

Zufriedene
Kunden,
mehr
Umsatz.



Überzeugende Kundenerlebnisse durch agilen Service.



Das Kundenerlebnis ist nicht mehr das, was es einmal war

Es ist kein Geheimnis, wie wichtig Agilität im Geschäftsalltag ist. Technologie, Konnektivität und Mobilität setzen sich immer mehr durch. Sicher mussten auch Sie schon oft vollkommen umdenken – von Logistik und Betrieb bis hin zur Lohn- und Gehaltsabrechnung. Gleiches gilt für Ihre Kunden. Auch Kundenbeziehungen wollen gepflegt werden, denn sie sind ebenso dynamisch wie das, was intern geschieht.

Die Technologie von heute gibt Kunden immer mehr Optionen und damit immer mehr Möglichkeiten, sich bemerkbar zu machen. Beim Kundenerlebnis geht es schon längst nicht mehr nur um Transaktionen, sondern um Beziehungen. In jeder Interaktion steckt die Chance, eine langfristige Beziehung zu schaffen, die für zufriedene Kunden sorgt.

Und wenn Ihre Kunden zufrieden sind, freut sich Ihr Umsatz.

Es ist jedoch schwer, Kunden langfristig zufriedenzustellen, wenn Sie nicht schnell auf ihre Bedürfnisse eingehen und ihre Fragen beantworten können – oder wenn Sie sie dazu zwingen, länger als erwartet auf Hilfe zu warten oder Informationen, die sie Ihnen bereits gegeben haben, ständig zu wiederholen. Um mit Kunden in Echtzeit interagieren zu können, brauchen Sie agile Tools, die es Ihren Agenten ermöglichen, überzeugenden Kundenservice zu bieten, der gute Beziehungen fördert und sich positiv auf Ihren Umsatz auswirkt.

In diesem E-Book erfahren Sie, wie Kundenserviceorganisationen in dieser neuen Landschaft nicht nur überleben, sondern sogar florieren können.



Es basiert auf umfassenden Untersuchungen und detaillierten Interviews mit Unternehmen, die agile Kundenservicelösungen implementiert haben. Die Forschungsergebnisse wurden zusammengestellt von Constellation Research, einer Forschungs- und Beratungsfirma, die Organisationen hilft, die Herausforderungen der disruptiven digitalen Landschaft von heute zu meistern.

Herkömmliche Lösungen können nicht mithalten

Organisationen können unmöglich agil sein, wenn sie komplizierte Systeme, Infrastrukturen und Technologien verwenden, die zur Durchführung von Updates oder Änderungen von der IT-Abteilung oder Entwicklern abhängen. Kundenserviceorganisationen von heute müssen in der Lage sein, ihre Tools ohne Betriebsunterbrechung zu aktualisieren.

Herkömmliche Kundenservice-lösungen haben oft mit folgenden Problemen zu kämpfen:

- Langsame Implementierung
- Starke Abhängigkeit von IT
- Niedrige Agentenproduktivität
- Viele Kundenbeschwerden
- Kaum leistungsstarke Reporting-Tools

Komplizierte und schlecht ausgelegte Kundenservice-lösungen führen zu unzufriedenen Kunden und anderen Beeinträchtigungen Ihres Geschäfts.

- Niedrige Erstlösungsquote (FCR)
- Hohe durchschnittliche Bearbeitungszeit (AHT)
- Unzureichende Self-Service-Optionen
- Personalverlust
- Entgangene Gewinnchancen

Aber es muss nicht so sein!

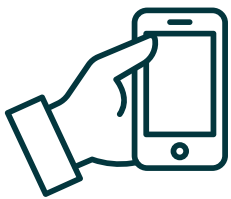
Eine durchdachte, agile Kundenservice-lösung macht es leicht, Kunden zu helfen, Betriebskosten zu senken und den Umsatz zu steigern.

1

Agile Unternehmen sparen Geld

Agiler Kundenservice macht Ihren Kunden und Ihrem Team das Leben leichter. Im Klartex heißt das: weniger Pannen, weniger Störungen und weniger Vorfälle. Wenn Ihre Systeme optimal laufen, wird der Kundenservice kosteneffizienter.

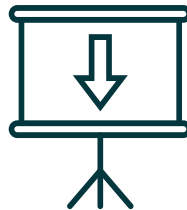
Vorteile von agilem Kundenservice:



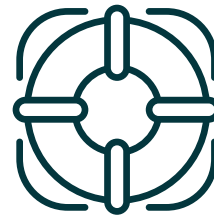
Höhere
Erstlösungsquote.



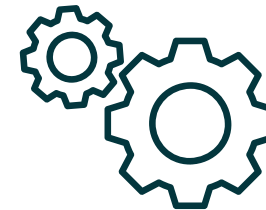
Höhere Agenten-
produktivität.



Weniger
aufwendige
Schulungen.



Möglichkeit zur
Selbsthilfe für Kunden.



Bessere Prozesse und
keine Redundanzen
mehr.



Optimale Nutzung von
Kundenfeedback.

Höhere Erstlösungs- quote



Eine Möglichkeit zum Reduzieren Ihrer Contact-Center-Kosten besteht darin, Ihre Erstlösungsquote (First Contact Resolution, FCR) zu erhöhen. Da Agenten weniger wiederholte Anrufe beantworten müssen, können sie sich auf das konzentrieren, was wichtig ist.

Vorschlag zur Umsetzung:

Ein schlechtes Ticketsystem bei einem Mobilfunkanbieter erschwerte das Aufgabenmanagement. Nach Einführung einer Lösung für agilen Kundenservice ergaben sich ein kleinerer Ticketrückstand und schnellere Lösungszeiten.



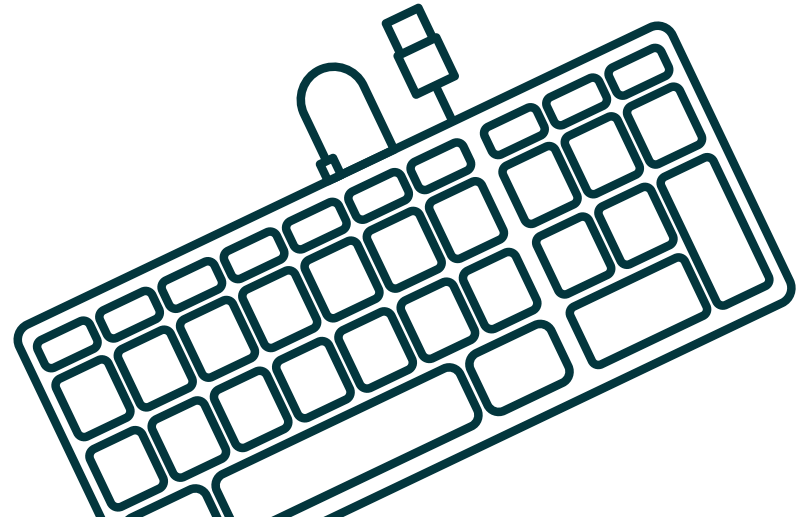
Verkürzung der Zeit bis zum Erstkontakt mit dem Kunden um 90 %.



Antwortzeit verkürzt von 35–40 Stunden auf 1–2 Stunden pro Ticket.



Höhere Agenten- produktivität



Die Gehälter Ihrer Supportagenten sind laufende Kosten, die durchaus ins Gewicht fallen. Agiler Kundenservice führt zu einer kürzeren durchschnittlichen Bearbeitungszeit (Average Handle Time, AHT) und erhöht die Effizienz Ihrer Agenten.

Vorschlag zur Umsetzung:

Positive Auswirkungen nach Einführung einer Lösung für agilen Kundenservice bei einer Online-Zahlungsplattform:



98 % aller Tickets beim ersten Kontakt erledigt.



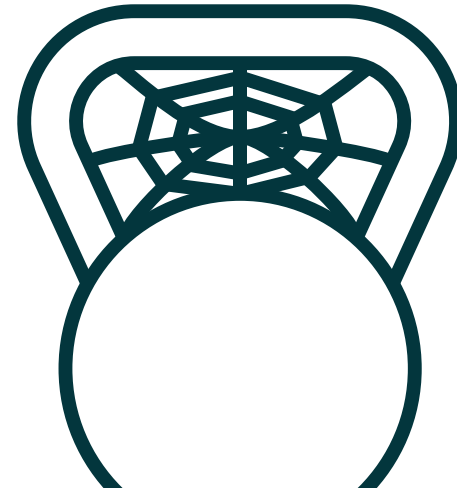
Durchschnittliche Lösungszeit um 3 Stunden verkürzt.



Kundenzufriedenheit um 90 % erhöht.



Schulungs- aufwand senken



Da Kundenservice oft reaktiv ist, lässt sich nur schwer abschätzen, was Agenten wirklich brauchen. Eine Lösung für agilen Kundenservice minimiert den Aufwand für Onboarding und Schulung neuer Agenten.

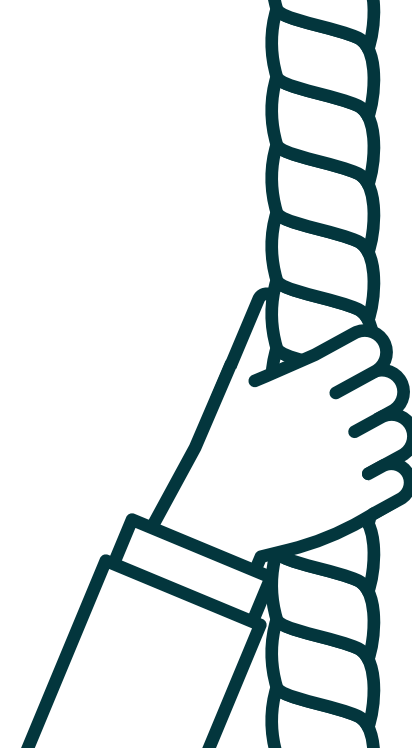
Vorschlag zur Umsetzung:

2010 kam es bei einem Online-Publisher mit 20 Millionen Lesern zur einer Datenpanne. Plötzlich konnten keine finanziellen Transaktionen mehr verarbeitet werden, und eine eine wahre Flut von Anfragen ging ein.

Dank einer agilen Lösung mit intuitiver Oberfläche und automatisierten Antworten konnte das Unternehmen mithilfe von 20 neu eingestellten Mitarbeitern innerhalb von 4 Tagen 4.000 Supportanfragen verarbeiten. Heute besteht das permanente Team aus drei Agenten, und auch in Zukunft dürften Pannen dieser Art durch effizientes Scale-up problemlos bewältigt werden können.



Kunden Möglichkeit zur Selbsthilfe geben



Wenn Sie eine herkömmliche Kundenservicelösung verwenden, müssen Ihre Agenten wahrscheinlich wahre Berge von E-Mails bearbeiten. Wenn Kunden die Möglichkeit haben, gängige Probleme selbst zu lösen, ist das Risiko niedriger, dass es bei Ihren Agenten zum Burnout kommt.

Supportalternativen ohne Agenten:

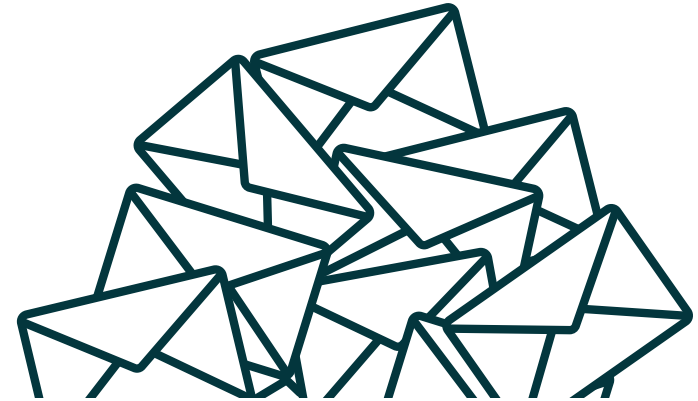
- **Call Deflection**
- **Self-Service**
- **Effiziente Wissensdatenbank**
- **FAQ**

Vorschlag zur Umsetzung:

Das Kundenserviceteam bei einem Online-Marktplatz hatte mit Bergen von E-Mails zu kämpfen. Durch Einführung einer Self-Service-Option und Verfolgen und Optimieren der Wissensdatenbanksuchen ließ sich die Effizienz stark verbessern. Das E-Mail-Volumen ging in der Folge um **72 % zurück**.



Prozesse verbessern und Redundanzen eliminieren



Von einem reaktiven Standpunkt aus sind Kundenserviceleistungen hilfreich. Mit einer Lösung, die nicht nur optimalen Kundenservice ermöglicht, sondern auch Business-Intelligence-Daten liefert, können Sie Probleme aber von vornherein verhindern und noch gezielter agieren.

Vorschlag zur Umsetzung:

Eine Display-Advertising-Firma mit über 10.000 Kunden in 100 Ländern entschloss sich zu einer proaktiveren Nutzung ihrer Kundenserviceleistungen, um Kundenanfragen in konkrete Erkenntnisse umzusetzen.

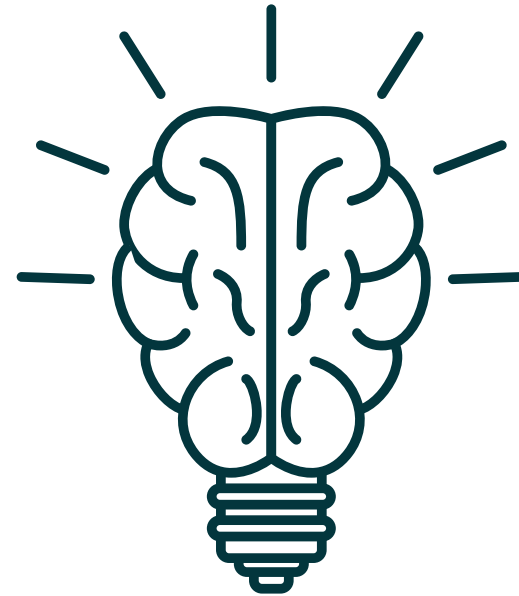
Dank Integration der Kundenserviceanfragen in CRM- und ERP-Anwendungen können jetzt Mitarbeiter in den unterschiedlichsten Rollen Kundeninformationen austauschen. Das Team verwendet die Daten nach wie vor proaktiv, um zu identifizieren, wie Produkte verbessert werden können und wie man Kunden helfen kann, das Angebot des Unternehmens optimal zu nutzen.

„Ich brauchte eine Lösung, mit der wir unseren Service skalieren, Probleme schneller lösen und gleichzeitig wichtige Erkenntnisse gewinnen konnten.“

–Leiter für Kundenservice



Kunden- feedback optimal nutzen



Kunden werden zu treuen Markenbotschaftern, solange sie sich gut behandelt fühlen – ganz besonders, wenn sie Feedback abgeben.

Vorschlag zur Umsetzung:

Ein Anbieter von Online-Softwareschulungen priorisiert das Customer Engagement ab dem Moment, an dem die Interaktion zwischen Kunde und Supportagent beginnt. Die Firma nimmt das Feedback ernst und sorgt dafür, dass der Kunde genau das erhält, was er braucht.

Mit einer Lösung für agilen Kundenservice können Agenten um 50 % effektiver und effizienter arbeiten als mit einem anderen Produkt.

Weitere Vorteile der agilen Lösung:



Um 15–20 % weniger Kundenanfragen.



Anstieg der Kundenzufriedenheit um mehr als 5 %.



Niedrigere Kosten pro Interaktion.



Höhere FCR-Raten.



2

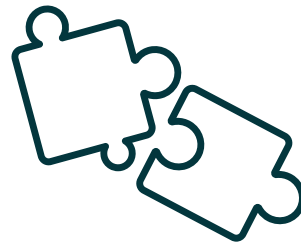
Agil handeln, Umsatz steigern

Kundenservice erhält oft nicht den Respekt, der ihm gebührt, sondern wird einfach als Kostenstelle betrachtet. Aber im Zusammenspiel zwischen Kunden, Agenten und automatischen Funktionen kann der Kundenservice sehr wohl zum Umsatz beitragen.

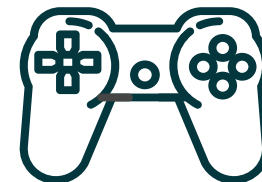
Agiler Kundenservice steigert den Umsatz durch:



Ausbau eines bewährten Service.

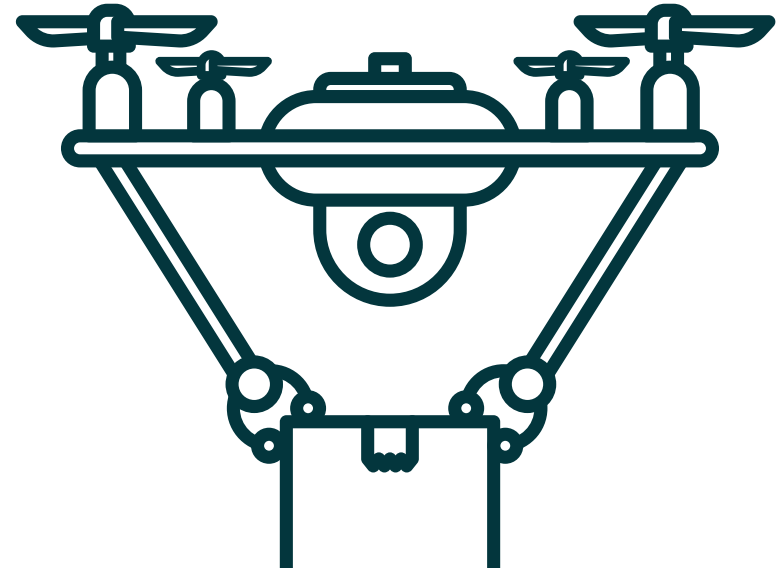


Optimierung der Zusammenarbeit zwischen Abteilungen.



Steigerung der Kundenzufriedenheit.

Bewährten Service ausbauen



Es ist kein Geheimnis: Guter Kundenservice führt zu zufriedeneren Kunden. Mit einer agilen Lösung können Sie das Agentenverhalten überwachen, um herauszufinden, warum Kunden sich zum Kauf entschließen.

Vorschlag zur Umsetzung:

Nach Umstieg auf eine Lösung für agilen Kundenservice wollte ein Online-Marktplatz ermitteln, wie sich eine Steigerung der Erstlösungsquote (FRC) auf den Umsatz auswirkte.

Man fand heraus, dass die Conversion-Rate bei Kunden, die eine Online-Interaktion mit Stylisten hatten, um 20 % höher lag als bei Kunden ohne Interaktion. Und Kunden, die Stylisten zu Rate zogen, kauften mehr und äußerten sich in anschließenden Umfragen positiv zu ihrem Kundenbetreuungserlebnis.

„Wir, die Kundenbetreuer, fristeten jahrelang unser Dasein als stille Helden, denn das Hauptziel war, den Kunden zufriedenzustellen. Wir wurden oft als unwichtig abgetan. Aber mit agilen Kundenservicelösungen erkennt man in der Chefetage jetzt genau, wie viel wir tatsächlich zum Umsatz beitragen. Es stellt sich heraus, dass es nicht nur für den Kundenservice gut ist, wenn wir Kunden mit vollem Engagement betreuen, sondern für das gesamte Unternehmen.“

– Leiter für Kundenservice



Zusammenarbeit zwischen Abteilungen optimieren



Mit einer Lösung für agilen Kundenservice lässt sich das Anrufvolumen reduzieren und die Produktivität steigern. Aber das ist längst nicht alles. Eine solche Lösung kann auch andere Abteilungen mit Informationen versorgen, damit diese die Kundenzufriedenheit steigern und Umsatzchancen nutzen können.

Vorschlag zur Umsetzung:

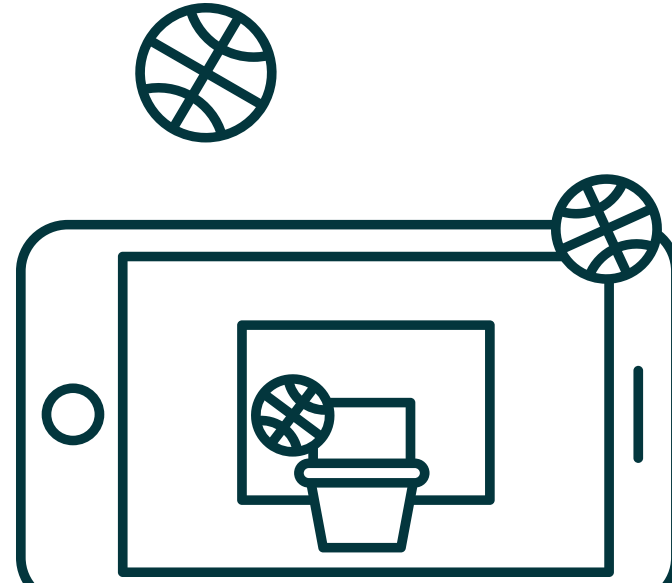
Eine B2B-Firma, deren Kunden oft lange Kaufzyklen haben, konnte durch eine Lösung für agilen Kundenservice ineffiziente Prozesse erkennen und das Cross- und Upselling verbessern.

Durch Implementieren der Lösung in allen Abteilungen ergaben sich für das Unternehmen folgende Vorteile:

- **Gezielteres Messaging in Marketingkampagnen.**
- **Mehr Neukunden.**
- **Aussagekräftigere Marktanalysen.**
- **Bessere Social-CRM-Daten für besseres Targeting.**
- **Effizientere Büroabläufe.**
- **Mehr Leads und höhere Conversion-Raten.**
- **Höhere Brand Equity und besserer Ruf.**
- **Weniger Pay-per-Click.**



Kunden- zufriedenheit steigern



Jedes Mal, wenn ein Kunden Ihr Spiel oder Ihre App verlässt, um Hilfe anzufordern, verlieren Sie eine Umsatzchance. Agiler Kundenservice bietet Support direkt im Kontext, damit Kunden bleiben, wo sie sind.

Vorschlag zur Umsetzung:

Ein Anbieter von Online-Sportspielen entwickelte eine App für agilen Kundenservice unter Einbeziehung der Abteilungen Kundenservice, Marketing und Kundenakquise. Über diese benutzerfreundliche App, die leicht zu testen und zu aktualisieren ist, können VIP-Kunden direkt vom Spiel aus mit dem Kundenservice chatten.

Positive Resultate:



Mehr Kundenzufriedenheit.



Weniger Kundenservicetickets.



Höhere Erstlösungsquote (FCR).



Weniger E-Mails.



Erste Schritte

Agilität ist nicht nur für andere Bereiche im Unternehmen sinnvoll, sondern auch für den Kundenservice. Sind Sie bereit, den ersten Schritt zu tun? Hier sind einige Tipps, die Sie beachten sollten.

Überprüfen Sie alle relevanten Daten (Kosten, Statistiken, Status).

Wie hoch sind die Betriebskosten Ihres Kundenservice? Was ist Ihre aktuelle Erstlösungsquote (FCR) und durchschnittliche Bearbeitungszeit (AHT)? Welche Möglichkeiten bietet Ihre aktuelle Kundenservicelösung, den Umsatz zu steigern, das Marketing zu verbessern und die Kundeninteraktion zu optimieren? Wo besteht Verbesserungsbedarf?

Identifizieren Sie genau, wonach Sie suchen müssen, ehe Sie Ihre Suche beginnen.

Dokumentieren Sie Ihre Anforderungen, damit Sie wissen, was Sie von einer agilen Kundenservicelösung verlangen, beschreiben Sie die Probleme, die Sie mit dieser Software lösen wollen, und fordern Sie dann weitere Informationen oder ein Angebot an.

Machen Sie agilen Kundenservice zu einem festen Teil Ihres Geschäftsplans.

Erstellen Sie einen Business Case und ein ROI-Modell, um den Wert des Umstiegs auf eine agile Kundenservicelösung zu belegen. Wenn Sie Anbieter befragen, achten Sie darauf, dass Sie genau verstehen, wie deren Software Ihre Geschäftsprobleme lösen kann.