

# Best Practices FÜR DIGITALE INTERAKTIONEN

Digitale Interaktionen mit  
menschlicher Intuition



## Der persönliche digitale Touch

Willkommen im Jahr 2025 – zumindest im digitalen Sinne. In den vergangenen zwei Jahren haben Unternehmen in aller Welt wohl dasselbe beobachtet: eine enorme Nachfragebelebung bei digitalen Produkten und Services. Und heute ist die Digitalisierung ist auf dem Stand, der ursprünglich **für 2025 erwartet wurde**.

Konsumenten aller demografischen Gruppen haben sich an digitale Kanäle wie Chatbots, Live-Chats und Messaging-Apps gewöhnt – und laut einer Prognose von Forrester aus dem Jahr 2020 wurde für diese Interaktionen im digitalen Kundenservice **bis 2021 einen Anstieg von 40 Prozent** erwartet.

Doch nicht nur die Kundenerwartungen verändern sich, unsere Arbeitsweise zieht mit.

### INHALT

- Herausforderungen bei der Bereitstellung von digitalen Services
- Hilfe zur Selbsthilfe für Kunden
- Verbesserung der Mitarbeitererfahrung – an allen Standorten
- Überlastung im Open Enrollment-Zeitraum

# Umfassende personalisierte Erfahrungen als Wettbewerbsvorteil

Millionen von Mitarbeitern im Kundensupport wurden zur Telearbeit gezwungen und viele Unternehmen ermitteln, ob diese Mitarbeiter wieder vor Ort im Contact Center oder weiterhin im Homeoffice arbeiten sollen oder ob ein flexibler Hybridansatz die beste Lösung ist.

Obwohl Contact-Center-Teams heute das Dreifache an Interaktionen verzeichnen, ist die Anzahl der Beschäftigten in diesem Bereich nicht gestiegen. Self-Service-Technologien übernehmen einen großen Teil dieser Interaktionen, wobei komplexere Anfragen nach wie vor von menschlichen Mitarbeitern bearbeitet werden.

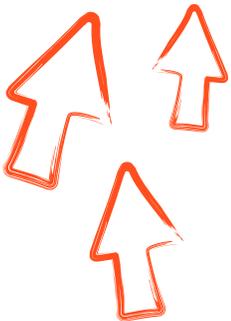
Doch diese digitalen Technologien sind kein Wundermittel.

Achtzig Prozent der Kunden geben ihrer Erfahrung mit einem Unternehmen den gleichen Stellenwert wie seinen Produkten. Das bedeutet, dass Unternehmen Interaktionen cleverer angehen müssen – mit einer Kombination aus künstlicher Intelligenz (KI) und menschlichem Support, sodass die Anforderungen von Kunden und Mitarbeitern jedes Mal sofort erfüllt werden.

Inzwischen erkennen neun von zehn Unternehmen die Kundenerfahrung (Customer Experience; CX) als entscheidenden Wettbewerbsfaktor an. Und um sich mit ihrer CX auf dem Markt zu differenzieren, verbessern führende Unternehmen ihre Geschäftsergebnisse, indem sie

- mit Kunden rund um die Uhr auf von ihnen bevorzugten Kanälen interagieren,
- ihren Kunden und Mitarbeitern jederzeit und überall die richtigen Informationen bereitstellen und
- ihre Mitarbeiter und Kunden mit reibungsloseren, umfassenderen Interaktionen unterstützen.

In diesem E-Book erkunden wir, wie Branchenführer umfassende personalisierte Erfahrungen bereitstellen und wie sie menschliche Intuition in jede digitale Interaktion einfließen lassen.



Best Practices für digitale Interaktionen

# DIGITALER SERVICE

# Herausforderungen bei der Bereitstellung von digitalen Services

Kunden erwarten heute, dass Informationen und Services ihnen rund um die Uhr zur Verfügung stehen. Doch viele Unternehmen tun sich schwer, ihren Kundensupport kosteneffektiv zu skalieren. Eine hohe Mitarbeiterfluktuation trägt darüber hinaus dazu bei, dass wertvolles Fachwissen zu Produkten und Services immer wieder verloren geht.

Eine große Herausforderung sind komplexe Informationen, die sich schnell ändern. Genau vor diesem Problem stand die US-amerikanische Federal National Mortgage Association (Fannie Mae), das sie jedoch mit Genesys DX™ bewältigen konnte.



### Auf einen Blick

Kunde: Fannie Mae

Branche: Finanzdienstleistungen

Standort: USA

Unternehmensgröße: etwa  
7.700 Mitarbeiter

### Herausforderungen

- Komplexe Fragen rund um die Uhr beantworten
- Kunden zur Self-Service-Nutzung anregen

Fannie Mae setzt den Standard für die Vergabe und die Bewirtschaftung von Hypotheken. Dabei ist es entscheidend, dass die Regeln und Vorschriften einfach zu verstehen sind. Allerdings werden diese umfassenden, vielzähligen und oftmals komplizierten Regelwerke monatlich aktualisiert.

Fannie Mae entschied sich, mithilfe von Genesys DX eine interaktive Erfahrung auf Basis von natürlicher Sprachverarbeitung zu gestalten und implementieren.

„Ask Poli“ und „Pocket Poli“ sind die innovativen, interaktiven Anleitungs-, Such- und Navigationsoberflächen, die Versorgern die Möglichkeit geben, in ihren eigenen Worten Fragen zu den über 2.500 Seiten an Richtlinien und Anforderungen zur Kreditvergabe zu stellen.

So wird Kreditgebern und -nehmern in verständlicher Sprache vermittelt, wie die Anforderungen von Fannie Mae aussehen. Auch Neuigkeiten und Änderungen werden auf diese Weise kommuniziert.

[Hier geht es zur ganzen Story →](#)

### ERGEBNISSE:

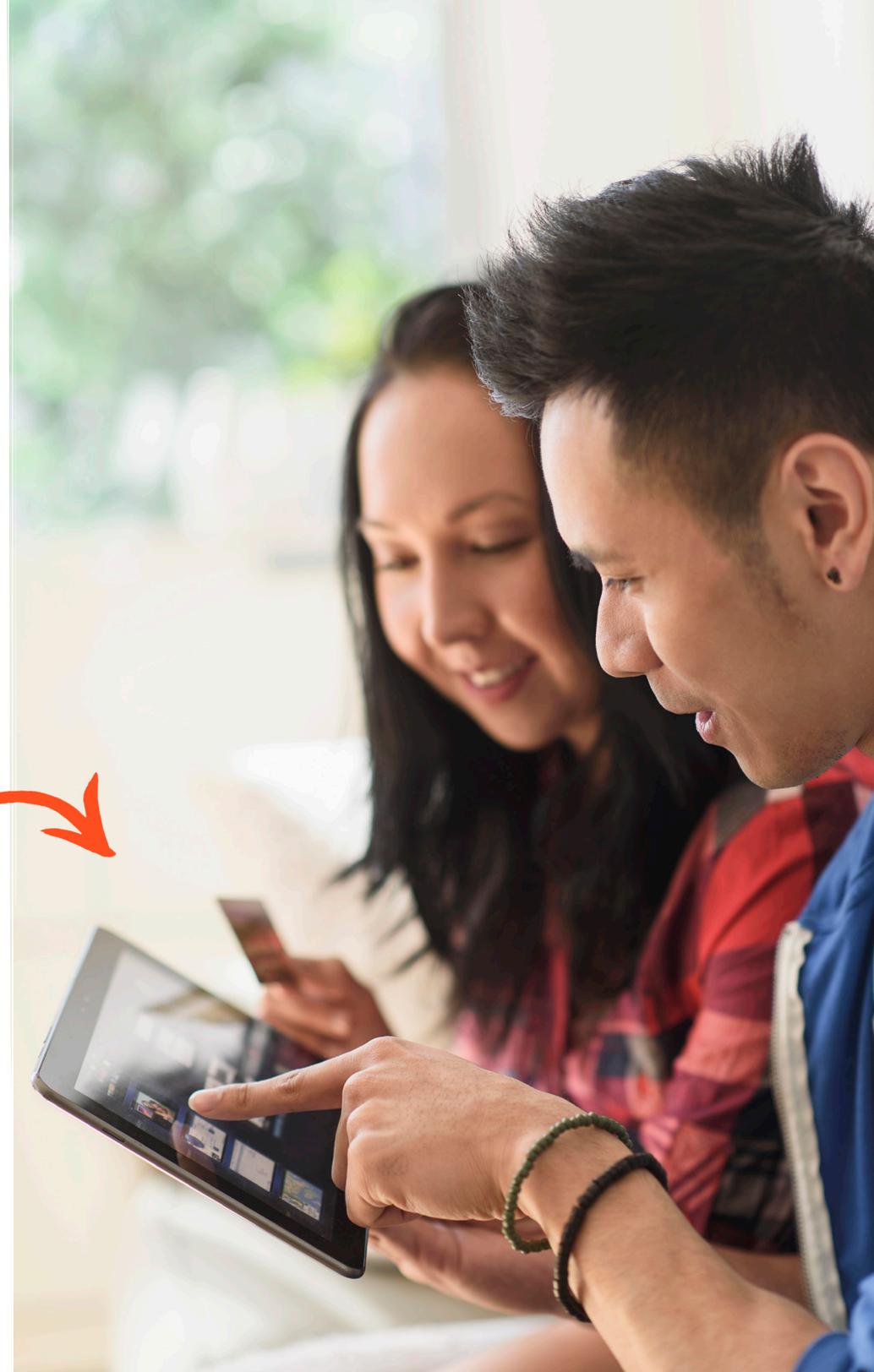
- Self-Service-Rate von 90 Prozent:  
Mehr als 1,5 Millionen Fragen werden über Self-Service-Funktionen gelöst
- Kundenzufriedenheit: 4,5 von 5
- Echtzeitdaten liefern wichtige Kunden-Insights

# SELF-SERVICE- OPTIONEN

# Hilfe zur Selbsthilfe für Kunden

Die meisten Teams, die digitalen Support bereitstellen, sehen sich mit einer großen Anzahl an vielfältigen Kundenanliegen konfrontiert – von Fragen nach Produktfunktionen bis hin zu Auskünften über Ladenöffnungszeiten. Auch wenn diese Fragen leicht zu beantworten sind, können sie für enorme Arbeitsrückstände sorgen, wenn sie nicht zeitnah bearbeitet werden.

Citrix behob dieses Problem, indem es seine Kunden dabei unterstützt, selbst Antworten zu finden. Mithilfe von Genesys DX entwickelte Citrix eine benutzerfreundliche Self-Service-Lösung, die schnell Antworten auf eine Vielzahl an Fragen liefert – und es dem führenden Softwareanbieter so ermöglicht, mehr Kunden denn je zu erreichen.



## Auf einen Blick

Kunde: Citrix

Branche: Computersoftware

Standort: USA

Unternehmensgröße: über  
8.000 Mitarbeiter

## Herausforderungen

- Anrufvolumen reduzieren
- Konsistent hohe Kundenzufriedenheit sicherstellen
- Self-Service-Bereitstellung für technisch weniger versierte Anwender

## ERGEBNISSE:

- Über 10.000 Fragen pro Monat
- 60 Prozent der Fragen wurden ohne menschliches Eingreifen beantwortet
- Neue Leads für den Vertrieb

Citrix stellt kleinen, mittelständischen und Großunternehmen eine Plattform für digitale Arbeitsplätze zur Verfügung, die Mitarbeitern die Möglichkeit gibt, ihre Arbeit jederzeit und überall optimal auszuführen. Dabei wird eine einheitliche Mitarbeitererfahrung groß geschrieben.

Citrix bietet Lösungen für eine große Bandbreite an Benutzern, was mit der Zeit zu Lasten des Kundenserviceteams ging: Der Rückstand an Fragen von technisch weniger versierten Benutzern wuchs stetig. Daher sah sich das Team gezwungen, das Anrufvolumen zu verringern.

Citrix implementierte Genesys DX im Rahmen eines mehrstufigen Projekts und konzentrierte sich dabei auf spezielle Anwendungsfälle, um positive Erfahrungen sowohl für Kunden als auch für das interne Supportteam zu erzielen. Dieser Ansatz gab Citrix die Möglichkeit, eine gewisse Flexibilität in der Durchführung des Projekts beizubehalten, um Kunden stets hilfreiche Interaktionen zu bieten.

Auch wenn Citrix Antworten auf viele potenzielle Kundenfragen vorbereiten konnte, gab es doch auch unerwartete Anliegen. So erhielt der Chatbot in den ersten paar Monaten ein hohes Volumen an Anfragen zu Preisen und Produktfunktionen.

Citrix weitete die Nutzung von Genesys DX auf das Vertriebsteam aus, um neue Leads zu generieren und gleichzeitig dafür zu sorgen, dass alle Kundenanfragen an das richtige Team weitergeleitet werden.

[Hier geht es zur ganzen Story →](#)

# MITARBEITERERFAHRUNG

## Verbesserung der Mitarbeitererfahrung – an allen Standorten

Moderne Unternehmen stehen zunehmend vor neuen Herausforderungen im Personalbereich. Wenn Unternehmen ihre Geschäftstätigkeit weltweit ausdehnen, stellt sich das Problem, dass Mitarbeiter in jeder Sprache und an jedem Standort unterstützt werden müssen. Ein globales Unternehmen des Gesundheitssektors verbesserte die interne Technologieerfahrung seiner Belegschaft durch die Einführung von Live-Chats und KI-gestützten Self-Service-Funktionen.



## **GLOBALES UNTERNEHMEN DES GESUNDHEITSSSEKTORS OPTIMIERT IT-PROZESSE**

### **Auf einen Blick**

Kunde: Globales Unternehmen

Branche: Gesundheitswesen

### **Herausforderungen**

- Modernisierung der Customer Experience
- Verbesserung des Kundenservice
- Steigerung der Konversionsrate

Ein globales Unternehmen des Gesundheitssektors forderte mehr Effizienz von seinen internen Supportteams sowie eine bessere Erfahrung für Patienten. Außerdem hatte das interne IT-Team Schwierigkeiten, rund um die Uhr Support für alle Zeitzonen und in verschiedenen Sprachen bereitzustellen.

Bei einer Analyse der Daten aus seinen Help-Desk-Anfragen stellte das Team fest, dass sich viele Fragen auf simple Vorgänge beziehen.

Self-Service-Optionen anzubieten, war die beste Möglichkeit, Mitarbeitern dabei zu helfen, Informationen in ihrer Muttersprache und zu für sie günstigen Zeiten abzurufen.

Nach einer gründlichen Untersuchungs- und Auswertungsphase entschied sich das Team für Genesys DX, um eine Live-Chat-Lösung einzurichten, die Mitarbeiterfragen in Echtzeit beantwortet. Das Team implementierte auch einen KI-gestützten Chatbot, der dabei hilft, Informationen schneller bereitzustellen.

### **ERGEBNISSE:**

- Der Live-Chat unterstützt 24 Sprachen, der Chatbot 11 Sprachen.
- Probleme werden viermal schneller gelöst, wenn sich der Endnutzer zunächst erfolgreich mit dem Chatbot austauscht.
- Mehr als ein Drittel der Anfragen werden mit dem Chatbot gelöst und nur 2 Prozent dieser Interaktionen bedingen ein Telefongespräch mit einem Mitarbeiter.

# „OPEN ENROLLMENT“ – ANSTURM AUF VERSICHERUNGSLEISTUNGEN

# Überlastung im Open Enrollment-Zeitraum

Internationale Unternehmen müssen ihre Belegschaft bei Fragen rund um das Thema Krankenversicherung unterstützen. Dazu gehören Auskünfte zur Antragstellung genauso wie zu den gebotenen Versicherungsleistungen. In den USA zum Beispiel gibt es einen Zeitraum, in dem berechnigte Personen ihren Versicherungsplan für das kommende Jahr auswählen können – beim Open Enrollment. Mercury Systems, ein führendes Unternehmen der Luft- und Raumfahrttechnik, erfuhr den Druck der Anmeldung für Unternehmensleistungen erster Hand, als seine Personalabteilung durch eine Flut an Supportfragen überlastet wurde.



## Auf einen Blick

Kunde: Mercury Systems

Branche: Luft- und Raumfahrttechnik

Standort: USA

Unternehmensgröße: 2.000 Mitarbeiter

### **ERGEBNISSE:**

- Innerhalb des vierzehntägigen Open Enrollment-Zeitraums bearbeitete MAE 1.890 Anfragen von 2.000 Mitarbeitern, die normalerweise beim HR-Team gelandet wären.
- Seit der Einführung im Jahr 2019 hat MAE 20.960 der insgesamt 22.511 eingegangenen Fragen beantwortet – mit einer Informationsgenauigkeitsrate von 92,6 Prozent.
- Höhere Produktivität und Genauigkeit bei gleicher Personalstärke

Mercury Systems ist ein führender kommerzieller Anbieter von sicheren Sensor- und sicherheitskritischen Verarbeitungsteilsystemen, die eine Vielzahl an kritischen Verteidigungs- und Aufklärungsprogrammen antreiben. Die Unterstützung der Belegschaft war seit jeher eine Priorität für Mercury. Doch mit den steigenden Mitarbeiterzahlen wurde die Personalabteilung von Supportfragen überflutet – besonders während des „Open Enrollment“-Zeitraums. Das HR-Team benötigte Hilfestellung, um den Anforderungen der Mitarbeiter effizient und effektiv gerecht zu werden.

Zur Verbesserung der Mitarbeitererfahrung implementierte das Unternehmen Genesys DX, um die Personalabteilung mit einem KI-gestützten virtuellen Assistenten zu entlasten. Die intelligenten Self-Service-Funktionen von Genesys DX liefern den Mitarbeitern unmittelbare Antworten auf ihre Fragen, was bedeutet, dass nun wesentlich weniger Routineanfragen an die Personalabteilung weitergeleitet werden.

Mit Genesys DX richtete Mercury Systems eine Wissensdatenbank ein, die alle Personaldaten aus einer veralteten Website und anderen Dokumenten zusammenführt. So stehen den HR-Teams alle aktuellen und relevanten Informationen zur Verfügung. Das Team basierte sein HR-Modell auf Kompetenzzentren (Centers of Excellence, COE) – es gibt ein COE für Berufsanwärter, eins für Personalanwerbung und Zusatzleistungen sowie eins für Weiterbildung und Entwicklung. Mitarbeiter wurden ermutigt, sich an den Bot namens MAE (Mercury Assistant for Everyone) zu wenden. Mitarbeiter können im relevanten COE nach Informationen suchen und wenn der Bot eine Frage nicht beantworten kann, wird sie an das HR-Team weitergeleitet oder sogar an die Leitung des entsprechenden COE.

[Hier geht es zur ganzen Story →](#)

## Bessere digitale Erfahrungen mit Genesys DX

Gehen Sie Interaktionen cleverer an, mit einer Kombination aus KI und menschlichem Support, sodass die Anforderungen von Kunden und Mitarbeitern jedes Mal sofort erfüllt werden. Von der Bereitstellung angenehmer Kundenerfahrungen bis zur Unterstützung von Mitarbeitern durch KI ist Genesys DX die jederzeit verfügbare Plattform, die menschliche Intuition in jede digitale Interaktion einfließen lässt.

### Jederzeit verfügbare Interaktionen

- Interaktionen mit Kunden rund um die Uhr auf den von ihnen bevorzugten Kanälen
- Bereitstellung der richtigen Informationen für Ihre Kunden und Mitarbeiter – jederzeit und überall
- Unterstützung Ihrer Mitarbeiter und Kunden mit reibungsloseren, umfassenderen Interaktionen

### Menschliche Intuition für alle digitalen Interaktionen

- Bereitstellung umfassender personalisierter Erfahrungen
- Umsetzung von Kunden-Insights in die Praxis – in Echtzeit
- Sicherung von Wettbewerbsvorteilen durch die Bereitstellung personalisierter Erfahrungen

### Planung, Bereitstellung, Begeisterung

- Bessere Geschäftsergebnisse
- Schnellere Wertschöpfung
- Intelligenter Prozesse statt höherer Arbeitslast

**Demo buchen →**

### ÜBER GENESYS

Jedes Jahr unterstützt Genesys® Unternehmen in über 100 Ländern dabei, mehr als 70 Milliarden Customer Experiences zu bieten, die im Gedächtnis bleiben. Mit unseren effektiven Cloud-, Digital- und KI-Technologien können Kunden Experience as a Service<sup>SM</sup>, unsere Vision einer kundenorientierten Customer Experience, auch im großen Maßstab umsetzen. Die Lösungen von Genesys bieten Unternehmen die Möglichkeit, proaktive, vorausschauende und hyperpersonalisierte Erfahrungen anzubieten, um die Kundenbeziehungen bei Kontakten im Marketing, Vertrieb oder Kundenservice über alle Kanäle zu vertiefen und gleichzeitig die Produktivität und die Interaktionen der Mitarbeiter zu verbessern. Durch die Transformation einer Backoffice-Technologie zu einem innovativen Mittel zur Umsatzsteigerung ermöglicht Genesys relevante zwischenmenschliche Beziehungen, die das Kundenvertrauen und die Kundentreue fördern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.genesys.com/de](http://www.genesys.com/de) oder telefonisch unter +49 (0)89 451 259 0.

Genesys und das Genesys-Logo sind eingetragene Marken von Genesys. Alle anderen Firmennamen und Logos sind unter Umständen Marken oder eingetragene Marken ihrer jeweiligen Inhaber.

© 2022 Genesys. Alle Rechte vorbehalten.