

GESTALTEN SIE **IHRE CX** REZESSIONSFEST

Erfolgreich durch unsichere Zeiten – mit langfristiger Resilienz

Wer auch in ungewissen Zeiten erfolgreich sein will, muss resilient sein oder werden. Das lässt sich nicht durch Kosteneinsparungen erreichen. Konzentrieren Sie sich stattdessen lieber darauf, mehr aus Ihren Investitionen in die Kundenerfahrung herauszuholen. Mit diesen vier Strategien können Sie die Effizienz steigern, Kunden binden und Ihre Geschäftsergebnisse schützen.

STRATEGIE 1: ERHALT DER KUNDENLOYALITÄT

Binden Sie Ihre Kunden durch positive Erfahrungen. Treue Kunden sind eine Grundvoraussetzung für den langfristigen Geschäftserfolg, doch dies wird oft nicht genug berücksichtigt.

SEIEN SIE ÜBERALL PRÄSENT, WO IHRE KUNDEN SIND

Geben Sie Kunden die Möglichkeit, Sie leichter zu kontaktieren – ob per Anruf, Klick oder über Mobilgeräte. Sie sollten jedoch nicht einfach nur neue Kanäle einführen, sondern diese zu einer Omnichannel-Erfahrung zusammenfügen, in der Kontext und Konversationen nahtlos fließen – unabhängig davon, wie Kunden Sie kontaktieren.

PERSONALISIEREN SIE DIE ERFAHRUNG

Moderne Kunden erwarten ganz eindeutig: Zeigen Sie mir, dass Sie mich kennen. Verknüpfen Sie Ihre Kundendaten mit allen Interaktionen, unabhängig vom Kanal und Zeitpunkt, um vollständige Ansichten Ihrer Kunden zu erhalten. Nutzen Sie diese Informationen dann, um Erfahrungen zu personalisieren. Bieten Sie Kunden bessere Interaktionen und gezielte Angebote, die Vertrauen und Loyalität stärken.

ORCHESTRIEREN SIE REIBUNGSLOSE JOURNEYS

Die richtigen digitalen Tools und Infrastrukturen unterstützen Sie bei der Vernetzung von Daten und Workflows. Mit von künstlicher Intelligenz (KI) unterstützten Orchestrierungsfunktionen können Sie diese Vernetzungen nutzen, um Ihre Kunden besser zu verstehen, ihre Bedürfnisse vorherzusehen und ihnen konsistente Journeys anzubieten, für die sie zu Stammkunden werden.



STRATEGIE 2: EFFIZIENZSTEIGERUNG OHNE CX-EINBUßEN

Konzentrieren Sie sich nicht nur auf Kosteneinsparungen. Nutzen Sie Technologie, um effizienter zu arbeiten und sich auf die Dinge zu konzentrieren, die sich finanziell wirklich lohnen.

BIETEN SIE REIBUNGSLOSE CX

Denken Sie bei der Effizienzsteigerung auch an Ihre Kunden. Flüssigere Abläufe steigern die Kundenzufriedenheit und senken die Kosten. Effektive Self-Service-Optionen, kürzere Wartezeiten sowie eine schnellere Problemlösung sind effizienter für Ihr Unternehmen und bieten Kunden bessere Erfahrungen.

VERBESSERN SIE DIE MITARBEITERERFAHRUNG

Statten Sie Ihr Team mit den richtigen Tools und Informationen aus, damit sie effizient arbeiten können. Eine zentrale Plattform, die Kundendaten sowie relevante informative Artikel anzeigt und Mitarbeitern im Contact Center die Möglichkeit gibt, Interaktionen kanalübergreifend zu verwalten, sorgt dafür, dass ihnen vor, während und nach jeder Interaktion die nötigen Informationen zur Verfügung stehen.

VEREINFACHEN SIE DIE SYSTEMADMINISTRATION

Die Verwaltung Ihrer CX-Technologie sollte oberste Priorität haben, aber nicht den größten Teil der Zeit Ihres IT-Team beanspruchen. Mit einer modernen Cloud-Plattform entfällt das Management eines schwerfälligen Systems, das einen Großteil Ihrer Ressourcen verschlingen könnte. Stattdessen kann Ihr Team schnell auf neue Anforderungen eingehen, ohne dabei bestehende Vorgänge aufs Spiel zu setzen.

STRATEGIE 3: BINDEN SIE GUTE MITARBEITER

Fluktuation ist teuer, aber nicht unvermeidbar. Binden Sie Ihre CX-Talente, um die Leistungsfähigkeit Ihres ganzen Teams zu verbessern.

UNTERSTÜTZEN SIE IHR CX-TEAM

Sie können die Leistung Ihres Teams jedoch nicht im Alleingang steigern. Dazu müssen alle Mitarbeiter an einem Strang ziehen und den nötigen Rückhalt haben. Technologie zur Mitarbeiterbindung kann Ihnen dabei helfen, die Stärken jedes Mitarbeiters zu identifizieren. Mit diesem Wissen und KI-gestützten Vorhersagen können Sie jeder Warteschlange den richtigen Expertisemix zuweisen – und günstige Voraussetzungen für den Erfolg jedes Teammitglieds schaffen.

BIETEN SIE SUPPORT IN ECHTZEIT

Geben Sie Ihrem Team die nötige Unterstützung, um souverän eine großartige CX zu bieten. Mithilfe von Konversationsanalysen, einer vernetzten Wissensdatenbank sowie integrierten Datensystemen können Sie relevante Informationen automatisch identifizieren und Schritte zur Problemlösung einleiten. Mit Support in Echtzeit können Mitarbeiter erfolgreicher und zufriedener arbeiten.

PERSONALISIEREN SIE DIE WEITERBILDUNG

Keine zwei Mitarbeiter sind identisch, weswegen eine personalisierte Entwicklung von Fähigkeiten außerordentlich wichtig ist. Nutzen Sie Sprach- und Text- sowie Stimmungsanalyse, um die Anforderungen jedes Mitarbeiters bezüglich der Weiterbildung zu bestimmen. Dann sollten Sie zielgerichtete Coaching-Sitzungen anbieten, denn zweckdienliche Weiterbildungsmöglichkeiten sprechen Mitarbeiter an und binden sie an Ihr Unternehmen.



STRATEGIE 4: BAUEN SIE LANGFRISTIGE RESILIENZ IN IHREN TECHNOLOGIESTACK EIN



Um die Herausforderungen von heute – und morgen – zu meistern, muss man flexibel sein. Optimieren Sie Ihren Technologiestack für größere Skalierbarkeit, Flexibilität und schnelle Innovationen.

FINDEN SIE IHREN INNOVATIONSPARTNER

Lassen Sie sich weder von veralteter Technologie noch von einem überholten CX-Lösungsanbieter zurückhalten. Um Ihre Innovationskraft ordentlich anzukurbeln, sollten Sie sich für einen CX-Plattformpartner entscheiden, der heute schon die Technologie von morgen herstellt. Mit dem richtigen Partner können Sie sich von Ihren Mitbewerbern abheben und der Zukunft gut vorbereitet entgegen blicken.

BAUEN SIE EIN AGILES ÖKOLOGISCHES SYSTEM AUF

Um mit der Unbeständigkeit der heutigen Zeit mitzuhalten, bedarf es mehr als nur einer modernen Cloud-Plattform. Sie benötigen ein Set an Bausteinen, das Sie in Echtzeit immer wieder für neue Innovationen zusammensetzen können, um Ihr Unternehmen vom Wettbewerb abzuheben und neuen Anforderungen gerecht zu werden. Mit einem solchen, beliebig kombinierbaren System sind Sie flexibel und reaktionsschnell genug, um auch in Zeiten rascher Veränderungen die Nase vorn zu behalten.

KOLLABORATION IST DAS A UND O

Mit einem einfach zu verwaltenden, kombinierbaren Ökosystem gewinnen Ihre IT- und Entwicklerteams mehr Zeit, um Ihren Kunden und Ihrem Unternehmen schnellen und nachhaltigen Wert zu liefern. Und mit Tools, die keinen oder nur wenig Programmieraufwand erfordern, versetzen Sie die Benutzer in Ihren Geschäftsbereichen in die Lage, mit Ihren technischen Teams zusammenzuarbeiten, um Innovationen noch schneller zu nutzen und sich Wettbewerbsvorteile zu erarbeiten.

Es ist nicht leicht, sich in unbeständigen Zeiten zu behaupten, doch mit den richtigen Strategien und Technologien kann es gelingen.



Recherchieren Sie die Technologie, mit der Sie Ihre CX rezessionsfest gestalten können.

Erfahren Sie mehr über **Genesys Cloud CX™**



Sie möchten wissen, was eine resiliente CX Ihnen nützen würde?

Vereinbaren Sie eine **persönliche Demo**

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 in allen Kanälen zu vertiefen und gleichzeitig die Produktivität und die Interaktionen der Mitarbeiter zu verbessern. Durch die Transformation von Backoffice-Technologien zu innovativen Mitteln zur 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.

© 2023 Genesys. Alle Rechte vorbehalten. 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.