

Praxisleitfaden zur
VOICE-KOMMUNIKATION
IM MODERNEN
CONTACT CENTER



Auf den ersten Blick erscheinen sprachbasierte Kanäle (Voice) in einem modernen Contact Center vielleicht altmodisch und daher fehl am Platz. Kunden sind größtenteils auf digitale Kanäle umgestiegen und viele bevorzugen diese. Infolgedessen konzentriert man sich in den meisten Contact Centern auf die digitale Kommunikation.

Da kann es leicht passieren, dass sprachbasierte Kanäle bei der Erarbeitung von Strategien zur Verbesserung der Kundenerfahrung (CX) vergessen werden.

Das kann kostspielige Konsequenzen haben, denn Voice bietet weiterhin entscheidende Vorteile und ist der Dreh- und Angelpunkt eines Contact Centers. Deshalb sollten sie auch in Ihrer Omnichannel-Strategie eine Schlüsselrolle spielen.

Inhalt

- Einleitung
- Phase 1: Gehen: Grundlagen meistern
- Phase 2: Sprinten: Customer Journeys optimieren
- Phase 3: Fliegen: Empathische Beziehungen fördern
- Fazit



Welche Rolle spielen sprachbasierte Kanäle im modernen Contact Center?

Die Kundenerwartungen an sprachbasierte Kommunikationskanäle haben sich verändert. Dementsprechend sollten Sie auch Ihre Omnichannel-Strategie anpassen.

Zur Abwicklung einfacher Transaktionen nutzen Kunden zunehmend digitale Kanäle und Self-Service-Optionen. Doch wenn es um komplexe oder vertrauliche Angelegenheiten geht oder die Self-Service-Optionen mit einem Anliegen überfordert sind, greifen viele nach wie vor zum Telefon. Das bedeutet, dass sich die meisten Anrufe nicht so einfach erledigen lassen.

Moderne Kunden sind eine erstklassige digitale Erfahrung gewohnt und das wirkt sich auf ihre Erwartungen an sprachbasierte Serviceinteraktionen aus. Wenn sie jetzt mit einem Mitarbeiter im Contact Center sprechen, erwarten sie dieselbe Effizienz und denselben Komfort, den sie von anderen Kanälen und Self-Service-Optionen kennen.

Die Rolle sprachbasierter Kanäle hat sich verändert und die Strategien von gestern sind nicht mehr zeitgemäß.

68 % DER KUNDEN
nutzten in den
vergangenen
12 Monaten
sprachbasierte
Servicekanäle.

„Der aktuelle Stand der Customer Experience“, Genesys, 2021

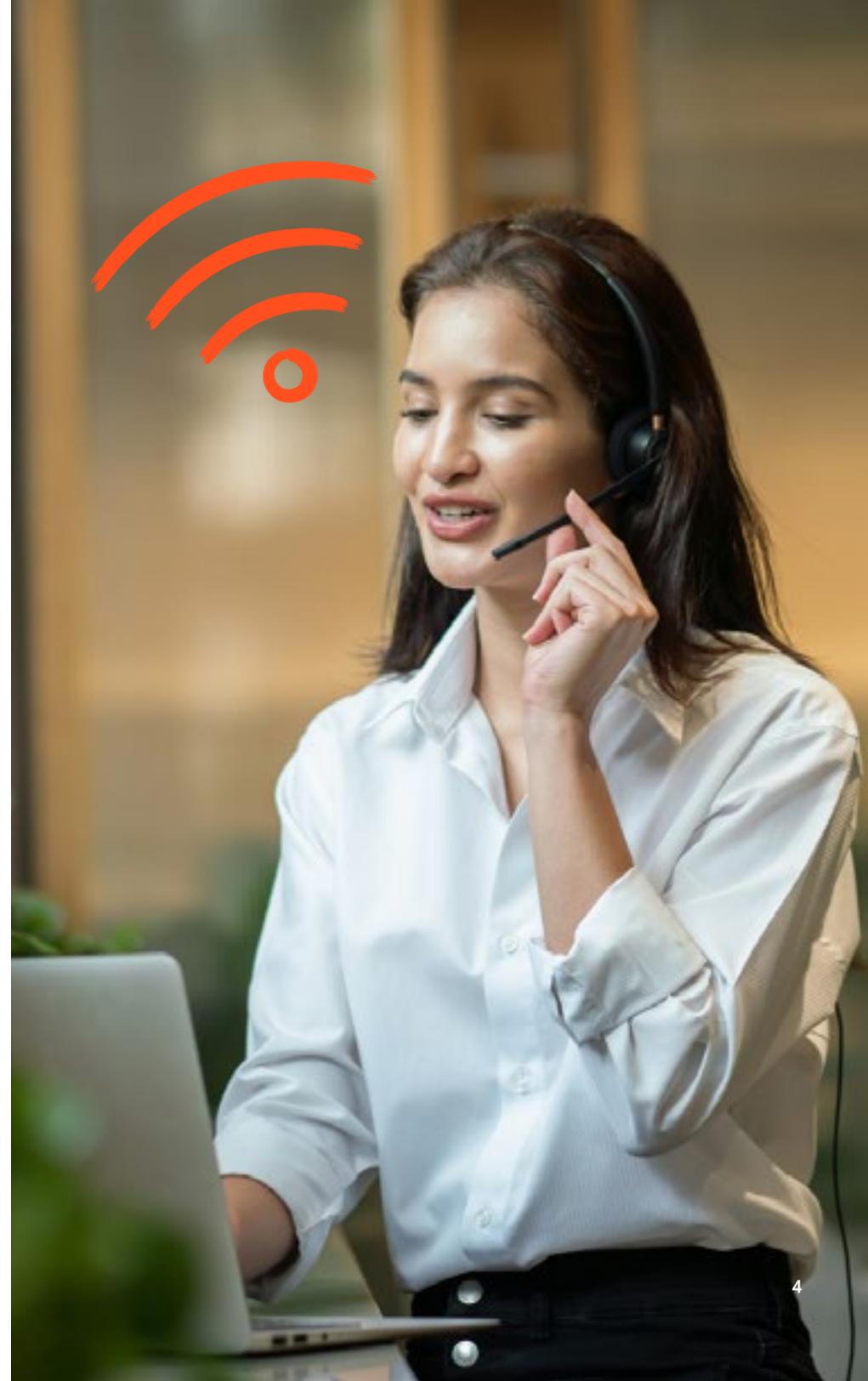


Die Geschichte einer beständigen Technologie

In Contact Centern gab es von Anfang an sprachbasierte Kanäle. Daher haben Sie vielleicht das Gefühl, dass dieser Bereich nichts Neues zu bieten hat.

Doch innovative Technologien schaffen neue Anwendungen und Rollen für Voice im Bereich der Kundenerfahrung.

- KI-gestütztes Routing hilft Ihnen, Kunden den am besten geeigneten Ressourcen zuzuweisen, ob Mitarbeiter im Kundenservice oder automatisierter Lösung. Somit lassen sich die Bearbeitungszeiten verkürzen und die Erstlösungsrate verbessern.
- Sprachdialogsysteme, die die natürliche Spracherkennung (NLU, Natural Language Understanding) nutzen, sind eine effektive Self-Service-Option.
- Mit KI-gestützten Tools können Sie Mitarbeiter im Contact Center durch Echtzeit-Kontextinformationen, Abfragefunktionen und Empfehlungen für nächste Schritte während der Bearbeitung eines Kundenanliegens am Telefon unterstützen.
- Konversationsanalysen bieten Ihnen neue Einblicke in die Kundeninteraktion, mit denen Sie die Performance steigern und die Meinungen und Erwartungen Ihrer Kunden besser verstehen können.
- Durch die Integration mit anderen Kanälen fördern Sie eine nahtlose Omnichannel-Kommunikation.



Empathie lässt sich nicht automatisieren

Wenn Kunden mit Ihren Mitarbeitern telefonieren, entsteht automatisch eine persönliche Verbindung. Doch das bedeutet nicht, dass diese menschliche Stimme dem Kunden oder der Kundin auch automatisch die nötige Empathie entgegenbringt.

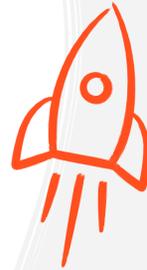
Sie können zwar die emotionale Intelligenz Ihrer Mitarbeiter trainieren, doch für Empathie bedarf es mehr als nur ausgeprägte Sozialkompetenzen. Ihre Mitarbeiter müssen die Kunden und ihre Erwartungen verstehen sowie ihre Bedürfnisse antizipieren, um einen wirklich hilfreichen Service bieten zu können.

Damit dies für alle Kunden gelingt, sollten Sie sowohl in Bots als auch in Menschen investieren und beide mit KI-Funktionen unterstützen. Moderne sprachbasierte Technologie bietet die für personalisierte Interaktionen mit Mitarbeitern, Bots und Self-Service-Optionen nötigen Unterstützungsmaßnahmen und Kontextinformationen. Außerdem stehen Mitarbeitern im Kundenservice dadurch die Ressourcen zur Verfügung, die sie brauchen, um sich besser auf die Problemlösung und empathische Kommunikation zu konzentrieren.

Mit dem richtigen Verhältnis zwischen Menschen und Technologie können Sie sowohl Mitarbeitern als auch Kunden mehr Empathie entgegenbringen.



Es ist Zeit für einen **NEUEN ANSATZ**



In den letzten Jahren sind Kunden zunehmend auf digitale Kanäle umgestiegen. Folglich wird Voice in der strategischen CX-Planung immer weniger berücksichtigt. Verständlicherweise konzentrieren Sie sich vielleicht auch auf den Ausbau Ihres digitalen Angebots.

Doch ganz außer Acht lassen sollten Sie Voice nicht, wie es in manchen Contact Centern bereits der Fall ist, denn manchmal ist ein Telefongespräch für Kunden die beste Option. In vielen Contact Centern ist das Anrufvolumen trotz der zunehmenden Anzahl digitaler Interaktionen nicht gesunken.

Um die Kundenzufriedenheit nicht zu gefährden, sollte Voice also ein wichtiger Bestandteil Ihrer Omnichannel-Strategie sein. Außerdem sollten Sie auf die Leistungsfähigkeit der KI setzen, um Ihre Mitarbeiter bei der Bearbeitung komplexer Interaktionen zu unterstützen. Das sind ehrgeizige Ziele – doch indem Sie sie schrittweise angehen, werden Sie sie erfolgreich erreichen. Wir erklären Ihnen, wie das geht.

Phase 1

GEHEN: GRUNDLAGEN MEISTERN!



Legen Sie das Fundament für ein modernes Contact Center

In dieser ersten Phase geht es darum, Ihr Contact Center zu modernisieren, um das Warteschlangenmanagement effizienter zu gestalten. Außerdem erfahren Sie, wie Sie Mitarbeiter auf die Bearbeitung komplexer Kundenanliegen vorbereiten und ihnen die nötigen Ressourcen zur Verfügung stellen und warum Sie automatisierte Lösungen bereitstellen sollten, die Ihren Mitarbeitern Zeit sparen und Kunden die Interaktion erleichtern. Dadurch lassen sich bereits einige Vorteile erschließen und Sie schaffen die richtigen Voraussetzungen für die spätere Einführung fortgeschrittener Funktionen.

AUS DER PRAXIS

Natalie zieht um und möchte ihren Internetprovider über ihre neue Adresse informieren. Sie ruft beim Unternehmen an und wählt aus dem automatisierten Menü die Option „Service auf eine neue Adresse umstellen“ aus und erfährt, dass die Wartezeit länger ist, als sie sich im Moment leisten kann. Sie entscheidet sich für die Rückruf-Option und gibt die gewünschte Zeit an. Beim Rückruf hat der Mitarbeiter bereits alle nötigen Informationen über Natalies Anliegen und Konto vor sich. Somit gestaltet sich der Vorgang effizient und Natalie kann diese Aufgabe von ihrer To-Do-Liste streichen.



Der erste Eindruck muss stimmen

Kunden wollen ihre Zeit nicht in der Warteschleife verbringen. Dies lässt sich bei einem hohen Anrufaufkommen leider nicht immer vermeiden und je länger Kunden warten müssen, desto frustrierter werden sie.

Einige springen dann ab, bevor der Anruf durchgestellt werden kann, andere wiederum entscheiden sich für einen anderen Kommunikationskanal. Doch das Ergebnis ist dasselbe: die Effizienz und Zufriedenheit leiden.

Und wenn die Kunden, die am Apparat bleiben, zu einem Mitarbeiter durchgestellt werden, der ihnen nicht weiterhelfen kann, ist die Enttäuschung groß. Viele Kunden würden sogar eine längere Wartezeit hinnehmen, wenn ihr Anliegen dann letztendlich gelöst werden könnte.

Doch mit effektivem Warteschlangenmanagement können Sie Wartezeiten minimieren, die Kundenzufriedenheit steigern und das Anrufvolumen sowie die Arbeitslast Ihrer Mitarbeiter reduzieren.

So machen Sie gleich von Anfang an den richtigen Eindruck.

OPTIMIEREN SIE ROUTING UND PRIORISIERUNG

Anrufer stets zeitnah mit dem richtigen Mitarbeiter zu verbinden, sollte zu Ihren Top-Prioritäten gehören. Wenn Kunden immer wieder zwischen Mitarbeitern hin- und hergeschoben werden, wächst der Frust. Unabhängig davon, ob Ihr derzeitiges Routing-System die Mitarbeiterverfügbarkeit berücksichtigt oder den Mitarbeitern einfach der Reihe nach Anrufe zuweist: Durch die Analyse von Kundenabsichten und Informationen wie Kundentreue und Customer Lifetime Value lässt sich die Erstlösungsrate erheblich verbessern.

ERMÖGLICHEN SIE RÜCKRUF

Geben Sie Kunden mit einer automatischen Rückruf-Option die Möglichkeit, aufzulegen, ohne ihren Platz in der Warteschlange zu verlieren, oder eine für sie passende Zeit für einen Rückruf anzugeben. Somit gewinnen alle: Ihre Kunden verbringen weniger Zeit in der Schlange und Sie können den Anruf auf eine Zeit mit einem niedrigeren Anrufvolumen verlegen.

VEREINFACHEN SIE DIE NUTZUNG DES SPRACHDIALOGSYSTEMS

Sorgen Sie im Menü dafür, dass Sie die Kundenerfahrung nicht durch zu viele Informationsanfragen und Optionen beeinträchtigen. Die verfügbaren Optionen sollten kurz und überschaubar sein, sodass sie sich Kunden leicht merken können. Geben Sie Anrufern unbedingt auch die Möglichkeit, das Menü zu überspringen und gleich mit einem Mitarbeiter verbunden zu werden.

Ihr fleißigster Mitarbeiter ist ...

Ihr Sprachdialogsystem ist für Sie vielleicht nur ein Menüsystem oder einfach ein Tool für das Weiterleiten von Anrufen zum richtigen Mitarbeiter im Contact Center. Doch wenn Sie es strategisch einsetzen, kann dieses System ein wahres Multitalent sein.

Ein gut konzipiertes Sprachdialogsystem kann eine Vielfalt an Aufgaben übernehmen. Es trägt Informationen zusammen, ermittelt die Anliegen der Anrufer und automatisiert Routineaufgaben.

Einige automatisierte Optionen sparen Ihren Mitarbeitern Zeit und versorgen sie mit nützlichen Kontextdaten. Andere wiederum stellen den Kunden benutzerfreundliche Self-Service-Tools zur Verfügung.

Beide verhelfen Ihnen zu mehr Effizienz und Kundenzufriedenheit.



Nutzen Sie Ihr Sprachdialogsystem, um Anrufer zu identifizieren und verifizieren und Ihren Mitarbeitern somit Zeit zu sparen. Mithilfe dieser Informationen können Sie Ihren Mitarbeitern im Contact Center dann automatisch relevante Kundendaten zukommen lassen.



Ermitteln Sie mithilfe des Sprachdialogsystems das Kundenanliegen und nutzen Sie diese Informationen, um Kunden schneller an die richtigen Mitarbeiter weiterzuleiten.



Einfache transaktionsbezogene Fragen lassen sich mit Self-Service-Optionen hervorragend bearbeiten. Finden Sie zunächst heraus, welche Routineaufgaben das größte Anrufaufkommen generieren, zum Beispiel die Prüfung des Bestellstatus oder eine Rechnungsbegleichung.



Sollte nach der Self-Service-Nutzung immer noch ein menschlicher Mitarbeiter erforderlich sein, kann das Sprachdialogsystem den Anruf mit Kontextinformationen weiterleiten – für eine nahtlose Erfahrung und zufriedene Kunden.

Erleichtern Sie Mitarbeitern das erfolgreiche Arbeiten

Sie haben die richtigen Leute eingestellt, Ihre Einarbeitungsstrategie hat sich bewährt und Ihre Manager sind sehr gut darin, die Leistung zu optimieren.

Doch wenn Sie Ihren Mitarbeiter im Contact Center nicht die richtigen Tools an die Hand geben, werden die Ergebnisse trotzdem zu wünschen übrig lassen.

Mit den folgenden drei Schritten ermöglichen Sie Ihren Mitarbeitern, erfolgreich zu arbeiten, und zeigen Ihnen, dass sie ihren Beitrag im Unternehmen zu schätzen wissen.



INTEGRIEREN SIE ALLE RELEVANTEN DATENSYSTEME

Beschränken Sie sich bei der Integration nicht nur auf Ihr CRM-System. Verschaffen Sie sich einen Überblick über sämtliche Datensysteme im Unternehmen und identifizieren Sie diejenigen, die Daten enthalten, die Ihre Mitarbeiter zur schnelleren und personalisierten Bearbeitung von Kundenanliegen nutzen könnten. Wenn Sie diese Systeme integrieren, zahlt sich das später auch bei der Automatisierung und Analyse aus.

ERLEICHTERN SIE IHREN MITARBEITERN DIE ARBEIT

Eine einheitliche Desktopoberfläche mit schnellem Zugang zu Kundendaten, Interaktionsverlauf und Ihrer Wissensdatenbank hilft Mitarbeitern im Contact Center, sich auf den Kunden zu konzentrieren, anstatt wertvolle Zeit mit der Suche nach Informationen zu verlieren. Zudem erleichtert sie Fachkräften, die Interaktionen auf mehreren Kanälen bearbeiten, den Wechsel zwischen den einzelnen Aufgaben.

BIETEN SIE MITARBEITERN DIREKTE UNTERSTÜTZUNG

Wenn neue Mitarbeiter im Contact Center wissen, dass es ein Auffangnetz gibt, können sie auch in der Anfangsphase souveräner agieren. Doch auch erfahrene Fachkräfte benötigen hin und wieder Unterstützung bei komplexen Kundenanliegen. Genau da zahlt sich der strategische Einsatz von Call-Whispering-Funktionen aus.

Gut geschulte Mitarbeiter bieten eine bessere CX

Wenn unkomplizierte Transaktionen und Informationsanfragen automatisch bearbeitet werden können, bleibt es den Mitarbeitern im Contact Center erspart, sich mit dem Zurücksetzen von Kennwörtern, der Angabe des Kontostands und ähnlichen Routineanliegen zu beschäftigen.

Vielmehr können sie ihre wertvolle Zeit in die Lösung komplexer Probleme investieren und sich gezielt um unzufriedene Kunden kümmern. Hier kommt ihre Expertise besser zum Einsatz.

Regelmäßige Schulungen sorgen dafür, dass Ihre Mitarbeiter neue Skills erlernen und immer auf dem aktuellen Stand sind. So können sie Ihre Kunden besser bedienen. Zudem stellen Sie damit unter Beweis, dass Sie bereit sind, in das persönliche Wachstum und die berufliche Entwicklung Ihrer Mitarbeiter zu investieren.

Das stärkt die Zufriedenheit am Arbeitsplatz und vergrößert die Wahrscheinlichkeit, gutes Personal zu halten.

KONZENTRIEREN SIE SICH AUF DEN AUFBAU FOLGENDER KOMPETENZEN



Sorgen Sie dafür, dass Ihre Mitarbeiter sich gut mit Ihren Produkten und Services auskennen.



Bauen Sie die Problemlösungsfähigkeiten Ihrer Teams aus, damit auch komplexe Kundenanliegen souverän gelöst werden können.



Fördern Sie eine umfassende Wissensbasis bei jedem Mitarbeiter, um unnötige Anrufweiterleitungen zu vermeiden.



Vermitteln Sie Sozialkompetenzen wie aktives Zuhören, emotionale Intelligenz und effektive Kommunikation.



Schulen Sie Mitarbeiter darin, mithilfe konkreter Techniken Spannungen in konfliktreichen Gesprächen abzubauen, ohne die Bedürfnisse des Kunden zu minimalisieren.

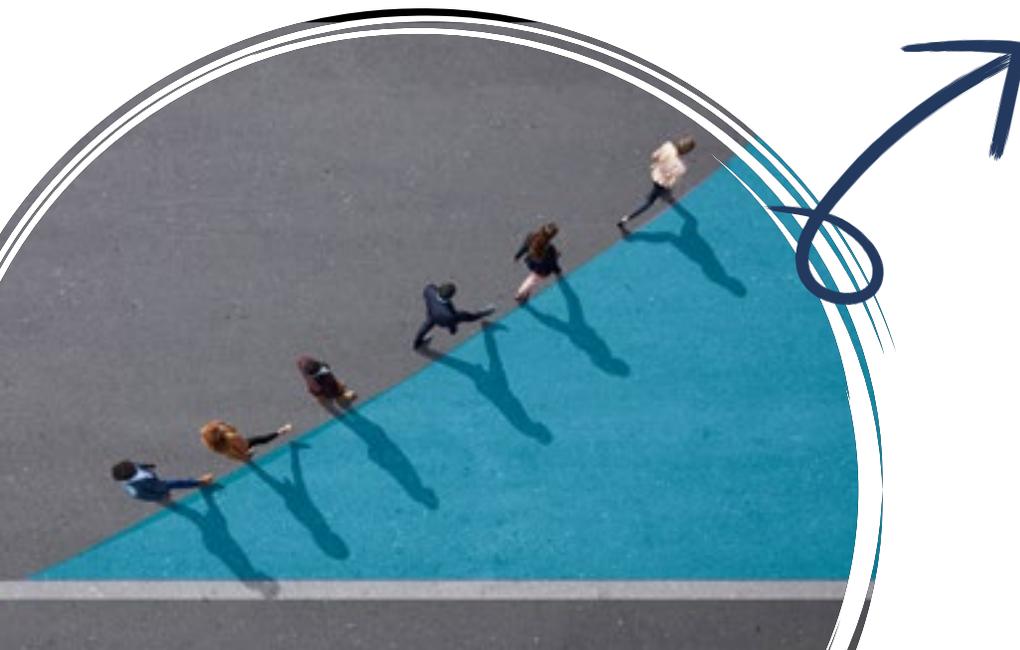


Legen Sie Wert auf Empathie. Das ist eine wichtige Kompetenz im Kundenservice, die sich erlernen lässt.

Messen Sie Ergebnisse

In dieser Phase etablieren Sie moderne sprachbasierte Kommunikation als einen integralen Bestandteil Ihrer Omnichannel-Strategie. Überlegen Sie, welche Aspekte in Ihrem derzeitigen Betriebsumfeld problematisch sind, und konzentrieren Sie sich darauf, diese zu verbessern.

Achten Sie auf die Kennzahlen rechts, um ein ausgewogenes Gleichgewicht zwischen Voice- und anderen Kanälen zu finden.



KPI ZUM BETRIEB

- Durchschnittliche Zeit in der Warteschlange
- Rate der abgebrochenen Anrufe
- Durchschnittliche Bearbeitungsdauer
- Mitarbeiterauslastung

BUSINESS-KPI

- Wenn Sie Verbesserungen bei der betrieblichen Effizienz und den Mitarbeiter-Skills erreicht haben, konzentrieren Sie sich auf Kennzahlen wie Umsatzsteigerung und Inkasso-Erfolg.

KPI ZUR KUNDENZUFRIEDENHEIT

- Kundenzufriedenheit
- Net Promoter Score (NPS)
- Customer Effort Score (CES)

KPI ZUR MITARBEITERERFAHRUNG

- Einhaltung von internen Prozessen und Abläufen
- Bewertung von Skills und Kompetenzen
- Mitarbeiterzufriedenheit

Checkliste

Bevor Sie vom Gehen zum Sprinten übergehen:

Ermitteln Sie, mit welchen Self-Service-Abläufen Kunden ihre Anliegen bereits erfolgreich selber lösen. Identifizieren Sie Bereiche mit Verbesserungspotenzial.

Analysieren Sie von Mitarbeitern markierte Berichte mit Anrufgründen, um weitere häufig auftretende Anliegen zu identifizieren, für die Sie IVR-basierte Self-Service-Funktionen anbieten können.

Erstellen Sie ein Verzeichnis der Kompetenzen und Stärken der einzelnen Teammitglieder und verfolgen Sie die Fortschritte. Setzen Sie diese Daten mit Geschäftsergebnissen in Beziehung, um zu verstehen, welche Faktoren sich auf Ihre KPI auswirken.

Bauen Sie eine Bibliothek auf, in der Sie aufgezeichnete Anrufe sammeln, die Best Practices befolgen. Dies ist eine gute Ressource für das Onboarding neuer Mitarbeiter im Contact Center und eine nützliche Referenzquelle für das gesamte Team.

Regen Sie Mitarbeiter an, die Wissensdatenbank auf fehlende Informationen zu untersuchen, und bitten Sie erfahrene Teammitglieder, die erforderlichen Artikel zu verfassen.



Wenn Sie diese erste Phase erfolgreich abgeschlossen haben, sollten Ihre Mitarbeiter im Contact Center mehr Zeit für die einzelnen Kundengespräche haben. Zudem können sie das Team mit internen Aufgaben wie der Erstellung von Skripten und dem Wissensmanagement unterstützen. Berücksichtigen Sie diese Möglichkeiten bei den Personalentwicklungsplänen.

Phase 2

SPRINTEN: CUSTOMER JOURNEYS OPTIMIEREN



Verbessern Sie die Customer Journeys

Die Grundlagen haben Sie nun im Griff. Jetzt ist es an der Zeit, zu sprinten statt zu gehen. In dieser Phase stehen Effizienzsteigerungen und die Verbesserung der Kundenzufriedenheit im Mittelpunkt. Dazu gehören die Optimierung des Anruf-Routings für eine bessere Erstlösungsrate, das Reduzieren der Bearbeitungszeit durch die Nutzung von Tools, die Ausweitung der Automatisierung und gezieltes Coaching zum Steigern der Mitarbeiterleistung.

AUS DER PRAXIS

Seit ihrem Umzug hat Natalie Probleme mit ihrer Internetverbindung. Da sie das Problem mithilfe der Anleitungen auf der Website des Anbieters nicht selbst lösen konnte, ruft sie beim Support an. Hier spricht sie mit einem sehr erfahrenen Mitarbeiter im Contact Center. Nachdem dieser sich vergewissert hat, dass Natalie die Self-Service-Optionen bereits erfolglos genutzt hat, geht er rasch zu anspruchsvolleren Fehlersuchmethoden über. Während des Anrufs holt sich der Mitarbeiter Rat bei einem anderen Teammitglied und gemeinsam können sie das Problem mit Natalies Internetverbindung lösen.



Nutzen Sie die Stärken Ihrer Mitarbeiter mit skillbasiertem Routing optimal

Wenn Anrufe an unterschiedliche Warteschlangen weitergeleitet werden, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass ein Anrufer bei einem Mitarbeiter landet, der das Anliegen lösen kann. Allerdings beeinträchtigt diese Vorgehensweise auch die Effizienz, da den einzelnen Warteschlangen unterschiedlich viele Anrufe zugewiesen werden. Das bedeutet längere Wartezeiten für manche Kunden, während einige Mitarbeiter vielleicht nicht ausgelastet sind.

Wenn die Skills der einzelnen Mitarbeiter in den Routing-Algorithmen berücksichtigt werden, werden Anrufe nicht mehr einfach nur an eine Gruppe von Supportkräften weitergeleitet, sondern gezielt an bestimmte Mitarbeiter.

So entsteht eine effiziente Warteschlange, über die sichergestellt wird, dass Kunden mit dem Mitarbeiter verbunden werden, der für ihr Anliegen am besten geeignet ist. Durch das skillbasierte Routing eröffnet sich zudem die Möglichkeit, wichtige Kennzahlen wie die Erstlösungsrate zu optimieren.

Außerdem fördert die Fokussierung auf die persönlichen Skills der Mitarbeiter die zielgerichtete Weiterentwicklung im Team, um letztendlich mehr Spezialisten mit Fachkompetenzen zu haben.

SO FÜHREN SIE SKILLBASIERTES ROUTING EIN

Es besteht kein Grund, Ihre derzeitigen Routingansätze komplett zu überarbeiten. Beginnen Sie lieber mit kleinen Veränderungen, die Sie im Laufe der Zeit ausweiten.

1. Identifizieren Sie relevante Skills, und zwar sowohl Produkt- als auch Sozialkompetenzen.
2. Bewerten Sie die einzelnen Skills Ihrer Mitarbeiter anhand einheitlicher Kategorien und Bewertungsskalen.
3. Ordnen Sie einzelne Skills bestimmten Kunden- und Interaktionsmerkmalen zu. Überlegen Sie, welche Skills am wichtigsten sind, um gängige Kundenanliegen zu bearbeiten.
4. Entwickeln Sie eine Routing-Logik auf der Grundlage dieser Skills und Kompetenzen. Entscheiden Sie für jeden Interaktionstyp, wie lange ein Kunde auf einen Mitarbeiter mit einem bestimmten Skill-Level warten sollte, bevor sein Anliegen für die Bearbeitung durch andere Mitarbeiter freigegeben wird.
5. Ermitteln Sie anhand von Messungen und Analysen, ob die gesetzten Optimierungsziele erreicht werden.

MEHR OPTIONEN für Ihre Mitarbeiter



WISSEN TEILEN

Um eine konsistente Customer Experience bieten zu können, benötigen Mitarbeiter im Contact Center schnellen Zugriff auf korrekte Daten. Das gilt für jeden Kanal. Mit einer zentralen Wissensdatenbank, die für alle Kanäle zur Verfügung steht, überwinden Sie Informationssilos. Der Zugang auf informative Artikel über eine zentrale Schnittstelle stellt sicher, dass Kunden und Mitarbeiter jederzeit die richtigen Informationen finden können. Natürlich muss eine solche Wissensdatenbank auch gepflegt werden, damit die Inhalte stets auf dem aktuellen Stand und relevant sind. Planen Sie also den entsprechenden Zeit- und Ressourcenaufwand ein.



ZUSAMMENARBEIT FÖRDERN

Mitarbeiter im Contact Center benötigen mitunter Unterstützung durch Kollegen oder Manager. Statten Sie Ihr Team mit benutzerfreundlichen Kommunikationstools aus, damit die Zusammenarbeit nicht zur Qual wird und auch mobiles Arbeiten unterstützt wird. Integrierte Desktop-Tools zum Überwinden von Kommunikationshürden verbessern die Mitarbeitererfahrung erheblich und steigern die Leistung. Laut einem im Jahr 2020 **von Gartner veröffentlichten Bericht** verbessert sich die Mitarbeiterperformance durch effektive Zusammenarbeit um 20,6 %.



DYNAMISCHE SKRIPTE ERSTELLEN

Kunden erwarten authentische Interaktionen, doch Sie müssen auch auf Konsistenz und Compliance achten. Dynamische Skripte ermöglichen den Mitarbeitern im Contact Center die reibungslose Kommunikation mit Kunden, um deren Anliegen gezielt zu bearbeiten, ohne jede Antwort spontan neu formulieren zu müssen. Wenn Sie die Skripte mit Ihrem CRM-System und mit den per IVR erfassten Informationen vernetzen, können Mitarbeiter die Gespräche persönlicher gestalten. So erhöhen Sie die Effizienz und reduzieren das Risiko für Ihre Marke.

Bots als Unterstützung im Contact Center

Kunden haben sich an digitale Services gewöhnt und deren Vorteile zu schätzen gelernt – vor allem die Effizienz und ständige Verfügbarkeit von Chatbots und Self-Service-Optionen.

Es ist aber durchaus möglich, dasselbe Maß an Komfort und Effizienz über automatisierte Voice-Dienste zu bieten. So können Kunden ihre Anliegen erfolgreich selbst lösen, während Ihre Mitarbeiter mehr Zeit für andere Aufgaben haben.

Moderne Contact Center-Lösungen bieten eine breite Vielfalt an Technologien für die Automatisierung von sprachbasierten Interaktionen. Beginnen Sie mit unkomplizierten Ansätzen und fügen Sie komplexere Technologien hinzu, wenn Sie mehr Erfahrung gesammelt haben.



BAUEN SIE IHRE AUTOMATISIERUNGSSTRATEGIE AUS



Ermitteln Sie, was beim IVR-basierten Self-Service funktioniert und was nicht. Verbessern Sie zunächst die Abläufe für Interaktionen mit niedrigen Containment-Raten und identifizieren Sie dann weitere Arten von Anfragen, die erfolgreich automatisiert werden können, um die Arbeitslast Ihrer Mitarbeiter zu reduzieren.



Ersetzen Sie komplexe Menüs durch Voicebots, die mithilfe von NLU (Natural Language Understanding) eine gesprächsähnlichere Kommunikation ermöglichen. Dadurch verbessern Sie die Kundenerfahrung und legen das Fundament für weitere KI-gestützte Automatisierungsoptionen in der Zukunft.



Nutzen Sie Outbound-Kampagnen, um Kunden über wichtige Themen wie neue Services oder Produktänderungen zu informieren. Verfeinern Sie die Kommunikation mit regelbasierten Nachrichten, um Kunden individuell anzusprechen und sie zum Beispiel auf überfällige Rechnungen aufmerksam zu machen.

Mit gezielter Weiterbildung entfesseln Sie das Potenzial Ihres Teams

In der dynamischen Experience Economy von heute ändern sich nicht nur ständig die Anforderungen, sondern auch die Erwartungen Ihrer Kunden.

Die Weiterbildung ist ein Aspekt, der unbedingt aufrecht erhalten werden sollte, damit die Skills Ihrer Mitarbeiter stets auf dem neuesten Stand sind. Damit Coaching-Sitzungen und Schulungen Wirkung erzielen, sollten sie zeitlich sinnvoll geplant werden und auf die Anforderungen der einzelnen Teammitglieder abzielen. Doch das kann extrem zeitaufwendig sein.

Hier schafft künstliche Intelligenz Abhilfe.



IDENTIFIZIEREN SIE BEREICHE MIT VERBESSERUNGSPOTENZIAL

Konversationsanalysen sind in der Lage, relevante Interaktionen unter dem Aspekt des Mitarbeiterverhaltens, der Phrasenerkennung oder der Kundenstimmung im Interaktionsverlauf herauszufiltern. Ein Abgleich der kommentierten Transkripte mit der Stimmungsanalyse hilft Teamleitern, von Best Practices abweichendes Verhalten zu erkennen und dann personalisierte Coaching-Sitzungen und Schulungen für die einzelnen Mitarbeiter anzusetzen.

INTEGRIEREN SIE WEITERBILDUNGSOPTIONEN IN DEN ARBEITSALLTAG

Lösungen, die in den Desktop integrierte Tools für den Kompetenzausbau bieten, vereinfachen das kontinuierliche Lernen. Zusätzlich zu persönlichen Coaching-Sitzungen können Teamleiter bei Bedarf Schulungsmodule zuweisen. Und da Mitarbeiter direkt vom Desktop aus darauf zugreifen können, wird die Kompetenzverbesserung zu einem festen Bestandteil ihres Tagesablaufs.

BERÜCKSICHTIGEN SIE TEAMKAPAZITÄTEN BEI DER WEITERBILDUNG

Wenn Mitarbeiter an Schulungen und Coaching-Sitzungen teilnehmen, fehlen sie natürlich im Produktivbetrieb. Das kann die betriebliche Effizienz beeinträchtigen und die Einhaltung von SLAs gefährden. Um dem entgegenzuwirken, sollten Sie Workforce Engagement Management-Tools für die zeitliche Planung von Weiterbildungsmaßnahmen nutzen.

Messen Sie Ergebnisse

In dieser Phase der Journey-Optimierung soll sichergestellt werden, dass Ihre Kunden weiterhin zufrieden sind, während die Mitarbeiterleistung gesteigert wird. Mit der nuancierten Anpassung von Self-Service-Strategien verbessern sich die betriebsbezogenen KPI. Indem Sie Ihren Mitarbeitern im Contact Center relevante Daten und effektive Produktivitätstools zur Verfügung stellen und sie mit gezielten Weiterbildungsmaßnahmen unterstützen, erzielen Sie messbare Ergebnisse bei Ihren Geschäftskennzahlen.

Wenn sich Mitarbeiter in ihrer Arbeit unterstützt fühlen, wird sich das in den Kennzahlen für Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit positiv bemerkbar machen.



KPI ZUM BETRIEB

- Erstlösungsrate (FCR)
- Durchschnittliche Bearbeitungszeit (AHT)
- Komplette per IVR abgewickelte Anrufe (oder Prozentsatz der an Mitarbeiter weitergeleiteten Anrufe)
- Einhaltung von internen Abläufen

BUSINESS-KPI

- Versuchen Sie, die Kennzahlen in den folgenden und anderen für Ihr Unternehmen relevanten Bereichen zu verbessern: Problembehebung, Konversionsrate, Kundenbindung und Zahlungszusagen.

KPI ZUR KUNDENZUFRIEDENHEIT

- Customer Effort Score (CES)
- Kundenzufriedenheit (CSAT)
- Net Promoter Score (NPS)

KPI ZUR MITARBEITERERFAHRUNG

- Mitarbeiterzufriedenheit
- Einhaltung von internen Abläufen
- Qualitätsprüfung
- Bewertung von Skills und Kompetenzen

Checkliste

Bevor Sie vom Sprinten zum Fliegen übergehen:

Stellen Sie sicher, dass die Quote für komplett per IVR abgewickelte Anrufe optimiert und die Anzahl der an Mitarbeiter weitergeleiteten Anrufe reduziert wurde.

Richten Sie Ihre Qualitäts-, Coaching- und Weiterbildungsansätze so aus, dass Sie damit die KPI für die einzelnen Mitarbeiter verbessern können.

Berücksichtigen Sie bei der Zeitplanung das Gleichgewicht zwischen Business-KPI-Vorgaben und der Work-Life-Balance von Teamleitern und Mitarbeitern im Contact Center.

Nutzen Sie Echtzeit-Dashboards für die Kontrolle und Steuerung der KPI im Contact Center.

Konzentrieren Sie sich auf die Erstlösungsrate, den Customer Effort Score (CES) und die Kundenzufriedenheit anstatt auf SLAs und durchschnittliche Bearbeitungszeiten.



Wenn Sie diese zweite Phase erfolgreich abgeschlossen haben, sollten Sie neue Einblicke in Bezug auf die Auswirkung der Automatisierung auf Effizienz und Kundenzufriedenheit gewonnen haben. Darüber hinaus haben Sie einen besseren Überblick über die Skills und den Wissensstand der einzelnen Teammitglieder.

Phase 3

FLIEGEN: EMPATHISCHE BEZIEHUNGEN FÖRDERN



Empathische Kommunikation mit Kunden und Mitarbeitern

Nun da Sie reibungslose und effiziente Abläufe etabliert haben, sollten Sie sich darauf konzentrieren, dass alle Interaktionen für Ihre Kunden, aber auch für Ihre Mitarbeiter, empathisch ablaufen. Um großflächig empathische Beziehungen zu fördern, müssen Sie künstliche Intelligenz nutzen. So können Sie Anrufer mit den richtigen Kanälen oder Mitarbeitern verbinden, Mitarbeitern bei jeder Interaktion Unterstützung in Echtzeit bieten, Kunden anhand prognostizierter Bedürfnisse proaktiv ansprechen und eine Teamkultur schaffen, in der sich Mitarbeiter wohlfühlen und motiviert arbeiten können.

AUS DER PRAXIS

Natalie hat einen Anruf von ihrem Internetdienstanbieter verpasst. Der Mitarbeiter hat jedoch eine Nachricht hinterlassen, in der er erklärt, dass es neue Servicepläne gibt, die auch ein kostenloses Upgrade der Hardware umfassen. Natalie ruft zurück und wird über vorausschauendes Routing an einen Mitarbeiter durchgestellt, der auf das (aufgrund der erst vor Kurzem behobenen Konnektivitätsprobleme) möglicherweise schwierige Gespräch vorbereitet ist. Natalie steht dem neuen Angebot eher skeptisch gegenüber und möchte wissen, ob ein Upgrade das Problem wirklich lösen oder einfach nur teuer sein wird. Mit der Unterstützung eines KI-gestützten virtuellen Assistenten kann der Mitarbeiter Natalies Bedenken ausräumen und Natalie entscheidet sich für das Upgrade.



KI als Matchmaker

Kunden den Mitarbeitern zuzuteilen, die ihr Anliegen am besten lösen können, ist ein unaufhörliches Unterfangen. Sobald Sie Ihren Routing-Ansatz optimiert haben, ändert sich etwas. Kunden verhalten sich plötzlich anders, die Leistung eines Mitarbeiters verbessert sich usw. Das bedeutet, dass Sie ständig neue, immer komplexere Routing-Regeln verfassen müssen.

Außerdem haben herkömmliche Routing-Ansätze ihre Grenzen, wenn es um die Optimierung von KPI geht.

KI-gestütztes vorausschauendes Routing hingegen bietet innovative Möglichkeiten, um Ihre wichtigsten Kennzahlen zu optimieren und gleichzeitig schnell und effizient Kunden den passenden Mitarbeitern zuzuordnen – selbst, wenn sich viele Faktoren ändern.



KI-Module analysieren Kunden-, Mitarbeiter- und Interaktionsdaten, um das Verhalten zu verstehen, Muster zu erkennen und nahtlos die optimale Kombination von Kunde und Mitarbeiter zu finden.



KI-Lösungen können die Absicht des Kunden erkennen und voraussehen. Das ermöglicht empathischere Interaktionen und die gezielte Optimierung wichtiger KPI.



KI-Module werden mit jedem Anruf weiter trainiert und können die Routingalgorithmen automatisch anpassen, wenn sich das Kundenverhalten, die Mitarbeiterperformance oder die Anforderungen ändern – und zwar in Echtzeit.



KI-gestütztes vorausschauendes Routing ermöglicht geschäftlichen Anwendern ohne detailliertes technisches Fachwissen, Routing-Entscheidungen ganz ohne komplexe Modellierung zu optimieren.

Ein persönlicher Assistent für jeden Mitarbeiter

Wenn Kunden anrufen, um ein komplexes Problem zu besprechen, möchten sie mit einem Mitarbeiter verbunden werden, der ihnen helfen kann. Gleichzeitig stellen sie sich darauf ein, an eine Person zu geraten, die ihr Anliegen vielleicht nicht versteht oder aufgrund fehlender Informationen nicht in der Lage ist, das Problem zu lösen.

Helfen Sie Ihren Mitarbeitern im Contact Center, jedem Kunden mithilfe KI-basierter Unterstützung eine hervorragende Erfahrung zu bieten. KI nutzt den Kontext des Gesprächs, um relevante Informationen bereitzustellen (z. B. Artikel aus der Wissensdatenbank) und dem Mitarbeiter im Contact Center während des Gesprächs Handlungsempfehlungen zu geben.

Roboter gesteuerte Prozessautomatisierung bietet sogar noch bessere Unterstützung, da sie KI zur Automatisierung der Workflows für komplexe, datengestützte Anwendungen nutzt. So haben Mitarbeiter im Contact Center mehr Zeit, aktiv zuzuhören, Probleme zu lösen und mit Empathie auf Kunden einzugehen. Das Ergebnis? Schnellere Problemlösung sowie eine bessere Kunden- und Mitarbeitererfahrung.

„Genesys Agent Assist unterstützt die Mitarbeiter im Contact Center von Electrolux in Großbritannien durch das automatische Aufrufen der passenden Artikel aus der Wissensdatenbank. Mitarbeiter können Verbraucherfragen so besser beantworten und technische Probleme direkt per Telefon lösen. Dadurch sind weniger Servicebesuche vor Ort nötig und wir gehen davon aus, dass sich die mit diesen Besuchen verbundenen Kosten für den britischen Markt um 2 % pro Jahr reduzieren werden.“

Harald Niels Vans Driel,
Business Advisor, Contact Center Electrolux

Mehr Empathie durch proaktive Kommunikation

Kunden wissen es zu schätzen, wenn sie schnell Antworten auf Fragen erhalten und ihre Probleme rasch gelöst werden. Mindestens ebenso beeindruckt sind sie, wenn sie proaktiv auf ihre Bedürfnisse angesprochen werden.

Die Kommunikation mit Kunden ist am effektivsten, wenn beide Seiten sich darum bemühen. Anstatt darauf zu warten, von Kunden kontaktiert zu werden, sollten Sie sie daher mit Terminerinnerungen, Service-Updates, Zustellungsinformationen und Ähnlichem direkt ansprechen.



AUTOMATISIEREN SIE DIE OUTBOUND-KOMMUNIKATION

Heute ist es einfacher denn je, umfassende, proaktive Erfahrungen zu bieten – auch über sprachbasierte Kanäle. Nutzen Sie Ihre IVR- und Datensysteme, um die Outbound-Kommunikation zu personalisieren und Ihren Kunden freizustellen, wie sie mit Ihnen interagieren möchten. Mit einem Voicebot können Sie diese Interaktionspalette noch weiter verbessern.

PERSONALISIEREN SIE DIE ERFAHRUNG

Outbound-Kommunikation ist nicht mit generischen Massenkampagnen gleichzusetzen. Nutzen Sie Kundendaten und KI, um personalisierte Nachrichten zu verfassen, in denen Sie Benutzer an Termine oder ausstehende Rechnungen erinnern oder individuelle Sonderangebote anbieten.

STÄRKEN SIE DIE KUNDENBINDUNG UND STEIGERN SIE DEN UMSATZ

Kundenbeziehungen sind eine bidirektionale Angelegenheit. Je proaktiver Sie Ihre Kunden zum passenden Zeitpunkt mit den richtigen Informationen ansprechen, desto stärker wird das Vertrauen. Damit fördern Sie nicht nur die Markentreue des Kunden, sondern auch die Profitabilität der Beziehung.

Verbessern Sie die **MITARBEITERERFAHRUNG**



Ob sprachbasierte Interaktionen zufriedenstellend verlaufen, hängt von der Leistung Ihrer Mitarbeiter im Contact Center ab. Wenn diese sich geschätzt, unterstützt und gefordert fühlen, steigt auch die Kundenzufriedenheit – und Sie erzielen bessere Geschäftsergebnisse. Mit KI können Sie die Mitarbeitererfahrung deutlich verbessern.

„Kunden möchten mit Mitarbeitern interagieren, die Interesse zeigen und kompetent sind.“

Chip Bell, Gründer der Chip Bell Group



KI-GESTÜTZTE PLANUNGSPROZESSE

Durch eine effektive Ressourcenplanung steigern Sie die Effizienz und stellen sicher, dass Ihre Mitarbeiter im Contact Center ausreichend unterstützt werden, um ihre Arbeit erfolgreich zu erledigen. Verbessern Sie Ihre Planungsprozesse mit KI-gestützten Prognosen.



EFFEKTIVE EINSATZPLANUNG

Bei der KI-gestützten Einsatzplanung wird der Umgang mit Urlaubsanträgen, Arbeitszeitwünschen und Schichttausch automatisch abgewickelt, wodurch Sie Ihrem Team eine ausgewogene Work-Life-Balance ermöglichen.



SELBSTGESTEUERTE LEISTUNGS- VERBESSERUNG

Mit in den Desktop integrierten Tools zur Steigerung des Mitarbeiterengagements erhalten Ihre Mitarbeiter Echtzeiteinblicke und Anreize zur Leistungssteigerung.



PERSONALISIERTE WEITERBILDUNG

Nutzen Sie KI, um Kompetenzlücken aufzudecken und individuelle Weiterbildungsprogramme zu erstellen, die Mitarbeitern helfen, ihre Skills auszubauen und sich beruflich weiterzuentwickeln.

Messen Sie Ergebnisse

Die Einbindung KI-gestützter Lösungen in Kundeninteraktionen, Workflows für Mitarbeiter und Verwaltungsprozesse hilft, überdurchschnittlich gute Kunden- und Mitarbeitererfahrungen zu bieten. Den Mitarbeitern im Contact Center wird ermöglicht, empathische Erfahrungen zu liefern, die in guter Erinnerung bleiben, und Manager können ihren Teammitgliedern personalisierte Unterstützung bieten und die individuelle Karriereentwicklung fördern.

Wenn Geschäftsziele, Kundenerfahrungen und Mitarbeiterzufriedenheit besser miteinander in Einklang gebracht werden, wird sich das positiv auf viele Ihrer Kennzahlen auswirken.

Ein wichtiger Hinweis: Die Automatisierung unkomplizierter Interaktionen führt dazu, dass sich Ihre Mitarbeiter im Contact Center hauptsächlich um komplexe Anliegen kümmern. Dadurch kann sich unter Umständen die durchschnittliche Bearbeitungsdauer (AHT) erhöhen.

BUSINESS-KPI

- Erstlösungsrate (FCR)
- Konversionsrate
- Kundenbindung
- Zahlungszusagen (Inkasso)

KPI ZUR KUNDENZUFRIEDENHEIT

- Customer Effort Score (CES)
- Net Promoter Score (NPS)

KPI ZUR MITARBEITERERFAHRUNG

- Mitarbeiterzufriedenheit
- Qualitätsprüfung
- Auszeichnungen und Anerkennung für Mitarbeiter

Checkliste

So fliegen Sie noch höher:

Nutzen Sie KI-gestützte Analysen für bessere Einblicke. So können Sie das Routing von Anrufen optimieren und mit größtmöglicher Gewissheit geeignete Maßnahmen prognostizieren.

Priorisieren Sie bei der Arbeitsverteilung die Übereinstimmung der Skills Ihrer Mitarbeiter mit den Beweggründen der Anrufe, um die angestrebten KPI zu erzielen.

Überprüfen Sie Customer Journeys kontinuierlich auf Schwachstellen und Problempunkte, um wirksame und messbare Prozessverbesserungen zu veranlassen.

Überprüfen und revidieren Sie proaktive Benachrichtigungen, um Spitzen im Anrufaufkommen zu bewältigen und die Einhaltung von internen Prozessen zu optimieren.

Überprüfen Sie Ihre Priorisierung von Maßnahmen im Hinblick auf die gewünschten Geschäftsergebnisse.

Arbeiten Sie weiterhin an einer Unternehmenskultur, in der sich Ihre Mitarbeiter wohlfühlen, indem Sie es ihnen ermöglichen, Einsatzpläne über ihr bevorzugtes Gerät zu verwalten, mit Kollegen zusammenzuarbeiten und die Teamleistung zu steigern.



In dieser letzten Phase entdecken Sie, wie sehr KI Ihnen dabei helfen kann, Interaktionen zu personalisieren, starke Bindungen aufzubauen und auf jedem Kanal – einschließlich Voice – empathische Erfahrungen zu bieten. Viele Unternehmen arbeiten mit einem externen Partner wie Genesys zusammen, um die Phase „Fliegen“ vollständig und erfolgreich umzusetzen.

Die Zeit ist reif für moderne Voice-Lösungen

Sprachbasierte Ansätze sind keinesfalls veraltet. Kunden möchten nach wie vor mit Mitarbeitern im Contact Center sprechen können, um komplexe Anliegen zu lösen. Was sich jedoch ändert, und zwar in rasantem Tempo, ist die Rolle von Voice bei der Kundenerfahrung. Daher müssen Sie Ihre Voice-Strategie anpassen.

Im modernen Contact Center müssen sprachbasierte Ansätze ein integraler Bestandteil einer umfassenden Omnichannel-Strategie sein, die alle Kanäle und Touchpoints miteinander verknüpft.

Um Kunden eine erstklassige sprachbasierte Erfahrung zu bieten, darf sich Ihre Strategie nicht nur auf das Management der Kommunikationskanäle und betriebliche Effizienz beschränken. Vielmehr müssen Sie die gesamte Customer Journey optimieren, die Mitarbeitererfahrung verbessern und sicherstellen, dass jede Interaktion mit Empathie erfolgt.



Wenn Sie zur Modernisierung der Voice-Landschaft in Ihrem Unternehmen bereit sind, kann Genesys Sie bei folgenden Aufgaben unterstützen:

- Bearbeitung von Routineanfragen automatisieren
- Mitarbeitern die erforderlichen Tools und Skills an die Hand geben
- Kunden und Mitarbeitern mit Empathie begegnen

**SPRECHEN SIE MIT
UNSEREN EXPERTEN**



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®, 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 auf allen Kanälen zu vertiefen und gleichzeitig die Produktivität und die Interaktionen der Mitarbeiter zu verbessern. Durch die Transformation einer Backoffice-Technologie zu einem innovativen Mittel für die Umsatzsteigerung ermöglicht Genesys relevante zwischenmenschliche Beziehungen, die das Kundenvertrauen und die Kundentreue fördern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.genesys.com/de oder telefonisch unter +49 (0)89 614 29000.

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.
© 2023 Genesys Cloud Services Germany GmbH.
Alle Rechte vorbehalten.