

Bessere Kundenerlebnisse durch Omnichannel-Support



Mehr Austausch führt zu besseren Beziehungen. Das trifft auf das Leben genauso zu wie auf den Kundenservice.

Es ist ganz einfach, mit Freunden eine Unterhaltung auf Facebook oder in Person zu beginnen. Im Kundenservice sieht das jedoch etwas anders aus. Multiplizieren Sie die Anzahl der Kunden mit der Anzahl verfügbarer Kommunikationskanäle und der Leichtigkeit, mit der Kunden auf ihren Mobilgeräten kommunizieren können, und plötzlich haben Sie alle Hände voll zu tun.

Ohne eine sinnvolle Omnichannel-Strategie und -Lösung landen Kundenkonversationen in voneinander abgeschotteten Tools oder Systemen, und das Kundenerlebnis leidet. Heutzutage reicht es nicht, Kunden einfach nur zu antworten. Sie müssen auch verfolgen, wann und wo Kunden Sie kontaktieren, und jede Konversation muss nahtlos dort anknüpfen, wo die vorherige geendet hat.

Was macht guten Service aus?

Die digitale Wirtschaft und die rasche Akzeptanz neuer Technologien haben das Kundenerlebnis von Grund auf verändert. Verbraucher geben nach wie vor viel auf Reviews, aber diese stammen oft von darauf spezialisierten Websites und von unbekannten Leuten. Außerdem interagieren Verbraucher mit Unternehmen nicht nur vor dem Kauf – um Fragen zu stellen, bevor sie eine Entscheidung treffen –, sondern auch danach.

Informationen gibt es in Hülle und Fülle, und das führt zu fundierteren Entscheidungen als je zuvor. Das ist natürlich gut, aber die Unmenge von Verbraucherfragen nimmt immer mehr Ressourcen innerhalb eines Unternehmens in Anspruch. Je besser ein Unternehmen die Anforderungen seiner Kunden erfüllen kann, desto höher werden die Erwartungen. Im Endeffekt sind es die Verbraucher, die mit ihren steigenden Ansprüchen Unternehmen dazu bringen, besseren Kundenservice zu bieten.

Eine Untersuchung von Loudhouse, die im [Bericht zum Multichannel-Kundenservice 2017](#) veröffentlicht wurde, zeigt, wie stark sich die Erwartungen von Verbrauchern in den vergangenen drei Jahren gewandelt haben. Verbraucher erwarten von Kundenserviceinteraktionen mehr denn je und verlangen in jedem einzelnen Kanal immer kürzere Lösungszeiten.

Zendesk-Bericht zum Kundenservice 2017

■ 2013 ■ 2016

Antwort

E-Mail: innerhalb von 12 Stunden



Telefon: sofortige Antwort



Social Media: innerhalb von 2 Stunden



Lösung

E-Mail: innerhalb von 12 Stunden



Telefon: sofortige Antwort



Social Media: innerhalb von 2 Stunden



61 Prozent aller Befragten zeigten sich weniger geduldig mit dem Kundenservice als noch vor fünf Jahren – ein Trend, der zu niedrigeren Zufriedenheitsraten und abnehmender Kundentreue führen kann. Der bewusste Verbraucher von heute erwartet schnelle, einfache und individuelle Hilfe.

61 % sind weniger geduldig mit dem Kundenservice als noch vor fünf Jahren

Helfen Sie Ihrem Team, Kundenerwartungen zu erfüllen

Es ist durchaus möglich, Kunden zu geben, was sie wollen. Hierfür brauchen Sie allerdings ein Interaktionsmodell, mit dem Sie mit den sich laufend ändernden Anforderungen, Vorlieben und Erwartungen Ihrer Kunden Schritt halten können. Außerdem brauchen Sie eine Lösung, die Ihnen mehr bietet. Ein Ticket zu lösen ist gut. Die Problemursache zu erkennen ist besser. Bei hervorragendem Service geht es sich nicht nur darum, ein Problem zu beheben, sondern vielmehr darum, den Kunden kennenzulernen.

Überlassen Sie ihm deshalb die Wahl, wie und wann er mit Ihrem Unternehmen interagieren möchte. Der eine greift am liebsten zum Telefon, der andere bevorzugt Self-Service – im Endeffekt haben Kunden einfach gerne verschiedene Optionen zur Auswahl. Loudhouse fand heraus, dass innerhalb von sechs Monaten 62 Prozent aller Kunden mehrere Kanäle nutzten, wenn sie einen Kauf tätigten.

Unternehmen jeder Größenordnung können Verbrauchererwartungen erfüllen, wenn sie in allen Kanälen nahtlosen Service bieten oder je nach Unternehmensgröße strategisch Kanäle zu- und abschalten. Eine Omnichannel-Lösung verbindet alle Kanäle, sodass Agenten bei der Betreuung von Kunden Zugriff auf alle bisherigen Interaktionen und damit den erforderlichen Kontext haben. All das führt zu besserem Support.

Kunden wiederholen sich nicht gerne

Hervorragender Service zeichnet sich dadurch aus, dass Kunden schnell und einfach Hilfe in Anspruch nehmen können. Für viele Unternehmen, die Multichannel-Support bieten, ist genau das der springende Punkt. Wenn Kanäle von unterschiedlichen Agenten betreut werden, die unterschiedliche Systeme verwenden, müssen Kunden ihr Anliegen und alle bereits durchgeführten Schritte jedem einzelnen Agenten aufs Neue erzählen.

Das war lange Zeit der Fall, ist inzwischen aber nicht mehr der Status quo. Eine Studie von Forrester im [Consumer Technographics North American Retail And Travel Customer Life Cycle Survey, Q1 2016 \(US\)](#) ergab, dass 63 Prozent flexibel zwischen Kundenservicekanälen wechseln möchten, ohne ihr Anliegen wiederholen zu müssen.

Das ist durchaus sinnvoll. Eine Lösung, die gleichzeitige Konversationen über mehrere von einer zentralen Stelle erreichbare Kanäle ermöglicht, gibt Ihren Agenten den benötigten Kontext, um ein Kundenproblem zu lösen, ohne dass der Kunde alles noch einmal von vorne erzählen muss. Dadurch wird viel Zeit gespart, was sowohl Agenten als auch Ihrem Unternehmen zugute kommt.

63 % der Befragten möchten zwischen Kundenservicekanälen wechseln, ohne ihr Anliegen wiederholen zu müssen.

Miteinander verknüpfte Kanäle führen zu besseren Einsichten

Der Produktivitätsgewinn geht weit über die Abschaffung ständiger Wiederholungen hinaus. Mit einer Omnichannel-Strategie und -Lösung können Unternehmen Kunden dort begegnen, wo sie sich gerade aufhalten – und aus jeder Interaktion wertvolle Schlüsse ziehen.

Kunden beginnen eine Interaktion meist in dem Kanal, der für sie am praktischsten ist. Vielleicht fangen sie mit Self-Service an, indem sie im Help Center nach einer Antwort suchen. Von dort aus leiten sie dann möglicherweise einen Chat ein. Glücklicherweise weiß der Agent, der den Chat betreut, genau, welche Beiträge der Kunde bereits gesehen hat, und bietet daher nicht die gleichen Beiträge noch einmal an. Wenn Agenten eine zentrale Quelle für Kundeninformationen haben, sind sie in der Lage, Entscheidungen basierend auf Daten zu treffen – und nicht auf Intuition.

Analog dazu müssen Sie einen Kunden nicht nach Details zu seinem Gerät, der verwendeten Version usw. fragen, wenn der Support in Ihre App eingebettet ist. Agenten kommen einem Problem so schneller auf den Grund und können außerdem sehen, wie aller Wahrscheinlichkeit nach die Zufriedenheit des Kunden mit der Interaktion aussehen wird. Dann können sie noch während der Interaktion gezielte Schritte einleiten, um einen positiven Ausgang zu gewährleisten.

Die Omnichannel-Lösung von Zendesk

Kunden haben unterschiedliche Anforderungen und Vorlieben. Manche verwenden immer denselben Kanal. Andere wählen den Kanal je nach Lust und Laune. Die Omnichannel-Lösung von Zendesk bietet die erforderliche

Flexibilität, Kundenpräferenzen zu erfüllen und gleich von Anfang an Omnichannel-Support bereitzustellen, sodass später nicht das komplette Interaktionsmodell umgekrempelt werden muss.

Kunde

Was der Kunde will

Wie Zendesk helfen kann

„Ich brauche Hilfe, aber es ist nichts Dringendes.“

Eine Antwort in einem vernünftigen Zeitrahmen – entweder ist das Kundenanliegen nicht dringend oder der Kunde hat gerade keine Zeit, sich länger zu unterhalten.

„Ich mache mich selbst auf die Suche. Ich finde bestimmt eine Antwort.“

Schnelle und einfache Interaktion – der Kunde erwartet, dass Ihre Website Antworten auf häufig gestellte Fragen (FAQ) liefert und dass seine Frage dort beantwortet wird.

„Ich habe nur schnell mal eine Frage.“

Oder:

„Ich bin gerade etwas in Eile und brauche sofort Hilfe.“

Zeitnahe Hilfe – der Kunde weiß, dass der Agent am anderen Ende für ihn da ist. Der Kunde weiß aber nicht, dass es dem Agenten bekannt ist, wie lange er sich schon auf der Website aufgehalten oder welche Seiten bzw. Hilfebeiträge er bereits gelesen hat.

„Ich möchte gerne mit jemandem sprechen.“

Verbindung zu einem anderen Menschen – entweder ist das Kundenanliegen nicht so dringend oder komplex oder der Kunde will einfach lieber mit einer Person sprechen.

support

Zendesk Support ist das Drehkreuz, in dem alle anderen Produkte zusammenlaufen. Mit Zendesk Support können Sie schnell auf E-Mails oder über Webformulare erstellte Tickets antworten und diese Tickets verfolgen, priorisieren und lösen.

guide

Zendesk Guide ist eine Weiterentwicklung der Wissensdatenbank. Mit Guide können Sie ein leistungsstarkes, anpassbares Help Center erstellen und Agenten die Werkzeuge an die Hand geben, um Ticketinhalte in Beiträge zu verwandeln oder Beiträge mit Tickets zu verlinken. Der Answer Bot schlägt Kunden sogar relevante Beiträge vor, ohne dass ein Eingreifen durch einen Agent nötig ist.

chat

Zendesk Chat verbindet Kunden mit Agenten und bietet gleichzeitig Einsichten in die Customer Journey, die bereits vor Beginn des Chats stattgefunden hat. Um die Anzahl von Chats so niedrig wie möglich zu halten, schlägt das Zendesk Web Widget zunächst Hilfebeiträge basierend auf den vom Kunden eingegebenen Suchkriterien vor und lädt den Kunden erst dann zu einem Chat ein. Es ist relativ wahrscheinlich, dass der Kunde, der vorher zu bequem war, das Help Center zu durchsuchen, in den vom Chat-Widget vorgeschlagenen Beiträgen das findet, was er braucht.

talk

Zendesk Talk hilft Ihnen, mühelos persönlichen Support bereitzustellen. Sie brauchen nur ein Headset und eine Internetverbindung. Talk bietet alle Funktionen, die für ein Contact Center erforderlich sind, und ist dabei extrem benutzerfreundlich.

Was Sie mit Zendesk tun können

Gemeinsam helfen Ihnen die Produkte, die Teil der Omnichannel-Lösung von Zendesk sind, Ihre Geschäftsziele auf unterschiedliche Weise zu erreichen. Zendesk-Produkte sind sofort einsatzbereit und können wie benötigt konfiguriert werden.

Mit einer Omnichannel-Lösung von Zendesk kann Ihr Supportteam von Anfang an hervorragenden Kundenservice bieten.

- **Der Anfang einer wunderbaren Beziehung:** Es muss weder kompliziert noch teuer sein, ein Customer-Engagement-Modell mit integrierten Kanälen zu realisieren. Mit Produkten, die für die nahtlose Zusammenarbeit konzipiert sind, haben Sie von Anfang an ein besseres Verständnis der Vorgeschichte und Erfahrung eines Kunden mit Ihrem Unternehmen. Alle kanalübergreifenden Interaktionen münden in Zendesk. Sie können dieses nahtlose Supporterlebnis in Ihre Website und mobile App integrieren, damit Ihre Kunden immer mit nur einigen wenigen Klicks Hilfe in Anspruch nehmen können.
- **Sämtliche Kanäle operationalisieren:** Die [Zendesk Developer Plattform](#) bietet grenzenlose Möglichkeiten. Mit den offenen [APIs](#), dem [App Framework](#) und dem [Channel Framework](#) können Sie leistungsstarke Integrationen entwickeln und so die Kundenkommunikation aus internen, proprietären und externen Tools, aus Bewertungs- und Review-Websites wie Yelp und eKomi oder aus anderen gängigen Social-Media-Sites unter einen Hut bringen. Außerdem können Sie Zendesk mit Tools von Drittanbietern erweitern. Im [Zendesk Apps Marketplace](#) stehen Hunderte solcher Apps zur Verfügung. Machen Sie sich mit diesem dynamischen Ökosystem vertraut!

- **Daten in praktisch umsetzbare Einsichten verwandeln:** Kontinuierliche Konversationen über mehrere Kanäle hinweg liefern nicht nur ein Gesamtbild, sondern auch Details zur Kundeninteraktion. Zendesk erfasst aus jeder Interaktion relevante Informationen, zum Beispiel wo sich der Kunde auf Ihrer Website aufgehalten hat, als er Sie um Hilfe bat, nach welchen Begriffen er im Help Center gesucht oder welches Gerät er verwendet hat. Mit Zendesk können Sie außerdem nach jeder Interaktion die Kundenzufriedenheit messen und mithilfe von Net Promoter Score-Umfragen (NPS) erkennen, wie sich die Markentreue im Lauf der Zeit entwickelt. Dank umfassender Kontextinformationen können Sie in Echtzeit datengestützte Geschäftsentscheidungen treffen. Und weil jede Kundeninteraktion auf der vorhergehenden aufbaut, wird es einfacher, Erwartungen abzuschätzen und zukünftige Präferenzen oder Zufriedenheitswerte zu prognostizieren.
- **Mit künstlicher Intelligenz schnell intelligente Antworten bereitstellen:** Künstliche Intelligenz ist die Zukunft. Zendesk kann Ihren Kunden die benötigten Antworten schneller geben, als ein Agent das könnte. Der in Zendesk Guide integrierte [Answer Bot](#) nutzt ein Modell für Deep Learning, das mit der Zeit immer besser wird. Der Answer Bot liefert automatisch Antworten und kümmert sich um einfache und häufig auftretende Fragen, sodass sich Ihr Team auf Fragen oder Aufgaben konzentrieren kann, die mehr Zeit, Aufwand oder den persönlichen Touch erfordern.

Ihr Team als Profitcenter

Nutzen ist gut, aber Ergebnisse sind besser. Wenn Sie in eine Omnichannel-Lösung von Zendesk investieren, sehen Sie sofort Ergebnisse und polen Ihr Unternehmen und Supportteam langfristig auf Erfolg. Eine von Zendesk in Auftrag gegebene Studie von Forrester Consulting untersuchte den potenziellen ROI der Zendesk-Produktfamilie. Das Ergebnis findet sich im Bericht [The Total Economic Impact of Zendesk](#): Der Barwert der implementierten Zendesk-Lösungen in den sieben von Forrester befragten Unternehmen belief sich insgesamt auf mehr als **3,8 Millionen Dollar**. Der Nutzen lag in mehreren Bereichen höher als die Kosten: Produktivität, Ticketvermeidung durch Self-Service, Agentenzufriedenheit und -bindung sowie Kosteneinsparungen bei Wartung und Administration.

In der Praxis hat sich gezeigt, dass Investitionen in bessere Beziehungen ein Wachstumstreiber sind. Wenn Unternehmen ihren Kunden in jedem Kanal zur Verfügung stehen und aus jeder Kundeninteraktion aussagekräftige Informationen ableiten, können Supportteams ein umfassendes Verständnis für den Kunden und seine Anliegen, Herausforderungen und Verbrauchs- oder Produktnutzungsmuster entwickeln. Auf diese Weise lässt sich die Kundenfluktuation reduzieren und das zukünftige Kaufverhalten positiv beeinflussen.

390 %

ROI

\$ 3,8 Mio.

Nutzen (Barwert)

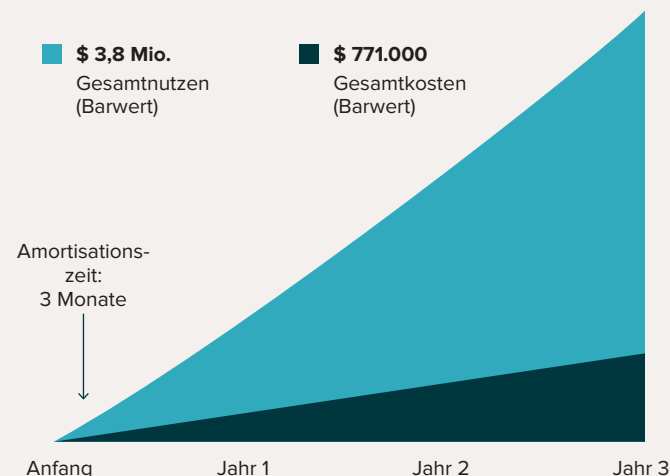
\$ 3 Mio.

Nettobarwert

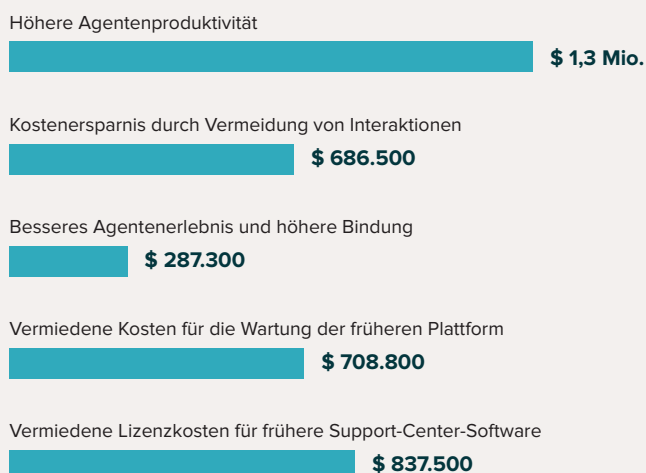
2,8 Monate

Amortisationszeit

Kostenübersicht



Nutzen (drei Jahre)



Wie unsere Kunden Zendesk nutzen



[Evernote](#) verwendet Zendesk Support, Guide und Chat, um Freemium- und Business-Kunden differenzierten Support zu bieten. Außerdem nutzt das Unternehmen Integrationen aus dem Zendesk Apps Marketplace, darunter eine Integration mit Salesforce. Mit Self-Service-Content in 30 Sprachen betreut Evernote Kunden auf der ganzen Welt und kann mit Zendesk Guide eine Ticketvermeidungsrate von 17 Prozent erzielen.



[MADE.COM](#), ein Online-Möbelhaus, bietet Multichannel-Support über Zendesk Support, Guide und Chat. Mit Light Agents (beim Enterprise-Plan verfügbar) können die globalen Teams bei MADE.COM schneller zusammenarbeiten und Informationen austauschen.



Die [O2 Arena](#) nutzt Zendesk Support, Chat und Guide, um Zehntausenden von Konzertbesuchern Hilfe zu bieten.



Um mit dem schnellen Unternehmenswachstum Schritt zu halten, setzt [Trustpilot](#) zur Unterstützung seiner Kunden auf Zendesk Support, Guide und Chat. Dadurch konnte die Kundenzufriedenheit um 20 Prozent gesteigert werden. Durch die gemeinsame Nutzung von Zendesk Guide und Chat ließ sich das E-Mail-Volumen um 55 Prozent reduzieren; Live-Chat bewirkte einen Rückgang eingehender Anrufe um 42 Prozent..

Die Zukunft ist da

Ganz gleich, welche Anforderungen Ihre Supportorganisation hat, mit der Omnichannel-Lösung von Zendesk können Sie langfristig planen.

Teams können sich über die Abarbeitung von Tickets hinaus auf Kundenbindung, Warenkorbabbrüche und Kundenzufriedenheit konzentrieren. Kunden können in dem von ihnen bevorzugten Kanal mit Ihnen interagieren und eine langfristige Beziehung zu Ihrem Unternehmen aufbauen.

Daten belegen, dass Kunden mit Unternehmen zu unterschiedlichen Zeiten und in unterschiedlichen Kanälen interagieren. Manchmal wechseln sie sogar mitten in einer Interaktion den Kanal. Mit der Omnichannel-Lösung von Zendesk kann Ihr Team Ihren Kunden auf den Fersen bleiben, ohne den Faden zu verlieren.

Ob Sie sich nun für die komplette Produktfamilie oder für bestimmte Komponenten entscheiden, Sie haben jederzeit die Flexibilität, mit Ihren Kunden mitzuwachsen, und sind immer bestens gerüstet, um ihre Anforderungen zu erfüllen – heute und morgen. Selbst wenn Sie anfangs nur einen einzigen Kanal nutzen, können Sie für die Zukunft planen, denn die Lösungen von Zendesk bieten die erforderliche Infrastruktur, damit der Kundenservice mit dem Wachstum Ihres Unternehmens Schritt halten kann.

Wir haben die richtige Lösung für Sie !
Weiterführende Informationen finden Sie unter
zendesk.de.