solutions, FNBO.

„Durch Decibel haben wir eine Reihe von Dingen über das Verhalten und die Erfahrungen unserer Kunden gelernt, die wir sonst nicht so ohne weiteres hätten entdecken können.“

Das Team stellte zudem fest, dass sich Kunden mit Bugs und Fehlern konfrontiert sahen, die durch fehlerhafte Integrationen von externen Lösungen ausgelöst wurden. In diesen Fällen konnten die Anbieter die Probleme nicht selbst isolieren, da sie lediglich bei etwa 2 % der Nutzer auftraten. Mithilfe von Session-Wiedergaben hat die FNBO mehreren Anbietern externer Lösungen geholfen, zufällig auftretende, fehlerhafte Integrationen zu isolieren.

3. Bessere Kundenservice-Erfahrungen ermöglichen

Die FNBO ist der Ansicht, dass der Kundenservice ein wesentlicher Bestandteil der gesamten Kundenerfahrung ist. Mittlerweile stützt sich die FNBO auf Decibel, wenn es darum geht, einen außergewöhnlichen Kundenservice für ihr Online-Produkt zu liefern. Wenn Kunden den Kundenservice anrufen, um Hilfe zu erhalten, kann das Kundenservice-Team nun die IP-Adresse des Kunden abrufen, sie mit Decibel abgleichen und dann eine Wiedergabe der genauen Kundenerfahrung ansehen.

„Aktuell unterstützt Decibel rund 10 % aller Kundenservice-Anrufe. Mit diesem Tool kann das Team sehen, was der Kunde wirklich gemacht hat, anstatt zu versuchen, seine Erläuterung zu verstehen,“ erklärt Tyler. Durch diese Funktion ist das Kundenservice-Team bei der Online-Fehlerbehebung nicht mehr auf Vermutungen angewiesen und ermöglicht so eine schnellere und treffsichere Kundenservice-Erfahrung.

Darüber hinaus unterhält das Kundenservice-Team auch eine Feedback-Schleife mit dem Entwicklungsteam. Mithilfe von Decibel kann dieses Feedback auch angezeigt und nicht nur mitgeteilt werden, da die Session-Wiedergaben während des Anrufs ermittelt werden können. Die UI/UX-Teams können direkt zur Quelle gehen, dem Kunden dabei zusehen, wie er den Prozess durchläuft, und anschließend das Problem so lösen, wie es den Bedürfnissen des Kunden am besten entspricht.



„Aktuell unterstützt Decibel rund 10 % aller Kundenservice-Anrufe. Mit diesem Tool kann das Team sehen, was der Kunde wirklich gemacht hat, anstatt zu versuchen, seine Erläuterung zu verstehen.“



Tyler Cooper, Product Owner of Enterprise Digital Solutions, FNBO.

Das neue Online-Onboarding-System von FNBO für Giro- und Bankkonten hat sich als großer Erfolg erwiesen. Seit dem Launch vor acht Monaten wurden etwa 3.000 neue Konten eingerichtet, von denen fast

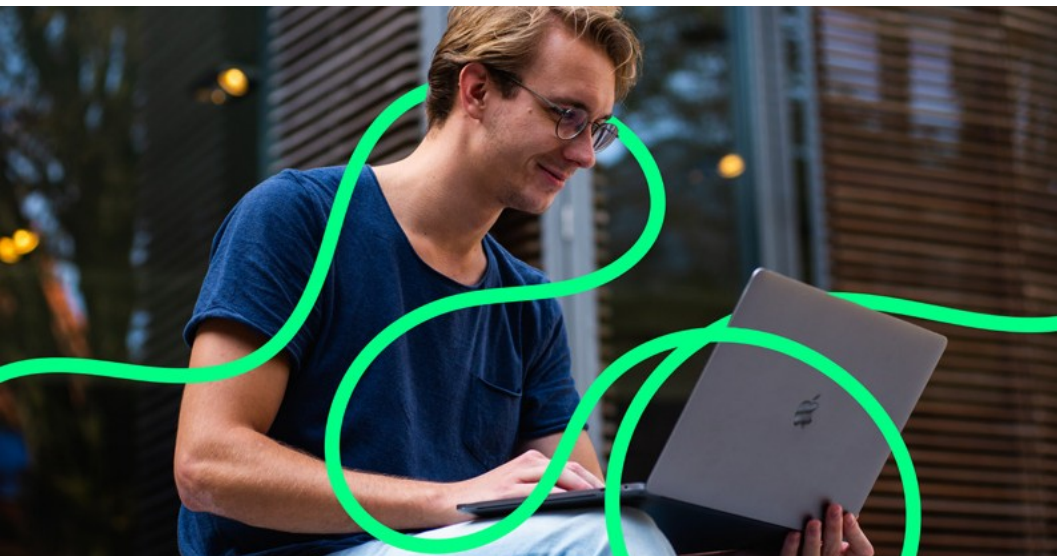
75 % Netto-Neukunden sind.



Tyler Cooper, Product Owner of Enterprise Digital Solutions, FNBO.

„Decibel hat während des Aufbaus, des Starts und der Pflege unserer Online-Produkts eine wesentliche Rolle gespielt. Wir konnten Decibel nutzen, um sicherzustellen, dass es fehlerfrei

und wie beabsichtigt auf den Markt kam, um UX-Nachbesserungsbedarf kontinuierlich abzarbeiten und unsere Kunden in unserem Callcenter besser bedienen zu können.“



3000

neue Konten seit Markteinführung erstellt



75 %

der Konten entfallen auf Netto-Neukunden

Decibel bietet Echtzeit-Informationen, die es Unternehmen ermöglichen, die Online-Kundenerfahrungen zu messen und zu verbessern – und zwar nach einer festen Skala.

Als Pionier der weltweit ersten Technologie, die speziell für die Quantifizierung von Erfahrungen entwickelt wurde, erfasst die Digital-Experience-Intelligence-Plattform von Decibel einzigartige Erfahrungsdaten, die durch maschinelles Lernen angereichert werden, um die digitale Körpersprache zu offenbaren, den Gemütszustand des Nutzers zu verstehen und Problembereiche auf Ihrer Website, in Web-Anwendungen und nativen Apps zu lokalisieren. Unsere verlässliche universelle Kennzahl zur Messung von Online-Erfahrungen, der Digital-Experience-Score (DXS®), bewertet die Qualität der Erfahrungen automatisch und kann für das gesamte digitale Angebot und die Zielgruppe segmentiert werden, um sofort erkennen zu können, wo die größten Potenziale liegen.

Diese Informationen werden in erstklassige forensische Tools eingespeist, die es Digitalmarketing-Teams ermöglichen, genau zu untersuchen, wie und wo optimiert werden muss, um bessere Erfahrungen zu gewährleisten. Mit einer flexiblen, schnellen und offenen API als Grundlage bietet Decibel eine einfache Möglichkeit, intelligente Erfahrungsdaten zu integrieren und zu exportieren, um Ihren gesamten Stack oder Ihr Modell im eigenen Hause anzureichern. Die größten Unternehmen der Welt, darunter LEGO, British Airways und AllState Insurance, nutzen Decibel, um Möglichkeiten zu entdecken, die digitale Erfahrung grundlegend zu verändern, die Markentreue zu fördern und ihr Geschäft auszubauen.

Erleben Sie, wie die Erfahrungsdaten von Decibel auch Ihr Geschäft grundlegend verändern können.
Weitere Informationen erhalten Sie auf decibelinsight.com.