



# Analyse von Web-2.0-Kundenkonversationen

Schon seit geraumer Zeit befinden sich Banken in Deutschland unter einem enormen Anpassungsdruck durch die Finanz- und Wirtschaftskrise. Verschärft wird dies durch eine neue Generation von Kunden, die sich von passiven Konsumenten zu aktiven Gestaltern gewandelt haben und die schnellwachsenden Web-2.0-Plattformen wie Facebook, Twitter, Blogs und Foren zunehmend nutzen.

## Leistungen:

- Customer Experience Management
- Analyse unstrukturierter Daten
- Social Media Monitoring
- (Teil-)automatisierte E-Mail-Beantwortung
- Wissensmanagement im Contact-Center
- Identifizierung von Wettbewerbsrisiken und Chancen
- Unterstützung der Bereiche:
  - Risikomanagement
  - Meldewesen
  - Rechnungsbelegung
  - Corporate Performance Management
  - Compliance
  - Geldwäscheprävention u.v.m.

Attensity's intelligente Softwarelösungen für professionelles Customer Experience Management ermöglichen es Banken und Finanzdienstleistern, ihren Kunden gezielt und umfassend zuzuhören. Egal ob E-Mail, Telefon, Fax, SMS, Kundendienst-Notizen oder Konversationen innerhalb von Social Media – Attensity-Lösungen analysieren alle service- und vertriebsrelevanten Informationen automatisch und setzen sie mit bereits vorhandenen Daten aus internen Quellen (wie z.B. CRM-Systeme) in Beziehung.

**Attensity360** beobachtet und analysiert kontinuierlich Beiträge in Social Media, Bewertungsportalen, Blogs, Foren, Twitter, Facebook, YouTube-Videos, Nachrichten etc. Es bietet eine große Bandbreite an Reports, die Ihnen helfen, relevante aktuelle Diskussionen über Marken, Services und Produkte, Wettbewerber usw. zu verfolgen und zu analysieren, Meinungsbildner und Feedbackquellen zu identifizieren, Kundenstimmung und Produktprobleme zu ermitteln und jederzeit über die neuesten Trends informiert zu sein.

**Attensity Analyze** analysiert die aus den unterschiedlichsten – internen und externen – Quellen gewonnenen Daten und extrahiert hieraus wertvolle Informationen hinsichtlich Kundenzufriedenheit, -loyalität oder Stimmungs-

lage, welche beispielsweise als Frühwarninstrument für potenzielle Reklamationen, das Monitoring von Markteinführungen, die Qualitätsanalyse und z.B. die Entwicklung von Produktinnovationen genutzt werden können.

**Attensity Respond for Social Media** stellt eine Erweiterung von Attensity360 dar, indem es relevante Beiträge im Web 2.0 klassifiziert und automatisch an den zuständigen Mitarbeiter bzw. das zuständige Team weiterleitet, so dass Anfragen und Probleme quasi in Echtzeit bearbeitet werden können. Banken können ihren Kunden somit über das Social Web einen weiteren erstklassigen Zugang zu ihrer Bank sowie eine individuelle Beratung bieten. Gleichzeitig werden durch die Automatisierung und die verringerten Kundenanrufe die Kosten für den Support reduziert.

## Ein rundum positives Kundenerlebnis

Attensity's Customer-Experience-Management-Lösungen verschaffen Ihnen ein ganzheitliches Bild von Ihren Kunden, so dass Sie die Kommunikation mit ihnen persönlich und direkt gestalten können – für ein rundum positives Kundenerlebnis, mehr Kundenzufriedenheit, ein größeres Vertrauen in Ihre Qualität und treuere Kunden.