

TEXT-BAUSTEINE OPTIMIEREN: VERSTÄNDLICH UND MODERN KOMMUNIZIEREN

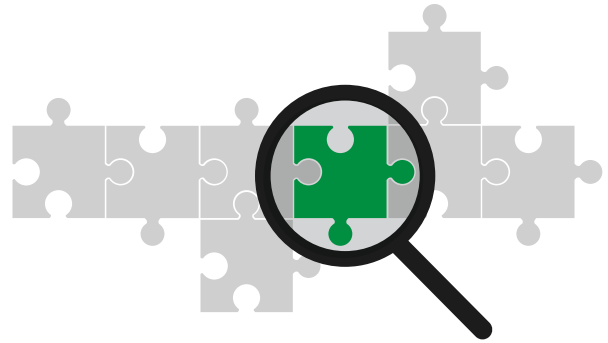
Projekt HDI Lebensversicherung AG »Optimierung Schriftgut«

HINTERGRUND

- Die HDI Lebensversicherung AG möchte ihre Kunden in den Mittelpunkt stellen und auf Augenhöhe kommunizieren. Hierfür ist auch eine transparente, freundliche und moderne Sprache entscheidend.
- Wenn die Kommunikation **nicht** gelingt, steigen schriftliche und telefonische Rückfragen im Service-Center.
- Eine gelungene Kommunikation dagegen kann Vertrauen, Wertschätzung, Ansehen und Reputation steigern.
- Diese immateriellen Werte sind in Bezug auf Image und die Marke entscheidend für den Erfolg.
- Um eine kundenfreundliche Sprache zu erreichen, sollten im ersten Schritt existierende Text-Bausteine für Briefe unter die Lupe genommen und systematisch optimiert werden.

PROJEKT-ZIELE

- Ermittlung objektiver, messbarer Kennzahlen
- Festlegung von Regeln (Sprach-Leitfaden)
- Systematische Behebung von Schwachstellen
- Standardisierung (Terminologie, Corporate Wording, Marken-Sprache, Best-Practice-Beispiele)
- Schulung von Mitarbeitern (z.B. Schreib-Workshops)
- Bereitstellung notwendiger Werkzeuge (Sprach-Software TextLab)
- Einführung einer Qualitätsprüfung (u.a. über Benchmarks)
- Vermeidung von Geschäftsvorfällen (Schrift, Telefonie)
- Transparenz (Textmenge, Prozess, Monitoring)
- Marktdifferenzierung durch ausgeprägte Kundenorientierung (Wertschätzung)



HERAUSFORDERUNGEN

- Das Korrespondenz-System von HDI basiert auf Text-Bausteinen und Regeln. Text-Bausteine werden in verschiedenen Briefen eingesetzt. Auf Basis der Regeln werden Briefe für Vorgänge und Verträge erstellt. Etwa 15.000 Text-Bausteine und 8.000 Regeln sind in den Korrespondenz-Systemen hinterlegt.
- Prozessuale Barrieren: Texte werden dezentral erstellt, dies wirkt sich unter anderem auch auf die Konsistenz der Sprache aus. So ergeben sich beispielsweise immer wieder abweichende Schreibweisen von feststehenden Begriffen.
- Experten-Laien-Kommunikation: Versicherungsprodukte sind abstrakt und komplex. Auch im Interesse der Kunden steht die Rechtssicherheit dabei an erster Stelle. Dies geht aber oft auf Kosten der Verständlichkeit.
- **Wie kann eine gezielte Steuerung der Prozesse die Verständlichkeit der Kommunikation von HDI verbessern?**



TYPISCHE BARRIEREN

- Fach- und Fremdwörter
- Lange, komplexe Sätze
- Unklare Zusammenhänge und unstrukturierter Aufbau
- Unpersönliche Kunden-Ansprache und unfreundliche Tonalität
- Uneinheitliche Terminologie und fehlende Standard-Formulierungen
- Nicht relevante Informationen
- Fehlen einer klaren Struktur

BEISPIELE FÜR VORHER-NACHHER-FORMULIERUNGEN:

TONALITÄT

original

Damit wir Ihr Anliegen rasch bearbeiten können, senden Sie uns bitte die in der Anlage aufgeführten Unterlagen zu.



optimiert

Wir möchten Ihnen gerne schnell weiterhelfen. Dafür benötigen wir noch einige Dokumente. Schicken Sie uns diese bitte zu. Eine genaue Liste haben wir für Sie beigelegt.

LESER-ANSPRACHE / AKTIV STATT PASSIV

original

Ferner werden folgende weitere Unterlagen in Kopie benötigt

Hierfür anfallende Kosten werden von uns übernommen.



optimiert

Senden Sie uns bitte eine Kopie dieser Unterlagen:

Das ist für sie kostenlos.

PROZESS

- 1 Identifizierung der wichtigsten Geschäftsvorfälle
- 2 Erste formale Analyse mit der Sprach-Software TextLab
- 3 Extraktion der Text-Bausteine aus den Systemen und Aufbereitung für die Überarbeitung
- 4 Festlegung von Terminologie und Zielwerten in der Sprach-Software TextLab
- 5 Test und Optimierung des Zusammenwirkens der Text-Bausteine auf Basis von Muster-Briefen
- 6 Kommentierung der Texte durch Sprach-Experten
- 7 Optimierung der Texte durch Sprach-Experten
- 8 Rücksprache und Abstimmung mit den Experten bei HDI
- 9 Freigabe der optimierten Text-Bausteine durch HDI
- 10 Festlegen des Corporate Wordings in einem Leitfaden und Speicherung in TextLab
- 11 Entwicklung eines Corporate Wordings

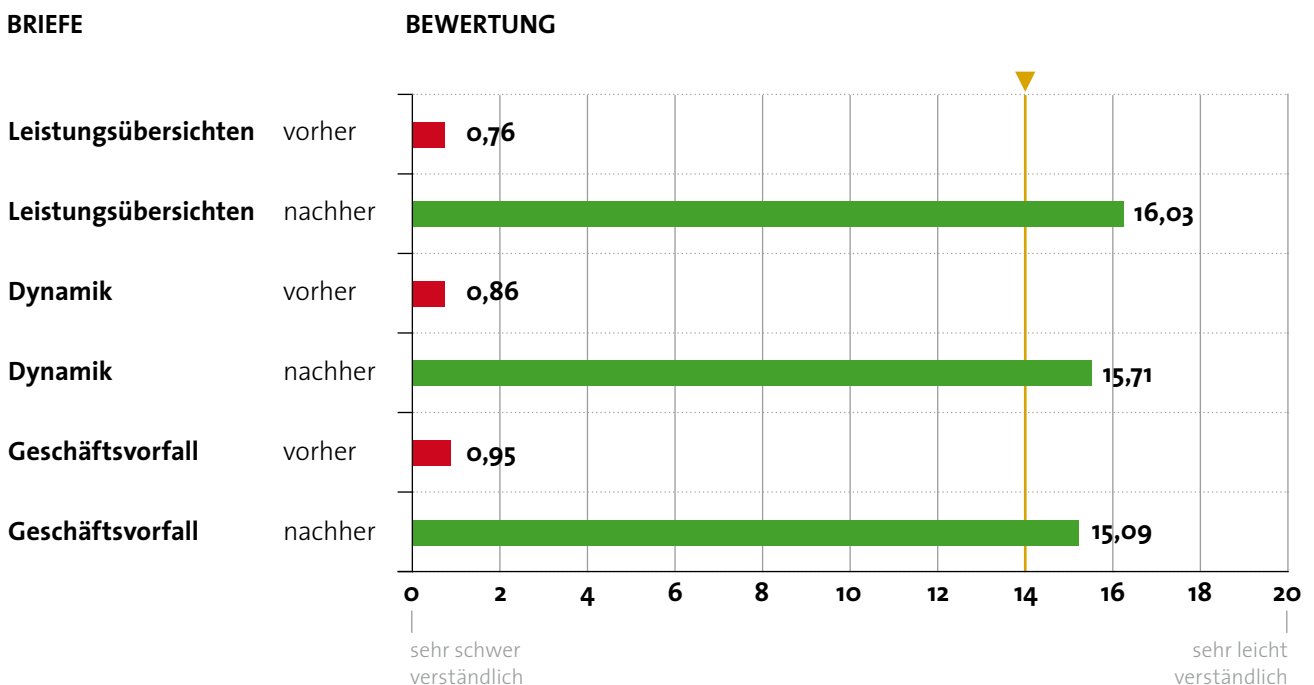




VORHER-NACHHER: DIE TEXTE IM VERGLEICH

- Der Vorher-Nachher-Vergleich der optimierten Briefe zeigt besonders deutlich: Die Texthandbücher von HDI erreichen in der Abschluss-Messung insgesamt sehr gute Werte. Es konnte eine signifikante Verbesserung der Verständlichkeit in allen Kategorien nachgewiesen werden.
 - Eine zusammenfassende Bewertung wichtiger formaler Text-Kriterien lieferte der Hohenheimer Verständlichkeits-Index (HIX), der als Schlüsselindikator für die Text-Qualität diente. Der HIX bewertet die Verständlichkeit von Texten auf einer Skala von 0 (sehr schwer verständlich) bis 20 (sehr leicht verständlich). Die Zielvorgabe für Briefe liegt bei 14 Punkten.
- Die Ergebnisse aus der Vorher-Analyse zeigten, dass bei den HIX-Ergebnissen nur 8 der 101 untersuchten Dokumente im „grünen Bereich“ lagen. Der Anteil der Texthandbücher mit einem HIX-Wert unterhalb des Zielwerts von 14 Punkten überwog deutlich.
 - Im Optimierungsprozess konnten die Werte deutlich verbessert werden: von durchschnittlich 7,06 auf 16,59 Punkte. Damit erreichen die Dokumente insgesamt einen Wert beim Hohenheimer Verständlichkeits-Index, der sogar über der Zielvorgabe liegt.
 - Die HDI-Briefe können somit insgesamt als leicht verständlich eingestuft werden.

HIX (HOHENHEIMER VERSTÄNDLICHKEITS-INDEX): VORHER-NACHHER-VERGLEICH VON 3 BRIEFEN

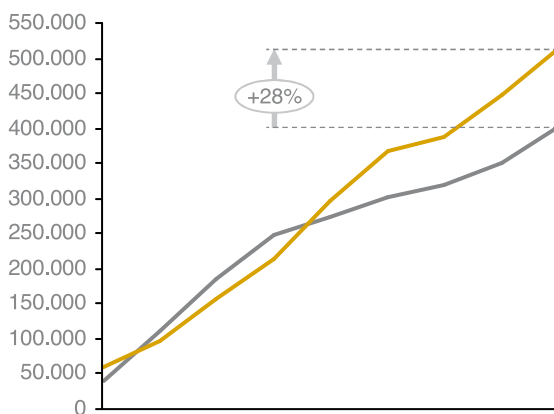




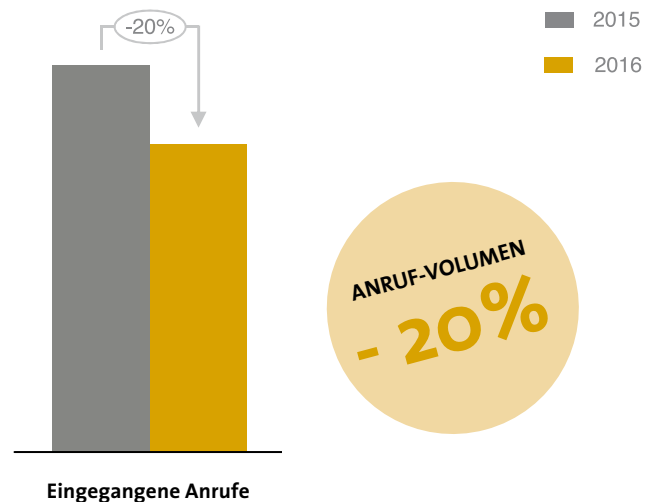
ERFOLG

- Innerhalb von 6 Monaten wurden etwa 6.250 Text-Bausteine systematisch optimiert. Das entspricht in etwa 20 % aller Text-Bausteine.
- Durch das systematisierte Vorgehen konnte das Communication Lab erstmals Kennzahlen, Schwellenwerte und Standards für die Unternehmenskommunikation von HDI ermitteln.
- Die im Prozess ermittelten objektiven Kriterien und die individuellen Besonderheiten wurden in TextLab hinterlegt. Dadurch stehen die für HDI ermittelten Standards zur Qualitätssicherung und Optimierung jedem Mitarbeiter auch nach Projektende auf Knopfdruck zur Verfügung.
- Neben der Qualitätssicherung auf Basis objektiver Kennzahlen ermöglichte der softwaregestützte Ansatz eine konsistente Bearbeitung von sehr großen Mengen an Schriftgut. Und dies mit deutlich weniger Aufwand als bei herkömmlichen rein manuellen Verfahren.
- Mit der Analyse und Optimierung der Briefe und Formulare hat HDI einen großen Schritt in Richtung Verständlichkeit und einheitliche Unternehmenssprache gemacht. Das macht der objektive Vorher-Nachher-Vergleich der Texte deutlich.
- Das Projekt wirkt sich auch positiv auf andere Unternehmensbereiche aus. So werden mittlerweile nicht nur Briefe systematisch analysiert und optimiert, sondern auch zahlreiche Marketingunterlagen für den Endkunden und den Vertriebspartner.
- Auch die Ziele Anruf-Vermeidung und Verkürzung der durchzuführenden Anrufe wurden von HDI erreicht: Im Januar 2016 wurden um ein Vielfaches mehr Leistungsübersichten als im Januar 2015 versandt. Dennoch konnte HDI im Vergleich zum Vorjahr, das Anruf-Volumen mit einem Minus von etwa 20 % deutlich reduzieren.

VERGLEICH ANZAHL LEISTUNGSÜBERSICHTEN



VERGLEICH ANZAHL ANRUFEN (Stand Januar 2016)



ANBIETER

Optimierung Ihrer Texte, Kennzahlen für Ihre Unternehmenskommunikation, Qualitätssicherung Ihrer Kundenansprache – was können wir für Sie tun? Wir sind gerne für Sie da!

H&H Communication Lab GmbH
Institut für Verständlichkeit

Hindenburgring 31
D-89077 Ulm

Telefon: +49(0) 731/93 284 – 15

Telefax: +49(0) 731/93 284 – 21

E-Mail: info@comlab-ulm.de

Internet: www.comlab-ulm.de