

WHITEPAPER

VIER



BESSERE CUSTOMER EXPERIENCE DURCH DAS TELEFON

6 Tipps für Ihren Kundenservice

EINFÜHRUNG

BEI ALLER LIEBE ZUR TECHNOLOGIE UND DER VORANSCHREITENDEN DIGITALISIERUNG, EINES WIRD SICH NICHT ÄNDERN: KUND:INNEN SIND VOR ALLEM EINES, MENSCHEN.

Und Menschen kommunizieren am schnellsten, und die meisten auch am liebsten, über das gesprochene Wort. 84 Prozent der Kund:innen in Deutschland wünschen sich menschliche Interaktion im Kundenservice und 71 Prozent sagen, der:die Mitarbeiter:in ist hauptverantwortlich für ein positives Kundenerlebnis.*

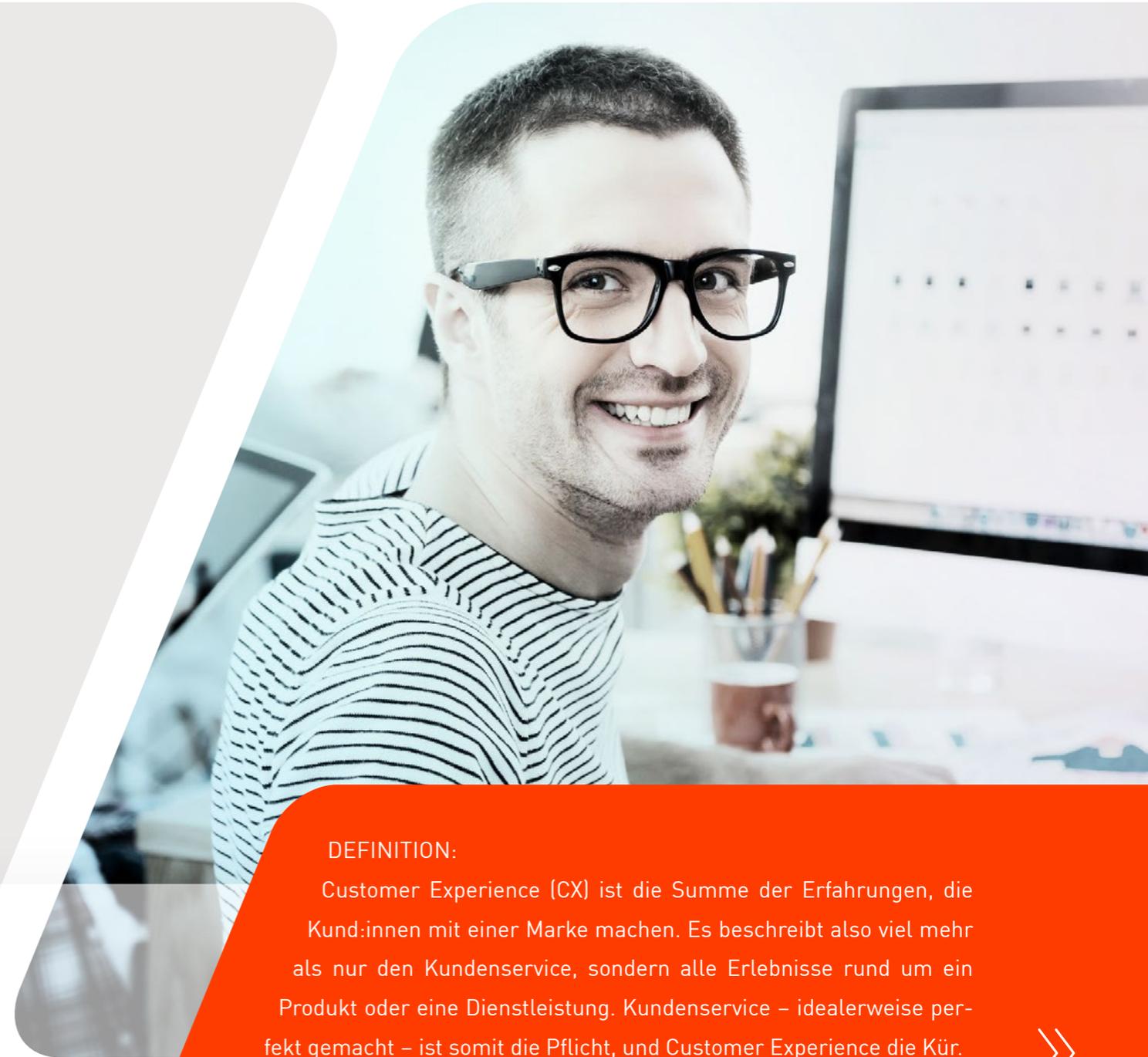
84%

DER KUND:INNEN WÜNSCHEN SICH MENSCHLICHE INTERAKTION IM KUNDENSERVICE

Auch Ihre Kund:innen telefonieren also gerne, und bei all der Anstrengung, die die Automatisierung über Chatbots, E-Mail oder Messengerdienste gerade mit sich bringt, sollte der Telefonkanal niemals stiefmütterlich behandelt werden. Eher im Gegenteil: er sollte immer im Fokus bleiben. Denn gerade wenn drei Viertel Ihrer Kundenkommunikation über das Telefon abläuft, muss dieser Kanal perfekt bedient werden, damit Ihre Kund:innen sich wohlfühlen, Ihre Dienstleistung wieder in Anspruch nehmen oder ein weiteres Produkt bei Ihnen kaufen.

71%

DER KUND:INNEN SAGEN, DIE MITARBEITER:IN IST HAUPTVERANTWORTLICH FÜR EIN POSITIVES KUNDENERLEBNIS



DEFINITION:

Customer Experience (CX) ist die Summe der Erfahrungen, die Kund:innen mit einer Marke machen. Es beschreibt also viel mehr als nur den Kundenservice, sondern alle Erlebnisse rund um ein Produkt oder eine Dienstleistung. Kundenservice – idealerweise perfekt gemacht – ist somit die Pflicht, und Customer Experience die Kür.





EINFÜHRUNG

IN JEDER CUSTOMER EXPERIENCE KOMMT ES MAL ZU UNANNEHMLICHKEITEN. DAS IST EINE GROSSE HERAUSFORDERUNG, DIE ES ZU MEISTERN GILT:

Der Markt ist unerbittlich, und Kund:innen haben zu viele andere Angebote, als dass sie Fehler verzeihen. So sagen 32 Prozent aller Kund:innen, dass sie bei einer negativen Customer Experience den Anbieter wechseln würden.* Deshalb müssen Beschwerden perfekt gemanagt werden, damit Ihre Kund:innen einen positiven Eindruck behalten, trotz eines negativen Anliegens. Dazu gehört auch, dass die Kund:innen ihrem Ärger erst einmal Luft machen und ihr Problem bei Ihren Mitarbeiter:innen "abladen" können. Sie müssen ein empathisches Ohr finden und natürlich, eine Lösung für ihr Problem. Ein Chatbot hat keine Schulter, an der man

sich ausweinen kann, deshalb ist er für eine solche Kommunikation einfach nicht gemacht. Problemlösung funktioniert am besten in der persönlichen Kommunikation, in der Service-mitarbeiter:innen besänftigen, Rückfragen stellen und das Anliegen fallabschließend lösen können. Dazu braucht es den telefonischen Kontakt: Er ist effizienter und oftmals günstiger als eine Interaktion via E-Mail, zumal Kund:innen in solchen Beschwerdegesprächen meist noch viele weitere, interessante Informationen preisgeben: Sie werden von ihnen erfahren, was sie an Ihrem Unternehmen mögen und warum sie sich für Ihr Produkt entschieden haben, und natürlich an welcher Stelle es hakt. Diese Informationen sollten dann idealerweise in die Produkt- oder Serviceoptimierung einfließen.

DIE KUNST LIEGT NUN DARIN, DAS GEHÖRTE ZU VERARBEITEN UND IN BRAUCHBARES WISSEN ZU VERWANDELN.

Dabei sollte auch festgestellt werden, wie oft ein Problem oder eine Beschwerde auftaucht. Nur wer den gesamten Überblick hat und alle Gespräche anhört, kann das ermitteln. Das ist händisch nicht zu schaffen. Stattdessen ist es sinnvoll, entsprechende Software zu Hilfe zu nehmen. Dank KI kann

Software aktuelle Themen erkennen, Anliegen klassifizieren und Sie können leicht die richtigen Schlussfolgerungen ziehen. Dadurch verstehen Sie das Verhalten Ihrer Kund:innen besser und erkennen aktuelle Trends schneller. Zusätzlich werden Sie den Personalaufwand und die Personalqualifikation viel genauer spezifizieren und Ihre Mitarbeiter:innen optimiert einsetzen können.



6 TIPPS FÜR IHREN KUNDENSERVICE:

DAS TELEFON IST WEITERHIN DER BELIEBTESTE KONTAKTKANAL.

Dieser muss natürlich von Menschen beantwortet werden. Und dennoch bieten sich zahlreiche Möglichkeiten für eine Automatisierung

im telefonischen Kundenkontakt an, die zu einer schnelleren Bearbeitung führen. In zahlreichen Kundenprojekten tauchen immer wieder Stolpersteine auf, die Sie umgehen können, wenn Sie folgende Tipps beachten:

Ihre Agent:innen hören den ganzen Tag am Telefon Ihren Kund:innen zu. Diese erzählen am Telefon mehr als im Chat.

DIE KUNST LIEGT DARIN, DAS GEHÖRTE ZU VERARBEITEN UND IN BRAUCHBARES WISSEN ZU VERWANDELN.

Hier können Sie im Service wunderbar automatisieren. Durch den Einsatz einer Analyse-Software können Sie alle Gespräche anhören und analysieren.

ZUHÖREN 1.



2. NACHBEREITUNGSZEIT = TELEFONZEIT?

Stellen Sie fest, dass Ihre Agent:innen mit der Nachbearbeitung ebenso viel Zeit verbringen wie mit dem Telefonat selbst, dann ist es an der Zeit, etwas zu ändern.

VERKÜRZEN SIE DIE NACHBEARBEITUNGSZEIT DURCH AUTOMATISIERUNG.

Manuelle Eingaben zum Beispiel von Ergebnis-codes & Co. (Reason Codes) sollten definitiv der Vergangenheit angehören. Durch Spracherkennung lässt sich dies einfacher lösen.

3. SCHNELLER ZUM PUNKT KOMMEN

Wenn Sie durch eine optimierte Ansprache zusätzlich noch die Gesprächszeit reduzieren, dann können Sie die durchschnittliche Be-

arbeitungszeit (AHT) insgesamt reduzieren. Zudem fühlen sich Ihr:e Kund:innen gut abgeholt und aufgehoben.

WIE OFT RUFEN IHRE KUND:INNEN ZU WELCHEN THEMEN AN? 4.

NUR WER DEN GESAMTEN ÜBERBLICK HAT UND ALLE GESPRÄCHE ANHÖRT, KANN DAS HERAUSFINDEN.

Das schafft natürlich kein Mensch, aber eine Software! Mithilfe von KI kann Software aktuelle

Themen erkennen und Anliegen klassifizieren. Das hilft Ihnen, die richtigen Schlussfolgerungen zu ziehen. Sie werden so den Personalaufwand und die Personalqualifikation viel genauer spezifizieren können.



5. ATTRAKTIVE KANALVIELFALT

Dreiviertel Ihrer Kund:innen telefoniert gerne.** Deshalb muss dieser Kanal perfekt bedient werden, damit Anliegen schnell und kompetent beantwortet werden können. Standardanfragen, beispielsweise nach Öffnungszeiten, können von einem Voicebot beantwortet werden. Und viele Bestellungen

laufen perfekt über den Self-Service im Web. Kommt es jedoch im Laufe der Customer Experience zu einer Beschwerde, ist diese ressourcenschonender am Telefon zu lösen. Empathie und Kommunikation sind nun einmal die Kernkompetenzen von Menschen und nicht von Maschinen.

6. ARBEITEN SIE AN DER QUALITÄT DES TELEFONATS

Neben der DSGVO gibt es weitere branchenspezifische Anforderungen und Compliance-Vorgaben, die in einem Telefonat erfüllt werden müssen. Stellen Sie ohne viel Aufwand sicher, dass diese eingehalten werden, denn nur so

verkaufen und beraten Sie rechtssicher. Dank Software ist dies automatisch möglich, ohne dass jeder Anruf noch einmal von einer zweiten Person angehört werden muss.



ZUSAMMENFASSUNG

ES GEHT NICHT DARUM, KUNDENSERVICE ZU ENTPERSÖNLICHEN, SONDERN DIE ARBEIT AM TELEFON ZU ERLEICHTERN UND ZU OPTIMIEREN.

Automatisierung ist auch im telefonischen Kontakt notwendig, denn Automatisierung ist nicht gleichbedeutend mit Self-Service. Der Mensch wird sich nicht mehr anpassen, er will sein natürliches Kommunikationsmedium nutzen.

Ihr Kundenservice ist essentiell für eine gute Customer Experience. Im Contact Center werden die Weichen gestellt zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenabwanderung. Wer eine positive Customer Experience generieren möchte, muss hier perfekt performen. Deshalb stellen Sie den telefonischen Kundenkontakt in den Mittelpunkt all Ihrer Anstrengungen. Durch moderne Technologie analysieren Sie den Kundendialog in Service und Vertrieb, werfen Sie einen umfassenden Blick auf die Kund:innen und die Mitarbeiter:innen und optimieren Sie dann gezielt.

* Quelle: [PwC Future of Customer Experience Survey 2017/18](#)

** Beim Benchmark des Service Excellence Cockpits nahmen 230 Unternehmen aus ganz Europa teil, um KPIs im Kundenservice zu vergleichen.



UNTERNEHMENSPROFIL

VIER DENKT KUNDENDIALOG UND KOMMUNIKATION NEU.

Mit den Produktkategorien „enrich“, „engage“ und „evolve“ macht VIER kontaktbasierte Geschäftsvorgänge effizienter. Die Lösungen und Produkte von VIER verbessern die Customer Experience und die User Experience. VIER kombiniert künstliche mit menschlicher Intelligenz, Expertise mit Intuition, jahrelange Erfahrung mit Innovation und Forschung. Ob im Service, Vertrieb oder bei der Sachbearbeitung: Die intelligenten Lösungen von VIER analysieren, assistieren und automatisieren kontaktbasierte Geschäftsvorgänge in allen

Branchen. Sie heben Mitarbeiter:innen auf ein neues Kompetenzniveau. Auf der VIER Technologie-Plattform orchestriert das Unternehmen mit seinen Partnern Kommunikation, Dialog und Aufgabenverarbeitung. Sie ist die einzige Plattform aus Europa für komplette Ende-zu-Ende-Lösungen – sichere Daten, deutsche Cloud und lokaler Service inklusive!

Die VIER GmbH betreibt neben dem Hauptsitz in Hannover weitere Niederlassungen in Berlin, Hamm und Karlsruhe. Geführt wird das Unternehmen von CEO Rainer Holler.

Weitere Infos unter [vier.ai](https://www.vier.ai)

ÜBER DEN AUTOR RALF MÜHLENHÖVER

RALF MÜHLENHÖVER IST VIER HEAD OF PRODUCT STRATEGY UND TECHNOLOGIE-VERLIEBTER BETRIEBSWIRT MIT EINER LEIDENSCHAFT FÜR SOFTWARE UND KUNDENSERVICE.

Seine Begeisterung für Innovation und Technik treibt ihn an. Mit dieser Leidenschaft steckt er auch seine Kunden und sein Publikum bei Vorträgen auf der Bühne an.

Seit über zwei Jahrzehnten betreut er Kunden in der Call und Contact Center-Branche. Mit der Gründung und dem Aufbau der voiXen GmbH hat er zuletzt gezeigt, dass leistungsfähige und einfach zu bedienende Sprachanalyse-Software in Deutschland hergestellt werden kann.

Für ihn ist perfekter Kundenservice kein Zufall, sondern ein Muss – und das Ergebnis des Zusammenspiels von Mensch und Technologie.



VIER

VIER GmbH
Hamburger Allee 23
30161 Hannover
Deutschland

Telefon: +49 511 95 73 95 1111

E-Mail: sales@vier.ai

**Hier persönliches
Beratungsgespräch anfragen!**

Mehr über VIER!

