

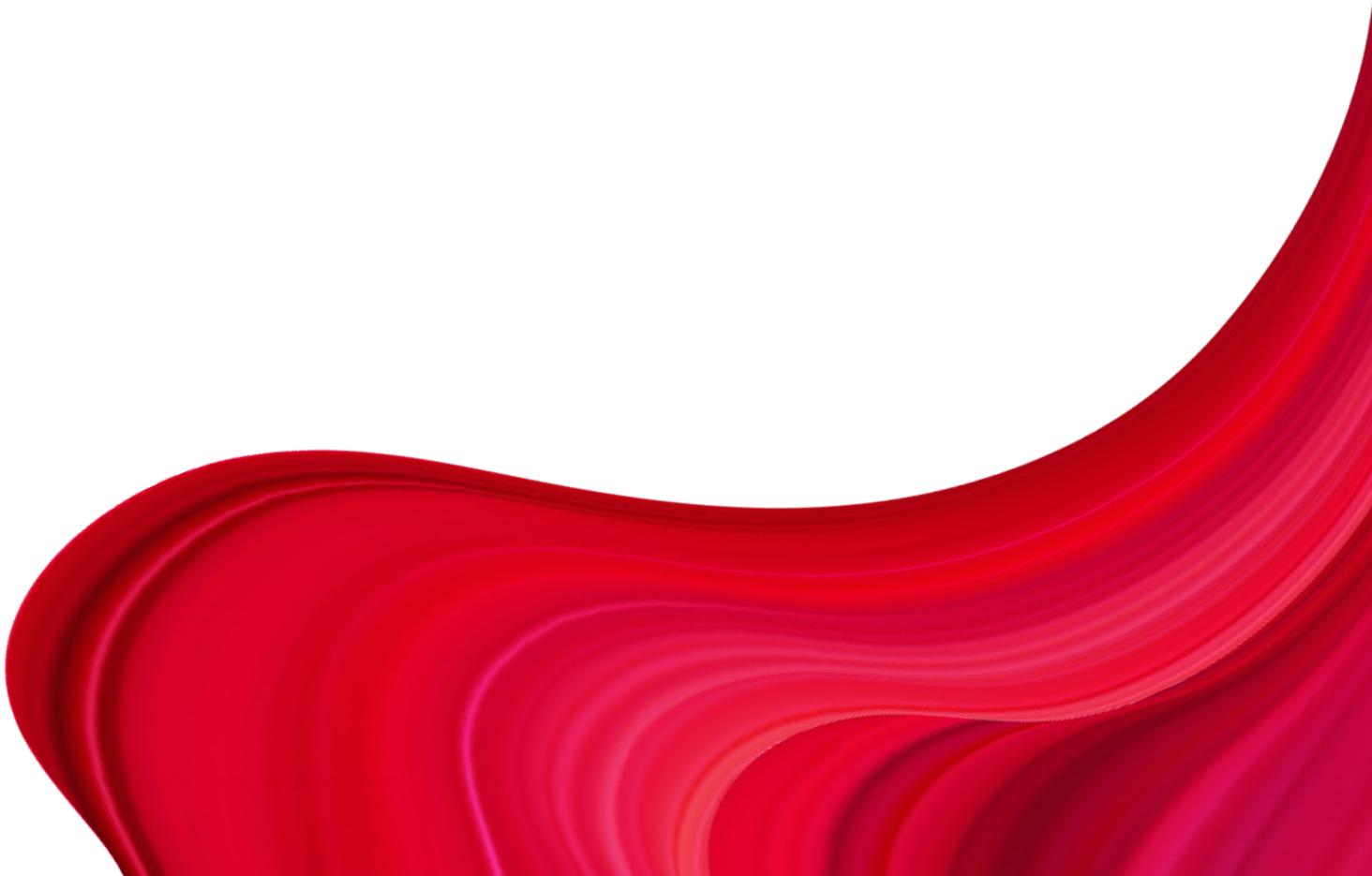


Digital Enrollment.

So vereinfachen Sie die digitale
Anmeldung für Ihre Kunden und
Ihr Team.

Inhalt.

| | |
|--|----|
| Einführung. | 03 |
| Warum digitale Anmeldung so frustrierend sein kann. | 04 |
| Frust vermeiden und die digitale Anmeldung optimieren. | 07 |
| Die eigenen Erwartungen – und die der Kunden – übertreffen. | 09 |
| Quellen. | 10 |





Einführung.

Ich möchte Ihnen Ted vorstellen. Er möchte einen Eigenheimkredit bei einer Bank beantragen. Zuerst versucht er es in einem Café über sein Mobilgerät, aber die Formulare der Bank sind nicht für Mobilgeräte optimiert. Später füllt er das Formular zu Hause auf seinem Desktop aus, stellt aber zum Schluss fest, dass er das Formular noch ausdrucken und am nächsten Tag zu einer Filiale der Bank bringen muss. Nein, danke!

Nach weiteren Recherchen findet Ted eine andere Bank, bei der er den gesamten Kreditantrag online über sein Mobilgerät ausfüllen kann. Zudem bietet sie ebenfalls günstige Zinsen. Nach dem Absenden des Formulars kann Ted sogar auswählen, dass er das Begrüßungspaket – einschließlich personalisierter Angebote – digital erhalten möchte. Ted bereut jetzt nur noch, dass er so viel Zeit mit dem Kreditantrag für die erste Bank verbracht hat.

Ähnlich wie die erste Bank in Teds Geschichte übersehen viele Unternehmen, dass die digitale Anmeldung (Digitale Enrollment) ein wichtiger Teil des Kundenerlebnisses ist. In vielen Fällen ist es sogar die erste echte Interaktion von Kunden mit einer Marke, sodass es genau genommen das wichtigste Erlebnis überhaupt ist. Wenn die Anmeldung mit Hürden verbunden ist, wenden sich Kunden wie Ted einer anderen Marke zu. Laut SaleCycle werden branchenübergreifend 76,9 % aller Online-Formulare vorzeitig abgebrochen.

Da es bereits seit vielen Jahren Online-Formulare gibt, ist es überraschend, dass sie Unternehmen – und ihren Kunden – immer noch so große Probleme bereiten. Das muss aber nicht sein. Die Möglichkeiten für digitale Anmeldungen sind inzwischen so ausgereift, dass sich viele Fehler der Vergangenheit vermeiden lassen. Hierfür sind jedoch die richtigen Tools und Prozesse erforderlich.



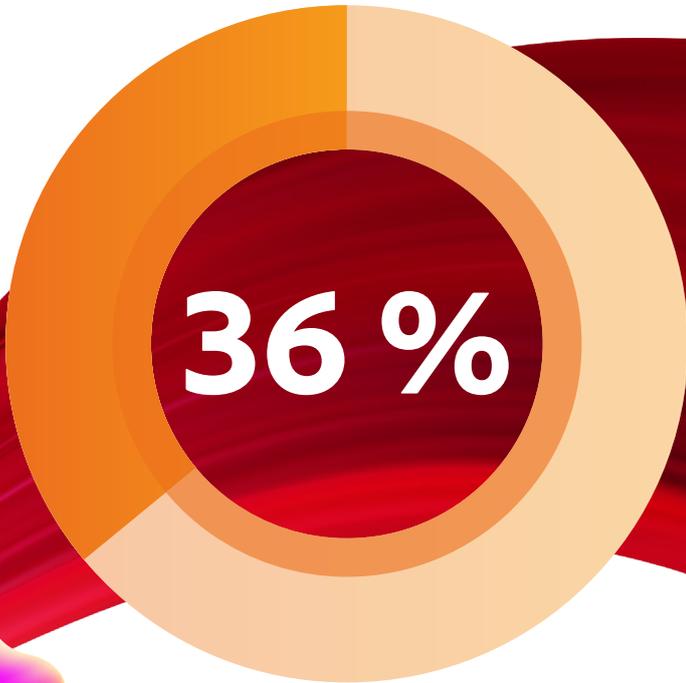
Warum digitale Anmeldung so frustrierend sein kann.

Selbst wenn Sie sich bewusst sind, dass der Anmeldeprozess eine entscheidende Komponente des Kundenerlebnisses ist – und somit für die Gewinnung und Bindung von Kunden ausschlaggebend –, kann die Entwicklung eines digitalen Anmeldeprozesses eine Herausforderung darstellen.

Bei der Verbesserung Ihrer Online-Formulare und -Anwendungen stehen Sie möglicherweise vor diesen großen Hürden:

Datensilos.

Ihre Daten und Formulare sind im gesamten Unternehmen verteilt. Das erschwert die Zentralisierung und effiziente Verwaltung der verschiedenen Formulare und Anmeldeprozesse. Da die Daten nicht miteinander verknüpft sind, fehlt zudem häufig das Gesamtbild des Kunden, sodass sich das Erlebnis kaum personalisieren lässt.



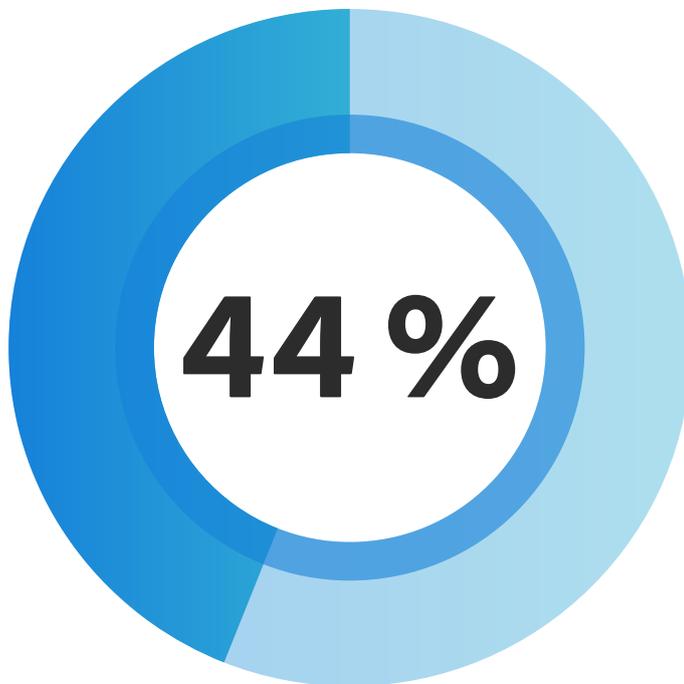
36 %

36 % der Führungskräfte im Marketing-Bereich nennen Customer Journey Management als höchste Priorität für 2020.

Quelle: Adobe & Econsultancy

Schlechte mobile Erlebnisse.

Selbst wenn Ihre Website für Mobilgeräte optimiert ist, sind Ihre Formulare es nicht automatisch auch. Mobile Formulare müssen die Zahl der erforderlichen Eingaben reduzieren, Informationen so weit wie möglich vorbefüllen und sich an verschiedene Bildschirmgrößen anpassen. Wenn digitale Formulare diese Kriterien nicht erfüllen, werden Kunden entweder das Ausfüllen vorzeitig abbrechen oder zu für Sie kostenintensiven persönlichen Kontakten oder Telefonkanälen wechseln.



44 % der Bürger bevorzugen den Zugriff auf digitale Behördendienste per Smartphone.

Quelle: Accenture

Begrenzte Skalierbarkeit.

Eventuell stellen Sie bereits ein Formular oder ein halbes Dutzend Formulare online bereit. Doch wenn Sie Dutzende oder Hunderte Formulare modernisieren möchten, fallen jedes Mal kosten- und zeitintensive IT-Maßnahmen an, da Formulare erstellt, Daten integriert und Kundenerlebnisse verwaltet werden müssen. Wenn Sie das Branding für den gesamten Formularbestand aktualisieren möchten, stellen Sie fest, dass jedes Formular einzeln geändert werden muss.

Die **AXA Gruppe** versetzte Business-Anwender in die Lage, Formulare zu aktualisieren, und verringerte den Zeitaufwand für Formular-Updates von Monaten auf Tage.





Fehlende Transparenz.

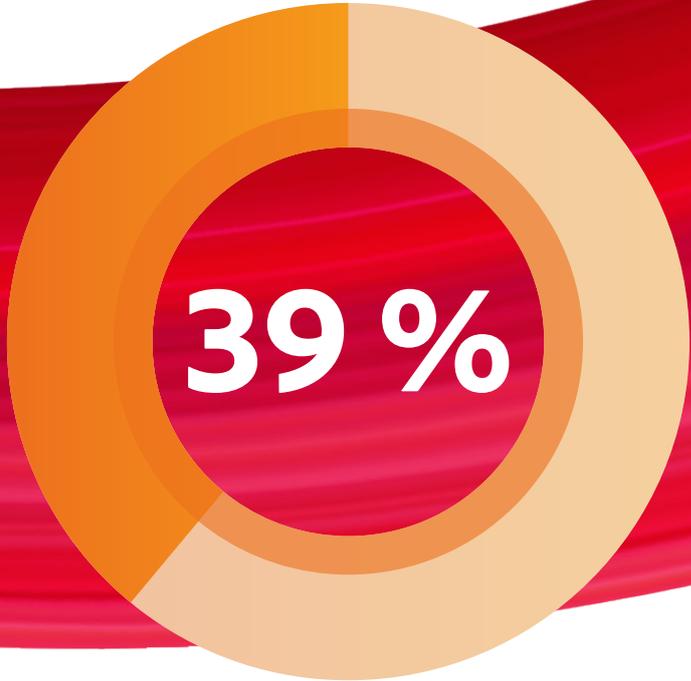
In Anbetracht zahlreicher Schritte und Prüfungen bei der digitalen Anmeldung ist die Messung und Überwachung der Aktivitäten ausschlaggebend. Dafür benötigen Sie Informationen, u. a.: Wie viele Formulare werden vollständig ausgefüllt? Wann und wo treten Fehler auf? Wie lange dauert es vom Absenden des Formulars bis zum nachfolgenden Schritt im Prozess? Andernfalls lassen sich Reibungspunkte kaum finden und keine Maßnahmen der Verbesserung des Erlebnisses ergreifen.

Fragmentierte Technologie und Systeme.

Wenn die Prozesse für Anmeldung und Onboarding fragmentiert sind, zerfällt das Kundenerlebnis in einzelne Teile und ist schwer zu skalieren und zu schützen. Kunden verlangen einen nahtlosen Prozess mit durchgehend konsistenten und personalisierten Interaktionen.

39 % der Umfrageteilnehmer geben an, dass sie die Einführung gut konzipierter Customer Journeys mit nahtlosen Transaktionen als schwierig empfinden.

Quelle: Econsultancy und Adobe



39 %



Veraltete Kommunikationstaktiken.

Der Abschluss einer Anmeldung ist der Beginn der Kundenkommunikation. Doch viele Kommunikationsprozesse sind weiterhin papierlastig, und die zugrundeliegenden manuellen Prozesse sind langsam, fehleranfällig, teuer in der Umsetzung und schwer zu schützen. Das Fehlen relevanter und zeitgerechter Kommunikation führt letztendlich zu höheren Betriebskosten, geringerer Produktivität und größeren Compliance-Risiken.



Frust vermeiden und die digitale Anmeldung optimieren.

Herausragende Kundenerlebnisse müssen mühelos, personalisiert und relevant sein. In der Umfrage von Adobe und Econsultancy zu digitalen Trends stufte ein Fünftel der Befragten auf Kundenseite die Optimierung des Kundenerlebnisses als den Aspekt mit dem größten Potenzial für das laufende Jahr ein. Damit liegen sie richtig: Kunden wünschen sich nicht nur das bestmögliche Erlebnis: Sie erwarten es.

Um Online-Anmeldungen zu optimieren, sind vier Voraussetzungen unabdingbar:

1. Nahtlose Erlebnisse.

Erlebnisse werden dann als nahtlos wahrgenommen, wenn sie ohne Unterbrechungen ablaufen und keinen Aufwand aufseiten des Kunden erfordern. Dazu sollten Sie Folgendes beachten:

- Ermöglichen Sie es Kunden, Formulare digital zu unterschreiben, um das Onboarding zu vereinfachen und gleichzeitig die Compliance zu gewährleisten.
- Erstellen Sie Formulare und Dokumente, die sich an unterschiedliche Geräte und Bildschirmgrößen anpassen und über verschiedene digitale Kanäle abgerufen werden können.
- Gewährleisten Sie durchgehende Konsistenz, indem Sie Kunden das Speichern und Fortsetzen auf beliebigen Geräten ermöglichen.
- Ermöglichen Sie es Kunden, vorgefüllte Formulare fertigzustellen, digital zu unterschreiben und Anträge offline und online zu bearbeiten, um bestmögliche mobile Erlebnisse zu unterstützen.

Die Einführung von Online-Transaktionsdiensten und nahtlosen Erlebnissen für Kunden, Abteilungen und britische Regierungseinrichtungen hat zu deutlich höheren Zahlen bei Online-Anmeldungen geführt. Laut GOV. UK werden mehr als 98 % der Führerscheinprüfungen online gebucht, 85 % der Selbstbewertungen über Online-Kanäle beantragt, und 12 Millionen Bürger haben sich für die Online-Stimmabgabe registriert.

2. Schnelle Geschäftsabläufe und IT.

Geschäftliche Agilität und Geschwindigkeit sind wichtige Komponenten für jede digitale Initiative. Um den Mitbewerbern und den Kundenerwartungen einen Schritt voraus zu bleiben, sollten Sie sich für eine Plattform entscheiden, die Folgendes unterstützt:

- Omni-Channel-Formulare und -Dokumente. Durch Omni-Channel-Authoring entfällt der Bedarf nach zusätzlichen Content-Versionen für jeden unterstützten Kanal.
- Wiederverwendbare Fragmente für Formulare und Dokumente. Business-Anwender benötigen weniger Zeitaufwand für die Erstellung neuer Anmeldeformulare oder Korrespondenzdokumente, da wiederverwendbare Komponenten über eine grafische, intuitive Benutzeroberfläche per Drag-and-Drop zusammengestellt werden können.
- Automatisierte und personalisierte Nachrichten. Integrieren Sie personalisierte Angebote in Genehmigungsschreiben, Begrüßungspakete und monatliche Auszüge auf verschiedenen Kanälen – Websites, E-Mail und sogar Apps –, um weitere Möglichkeiten für Interaktion und Crossselling zu schaffen.
- Verbesserte digitale Workflows. Um Anträge schneller verarbeiten zu können, integrieren Sie Backend-Systeme, den Datenfluss automatisieren und die Verwaltung zugeordneter Aufgaben und Aktionen vereinfachen. Dazu zählen die Schritte, mit denen Marketing- und Compliance-Teams Kundenkommunikation prüfen und genehmigen.

Die Investitionsbank Berlin verbesserte den Antragsprozess mithilfe eines „Informationsglossars“, in dem alle Daten zum Kredit- und Entwicklungsprozess gespeichert sind. Formular-Designer können jetzt Formulare schnell per Drag-and-Drop von Komponenten erstellen, ohne sich über Logik, Abhängigkeiten, Hilfetexte, Validierungen, Feldlängen, Links und andere Aspekte Gedanken machen zu müssen. Formulare, für die bislang ein halber Tag erforderlich war, benötigen jetzt nur wenige Minuten Aufwand.

3. Skalierung und Sicherheit über die Cloud.

Sicherheit spielt bei der Bereitstellung eines herausragenden Kundenerlebnisses und der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften eine wichtige Rolle. Viele Anmeldungs- und Service-Anfragen enthalten personenbezogene Daten, die geschützt werden müssen. Im Rahmen der Adobe-Umfrage zu digitalen Trends 2020 berichteten Unternehmen mit eng integrierten, Cloud-basierten Technologien mit 65 % höherer Wahrscheinlichkeit von positiven Auswirkungen durch die Fokussierung auf den Datenschutz.

Durch die Nutzung der Cloud können Sie zudem automatisch bedarfsgerecht skalieren und Bedarfsschwankungen abdecken – selbst in stark regulierten Branchen wie Gesundheitswesen, öffentliche Verwaltung und Finanzdienstleistungen.

4. Content-Intelligenz.

Tools, die am Schnittpunkt von Content und Daten operieren, können verwertbare Erkenntnisse für Anmeldeprozesse liefern. Durch die nahtlose Integration von Formularen und Analysen können Sie die Effektivität der Formulare kontinuierlich verbessern, z. B. durch Ermittlung von Feldern, die übergangen werden oder die zu Verzögerungen führen, um ein besseres Erlebnis zu ermöglichen.

Dank künstlicher Intelligenz (KI) und maschinellem Lernen lässt sich die Modernisierung des Anmeldeprozesses zudem beschleunigen. Chatbots und KI-gestütztes Screening können die Personalisierung und Interaktionen für das gesamte Anmeldeerlebnis skalieren, während KI-Technologie CRM-Daten mit anderen Datenquellen kombiniert, um Empfehlungen und dynamische, individuell personalisierte Erlebnisse zu ermöglichen.

Zuverlässige Tools für maschinelles Lernen erfassen Hunderte statische Altformulare (z. B. in Form von PDF-Dateien), erkennen Formularstrukturen und konvertieren die gesamte Sammlung in interaktive, mobile Formulare. Laut der aktuellen Umfrage von Adobe und Econsultancy verbringen die Menschen inzwischen 65 % ihrer digitalen Medienzeit mobil, während sich der Desktop für immer mehr digitale Nutzer zum sekundären Touchpoint entwickelt. Die Möglichkeit, Formulare mühelos in ein für Mobilgeräte optimiertes Format umzuwandeln, ist daher nicht nur interessant, sondern essenziell.



Die eigenen Erwartungen – und die der Kunden – übertreffen.

Wenn Sie Teds schlechte Erfahrungen aus unserem Eingangsbeispiel berücksichtigen, wird schnell klar, dass die Bank ihn vor allem aus einem Grund als Kunden gewonnen hat: Weil er hier die Möglichkeit hatte, den gesamten Prozess online und auf seinem Mobilgerät abzuschließen.

Mit den richtigen Technologien und Tools machen Sie Online-Beantragungen einfach und bieten so einen Service, den Ihre Mitbewerber nicht leisten können. Gleichzeitig profitieren Sie von folgenden Vorteilen:

- Effektive Erfüllung der Bedürfnisse von Omni-Channel-Kunden, da IT- und Business-Teams schnell Formulare erstellen und vorhandene Formulare und Dokumente je nach Kanal und Kunde aktualisieren können
- Effiziente Modernisierung und Standardisierung beliebig vieler Formulare und Dokumente im gesamten Unternehmen – ohne jahrelangen und kostenintensiven IT-Aufwand
- Einfache, bedarfsgerechte Skalierung zur Erfüllung der Kundenanforderungen bei gleichzeitiger Einhaltung gesetzlicher Vorschriften
- Mühelose Bereitstellung marktführender Anmeldeerlebnisse mit vorbefüllten Formularen und personalisierter Kommunikation, die für jedes Gerät optimiert ist

Mit den richtigen Anmeldeerlebnissen übertreffen Sie nicht nur die Erwartungen Ihrer Kunden, sondern auch die Ihres Unternehmens. Da die Erstellung, Verwaltung und Verarbeitung von Formularen und Dokumenten für Kunden wie Ted nicht einfach wird, können Sie diese Schritte für sich vereinfachen.

Adobe hat die Lösung.

Adobe Experience Manager Forms unterstützt Sie beim Gestalten, Verwalten und schnellen Bereitstellen ansprechender Formulare und Kommunikation für alle Geräte und Kanäle. Mit Experience Manager Forms können Sie fragmentierte Erlebnisse vermeiden und ansprechende, vernetzte und personalisierte Customer Journeys für Web, Mobile, App und sogar Print unterstützen.



Quellen.

„2017 Adobe Mobile Study“,
Adobe, 2017.

„Advancing Digitalization: Investitionsbank Berlin“,
Adobe-Kundenreferenz, 2017.

„AXA Bank Embraces All Channels“,
Adobe-Kundenreferenz.

**„Citizen Satisfaction with Digital Government Services Doubles
in Two Years, Accenture Report Shows“**,
Accenture, Februar 2017.

„Digitale Trends 2020. Im Detail: Der Kunde im Kontext betrachtet“,
Adobe und Econsultancy, 2020.

Graham Carlton: „What Is Form Abandonment and How Can You Avoid It?“,
Sales Cycle, 3. Januar 2019.

**Stephen Foreshew-Cain: „How Digital and Technology
Transformation Saved £1.7bn Last Year“**,
GOV.UK, 23. Oktober 2015.



Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.

©2020 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved.

