



保險業溝通協作的挑戰與機會

作者：Bill Porter 與 Ty Levine

The logo for Vmoso, featuring a blue checkmark symbol followed by the word "moso" in a lowercase, sans-serif font. The "m" is blue, "o" is green, "s" is orange, and "o" is yellow.

保險業溝通協作的挑戰與機會

摘要

對保險業者而言，與客戶培養緊密的關係並非易事。將客戶稱為「保戶」，使保險業者與保戶間更顯生疏。畢竟對消費者而言，保險是一項購買後永遠不會想用到的產品。消費者都是在意外發生後備感壓力情況下，行使保單權利，索取理賠。

然而，情況正在轉變。由於新科技與消費者期望的改變，為保險業者帶來威脅與機會，讓保險業者有機會鞏固與保戶的關係，並加強雙方的合作。以下這份白皮書將檢視這些轉變的背景，並說明如何善用此轉變，提供高質感的個人化顧客服務。

背景

科技的變革和消費者對顧客服務期望的改變，使保險業者大幅增加對新數位科技投資。根據埃森哲 (Accenture) 的調查指出：「目前有35%的保險業者將全面性投資數位科技，作為公司整體策略的一環。」⁴ 有些投資是用於改善現有的業務流程，有些投資則是為了帶來革命性轉變，例如將客戶的價值定位從「提供保險的對象」，提升為「協助客戶管理風險與預防意外發生」⁴。

造成這些衝擊的關鍵科技包括「物聯網」(IoT)、遙測技術與行動通訊。在此同時，保戶對保險業者能提供即時服務的期望日益升高，他們希望能隨時與相關人員進行互動，而不只是在意外事件發生時，保險業者採取被動的回應。新科技的出現，讓客戶要求更好的服務。

人 - 系統 - 事物

舉例而言，目前有些汽車保險業者在專為年輕駕駛人設計的保險商品中，同時要求使用車載資訊系統以監測車輛使用情形（即駕駛人如何駕駛車輛）。一些保險業者的方案當中早已囊括居家安全與個人健康監控。當保險業者能夠建立起人、流程與「物」之間的連結後，保險業者便能發展新的產品定位，協助顧客及早因應意外事件，甚至能夠在意外發生前有所行動，而不是在重大損失發生後才亡羊補牢。就像預防性醫學強調預先防範準備，降低保險發生時索賠的成本及壓力。

目前的尚未解決的問題是，要如何提供完整的保險通訊生態系統網路，讓保險業者、客戶、相關事物和其他關係人（例如保險經紀人、理賠估算人員、維修廠商與供應商）得以溝通？客戶需要的網路要求個人化服務、服務取得便利、使用方式親切簡易、同時還必須兼顧安全性與隱私權。這個網路必須能與各系統與應用相連，還要方便傳遞多種內容，包括對文件、相片與影片進行分享、傳送訊息與通知以及管理對話，並且可以從行動裝置、桌上型電腦或筆記型電腦有效率地執行上述所有工作。

客戶服務落差

保險業客戶的忠誠度比其他產業來得薄弱許多。如果要增加客戶的「黏著度」，便需要著重提升整體的客戶服務體驗。客戶想知道如何能快速簡便地取得問題的答案，也想瞭解申請理賠的難易程度與是否公平合理。當保險業者認識到客戶的需求後，便能運用此一新機會，將保險客戶體驗提升至新的境界。

當保戶聯絡客戶服務中心時，客服人員往往都在遠方。在自助式客戶服務與高度互動的個人化實體服務之間，目前存在極大的差距。埃森哲公司的 Mark Sherwin 認為，客戶服務體驗應該要進行漸進式分級³。隨著 Vmoso 這種虛擬化、行動化、社群化的新型溝通方式出現，將有機會解決「客戶服務落差」的問題。無論保戶需要與保險業者溝通的事項是保單修改、續保、申請理賠，或簡單的查詢，保險業者都能以有效率又低成本的方式，為保戶提供即時互動且便利的個人化體驗。

「埃森哲公司的全球消費者脈動調查 (Global Consumer Pulse Survey) 指出，在 2014 年有 65% 的消費者因為保險業者的服務品質欠佳，至少更換過一家保險公司。此數據從 2005 年的 49% 連年穩定攀升達到 2014 年的水準。」⁴

來自競爭者的威脅與機會？

保險業者除了單純銷售保單產品之外，更可以透過提供高度個人化的服務組合取得優勢。物聯網中事物（舉凡汽車、白色家電、居家設備）的連結能力與穿戴式科技，提供實現客製化或個人化服務的機會，協助消費者主動管理他們的生活。保險業者在此化身成為掌握先機的服務供應商，協助保戶管理家務（煙霧警報器啟動、洗衣機定期保養等）、提供潛在威脅（如水災）預警、提供健康的生活方式等等。汽車科技的躍進也將使汽車保險業務產生轉變；麥肯錫（McKinsey）顧問公司近日在報告中指出，「在美國，自動駕駛汽車可能減少90%的汽車事故，且每年可因此減少總價達\$1900億的損害與醫療費用」⁵。

另一方面，其他早已熟悉這些科技與個人化應用的組織，將可能發展與保險市場互相重疊的服務。因為現在已有許多服務可以因應客戶的偏好或特殊狀況進行量身打造，甚至自動客製化。這種服務概念稱為「我聯網」（Internet of Me）⁴ — 它可以客製化使用者喜歡的音樂、個人化閱讀推薦、個人最想知道的最新消息、您可能認識的人等等。

「消費者不想再聯絡電話客服中心，他們想要在網路上輕鬆購物，或是使用應用程式發送遺失通知或啟動自動程序。如果您將這些功能嵌於業務當中，將可帶來無限美好商機。當你關注時，便會發現這些資料非常強大，因為您能夠透過它們開始銷售正確的產品，數位化與資料帶來龐大商機。」

Royal Sun Alliance⁶ 產物保險公司資訊長 Darren Price

溝通、移動性與顧客關係

在這個高度連結的行動時代，當消費者已習慣個人化服務、期望享有隱私權、希望能依需求存取資訊、並預期可輕鬆進行溝通的情況下，有那些維護顧客關係的溝通選項？

電話與客服中心

電話與客服中心溝通的優點是高度個人化，因為多數人偏好與服務人員直接互動。但是缺點是成本過高。透過客服中心進行大多數客戶溝通的成本讓人望之卻步。另一個缺點是無法同步溝通內容—客服對話是即時、僅限於通話期間的當下，雙方都必須投注時間進行通話。一般而言，一通客服電話只佔客戶與客服中心長期溝通內容的一部分，客戶每次撥通電話，就要與另一名服務人員重新進行互動、解釋情況、並描述事件發生背景。

電子郵件

電子郵件簡單易用、使用方便而普及、成效優良、而且通常效率頗高，但是電子郵件較難區分責任歸屬，也無法呈現信件之間的關聯脈絡，在同一討論主題中的每封電子郵件都不相同。附加在電子郵件的文件，也不會與資訊流中後續郵件自動建立連結。當收件匣中收到大量信件時，重要的郵件常常被遺落在收件匣底端。

網站即時通訊

造訪網站時彈出的即時對話視窗（「您需要什麼協助？」）是互動性頗高的溝通方式，但通常不具有事件前後背景，與前次造訪之間沒有相互連結，客戶也無法獲得持續發展的相關資訊。此外，此種方法未提供推播機制，無法主動發送重要訊息或通知給客戶，必須另行透過電子郵件或簡訊通知。客戶與保險業者之間的溝通因此斷裂，未來有類似狀況或問題時，也沒有單一資訊來源供雙方存取與檢閱。

應用Vmoso進行高質感互動

Vmoso 將多種企業溝通功能整合於單一平台，使人、系統與事物（即「物聯網」的「物」）之間相互連結與互動，協助企業進行溝通與資訊共享：

- **Vmoso 即時通訊**：以關係為基礎的私人溝通管道，提供便利、即時與持續的溝通與對談。
- **Vmoso 任務**：以專案 / 議題 / 案例 / 事件為基礎建立的私人管道，造就更加密集，且更能區分責任的工作群組協作。可由系統自動產生或由人員建立。
- **Vmoso 公告**：以社群為基礎的互動管道，可設定為半私人、半公開或公開，供知識共享與取得。
- **Vmoso 空間**：統一化的互動空間。用戶可利用空間功能在任一平台中隨時隨地與任何人組成工作群組、歸類內容或分享事物。您可以為保戶、保險經紀人、代理人、理賠估算人員、理賠申請或資產等建立空間。

- **互用性**：開放式應用程式介面 (API) 使Vmoso能夠與電子郵件、記錄系統和物聯網進行雙向溝通運作，藉此對整體保險產業的生態系統 (包括：保險業者保險經紀人 / 代理人保戶保單申請理賠、理賠估算人員) 提供高質感互動服務。

運用於保險產業時，Vmoso高質感互動(HTE)平台能透過上述機制，動態地串起整個生態系統 (包括：保單、保戶、保險經紀人/代理人、保險業者)，並藉此提供以下功能：

1. 雙向、具持續性與隱私的溝通管道。例如：保險業者對保險經紀人對保戶 (B2B2C) 或是保險業者對保戶 (B2C)。可用於保單續保通知、提醒、申請理賠、保戶提問查詢、與提供所有相關文件 (保單、保險清單、理賠程序等) 的連結或參考資料。
2. B2B 業務管道：包括保險公司對保險經紀人、保險公司對理賠估算人員、保險公司對合作夥伴等。
3. B2B服務與支援管道：保險業者對理賠估算人員、保險業者對合作供應商、保險業者對維修廠商對供應商、道路救援等。
4. B2B2C公告 / 空間，發佈常見問題集 / 意見反應論壇：除了一般議題討論串，針對所有保單以及不同類型保單個別設立討論主題。
5. B2B 公告 / 空間，發佈合約、程序與準則等。
6. B2C 公告 / 空間，發佈保單文件等。
7. 個人空間，用於存放保戶的收據、精算文件等。

所有的活動 (包括與保單、理賠、保單續保的溝通)、人員 (保戶、保險業者員工、理賠估算人員、保險經紀人與其他第三方參與者) 與內容 (保單文件、相片、理賠表單、證人口供等)，都能夠交互參照，進而建立可全面搜尋的「知識網」。

效益

1. 更快速、更方便區分責任歸屬，及更可靠的溝通方式：特別適用於重要提醒、保單續保、重大保單變更與理賠狀態更新等。
2. 保戶與保險業者間產生更緊密的互動，進而強化顧客關係。
3. 使用者可隨時透過行動裝置，或整合其他應用程式 / 系統存取必要資訊。
4. 資料分析功能：針對風險、理賠、保戶特性、偏好與需求，提供更深入的分析，協助保險業者提供更加個人化與更具互動性的服務。

結論

科技與消費者期望的轉變，促使保險業者尋求與顧客互動的新方式。

這些方式需要更好的互動連結能力，串起保險業者客服人員與保戶、各種監控汽車、住家和客戶健康的工具、與保險流程中其他各方與相關系統。Vmoso 正是能夠提供此強大連結功能的現代化整合平台方案，符合現代消費者對溝通的期望與習慣。

參考資料

1. "Top Issues. The Insurance Industry in 2014", PWC
2. "Top Issues. The Insurance Industry in 2015", PWC
3. "A progressive approach to digital customer service", Mark Sherwin, December 2014, https://www.linkedin.com/pulse/progressive-approach-digital-mark-sherwin?trk=pulse-det-nav_art
4. "Accenture Technology for Insurance - Digital Insurance Era: Stretch Your Boundaries", Accenture, 2015
5. "Self Driving Cars Could Cut Down On Accidents, Study Says", Wall Street Journal, March 2015, <http://www.wsj.com/articles/self-driving-cars-could-cut-down-on-accidents-study-says-1425567905>
6. "RSA Group CIO interview - The right Price at insurance house", CIO, January 2015, <http://www.cio.co.uk/profile/darren-price/28-1-2015/?page=2>

關於 Vmoso

Vmoso 是一項可進行虛擬企業溝通、行動工作群組協作以及社群式企業互動的雲端應用解決方案。它整合了電子郵件、即時通訊、內容共享、工作任務與社交網路，提供緊密互動的體驗，讓使用者與其相關組織運用極少的時間與更低的成本，完成更多工作。瞭解更多詳細資訊，請造訪 www.BroadVision.com/tw/Vmoso

關於美商宏道資訊 (BroadVision)

自 1993 年創立以來，美商宏道資訊 (BroadVision，Nasdaq代號：BVSN) 不斷推動創新，提供電子商務解決方案，協助企業及其員工、合作夥伴與客戶維持積極互動、建立社交連結與全面組織化，以達成更大的商業效益。BroadVision® 解決方案包括Vmoso 與 Clearvale。Vmoso應用於虛擬化行動社群式企業協作，Clearvale則是企業社交網絡，全球各地的用戶都可透過網頁和行動應用程式存取使用這兩項雲端應用。瞭解更多詳細資訊，請造訪 www.BroadVision.com.tw

BroadVision 及其他以大小寫字母排列的相同文字，是BroadVision, Inc. 在美國及其他國家的商標或註冊商標。

關於作者

Bill Porter

有些企業亟欲改善企業內部員工與外部客戶及合作夥伴的溝通、協作與互動 (CC&E)。Bill Porter 的工作就是與這類企業展開對話，再透過BroadVision與其合作夥伴的產品與服務，協助企業實際進行改善。Bill Porter 長期關注於企業運作方式，以及科技如何為企業股東、客戶、管理階層與員工帶來效益。在2011年加入美商宏道資訊之前，Bill Porter曾在數家新創公司與大型企業任職，在企業科技應用領域擔任過業務、行銷與顧問等不同職務。對於社群網路、行動商務、數據分析、資料倉儲、電子商務與企業搜尋領域，擁有豐富經驗。

Ty Levine

「一般人只針對現況提出質疑，而我夢想從未出現的事物，並且勇於嘗試。」Ty Levine一直秉持這樣的工作信念，並貫徹這句蕭伯納 (George Bernard Shaw) 名言顛覆企業常規，改變大眾思維與行為。Ty Levine 熟悉保險產業，因此了解需要啟動承保範圍時可能遭遇的挑戰。Ty Levine畢業於美國西北大學傳播研究學系，在媒體與科技領域負責行銷與開發業務。他深信，改變的目的是為了改善人們的工作方式，而不是為了改變而改變。