

# Wie Live-Chat Unternehmen und Verbrauchern hilft



# Inhalt

- 04 [Warum Kunden Live-Chat mögen](#)
- 08 [Warum Live-Chat für den Erfolg Ihres Unternehmens so wichtig ist](#)
- 12 [Umsteigen auf Live-Chat](#)
- 12 [Warum moderne Chat-Software anders ist](#)

Einkaufen, Rechnungen bezahlen, Informationen suchen, Rat einholen, Fragen beantworten: Bestimmt erledigen Sie viele dieser Aufgaben online und haben dabei auch schon das eine oder andere Mal per Live-Chat mit einem Unternehmen kommuniziert. Sie sind in guter Gesellschaft. Die Nutzung von Live-Chat hat stark zugenommen – [von 30 % im Jahr 2009 auf 52 % im Jahr 2013](#) – und der Trend setzt sich fort. [Nahezu ein Drittel aller Verbraucher erwartet, bei der Kontaktaufnahme mit einer Marke Live-Chat in Anspruch nehmen zu können](#). Darüber hinaus geben Kunden Live-Chat mit 73 % [die höchste Zufriedenheitsbewertung](#) aller Kanäle – weitaus höher als für traditionelle Plattformen wie E-Mail (61 %) oder Telefon (44 %).

Die meisten Unternehmen bieten heute Service und Support über mehrere Kanäle, darunter E-Mail, Telefon, Social Media und Live-Chat. Warum? Weil Kunden heute eine Vielzahl von Serviceoptionen erwarten und weil Unternehmen sich nach den Wünschen ihrer Kunden richten müssen. Das Wachstum einer Firma hängt von den Käufen, der Zufriedenheit, dem fortlaufenden Engagement und der Treue ihrer Kunden ab. Live-Chat kann zu allen diesen Aspekten einen positiven Beitrag leisten.

Wenn Sie als Führungskraft in Ihrem Unternehmen nach neuen Möglichkeiten suchen, Mitarbeiter produktiver und effizienter zu machen und dabei Kosten so weit wie möglich einzudämmen, dann sollten Sie Live-Chat genauer unter die Lupe nehmen. Gleichgültig, in welcher Branche Ihre Firma tätig ist und was sie genau tut, jetzt ist die Zeit gekommen, Live-Chat in Ihr Kundenserviceangebot aufzunehmen.

Betrachten wir den Wert von Live-Chat zuerst aus Kunden- und dann aus Unternehmensperspektive. Die beiden sind eng miteinander verknüpft: Wenn Kunden wirklich zufrieden sind, wirkt sich das auch auf den Umsatz aus. Praktische und schnelle Nutzung und die Möglichkeit, mehrere Dinge gleichzeitig zu tun, sind die [Hauptgründe, warum Kunden Live-Chat bevorzugen](#). Wenn Sie es Ihren Kunden so einfach wie möglich machen, mit Ihnen zu kommunizieren, haben diese ein besseres Erlebnis und es ist wesentlich wahrscheinlicher, dass [sie zu Stammkunden werden](#).

Für Kunden, die Live-Chat verwenden, ergeben sich fünf wichtige Vorteile:

# Warum Kunden Live-Chat mögen

## 1. Live-Chat ist praktisch

Kunden erwarten, dass jemand in Echtzeit auf ihr Anliegen eingeht, und bevorzugen Unternehmen, die ihnen das bieten, wonach sie suchen, ohne dass sie lange warten müssen. Laut einer Umfrage ist [für 44 % aller Befragten](#) die Möglichkeit, während eines Onlinekaufs von einer echten Person Fragen auf Antworten zu erhalten, eine der wichtigsten Funktionen, die eine Website bieten kann. Kunden möchten zwar Antworten in Echtzeit, aber viele warten ungern am Telefon und nutzen deshalb lieber Live-Chat.

Darüber hinaus erfordert Live-Chat nicht die geballte Aufmerksamkeit des Kunden. Während eines Chats kann er E-Mails lesen, mit Kollegen sprechen und sogar aufstehen und sich die Beine vertreten, ohne dadurch unhöflich zu wirken. Genau wie Sie bei der Telearbeit im Schlafanzug Geschäfte abwickeln können, bietet Live-Chat die Möglichkeit, Hilfe anzufordern, wo und wann Sie möchten.

„Früher konnten sich Kunden nur per Telefon oder E-Mail an uns wenden. Für internationale Kunden war das entweder zeitlich unpraktisch oder teuer. Abhilfe schaffte hier eine Live-Chat-Option. Damit stieg nicht nur die Interaktion mit uns stark an, sondern auch die Kundenzufriedenheit insgesamt.“

Matt Joseph, Program Administrator, VeraSafe

## 2. Live-Chat ist vertraut

Die Beliebtheit von Live-Chat lässt sich zum Teil dadurch erklären, dass SMS und Instant Messaging für viele Menschen zum bevorzugten Kommunikationsmittel geworden sind. Artikeln in *The New York Times* und *USA Today* zufolge werden Telefonanrufe und Voicemails immer unbeliebter, während Live-Chat und SMS and Popularität zunehmen. Bei einer Studie stellte sich heraus, dass [mehr als die Hälfte aller Befragten zwischen 18 und 34 lieber Live-Chat nutzen als zum Telefon zu greifen](#).

Es sind aber nicht nur die Millennials (Generation Y), bei denen Chat beliebter ist als traditionelle Supportkanäle. [Mehr als 45 % aller Menschen über 55 haben schon mindestens einmal Live-Chat in Anspruch genommen](#). Die Hauptgründe: keine Wartezeiten sowie bequeme und praktische Nutzung. Die Möglichkeit, anhand einer vertrauten Methode (wer erinnert sich noch an Schreibmaschinen?) in Echtzeit mit einem Unternehmen zu kommunizieren, macht Live-Chat auch für diese Altersgruppe zu einem wertvollen Kanal.



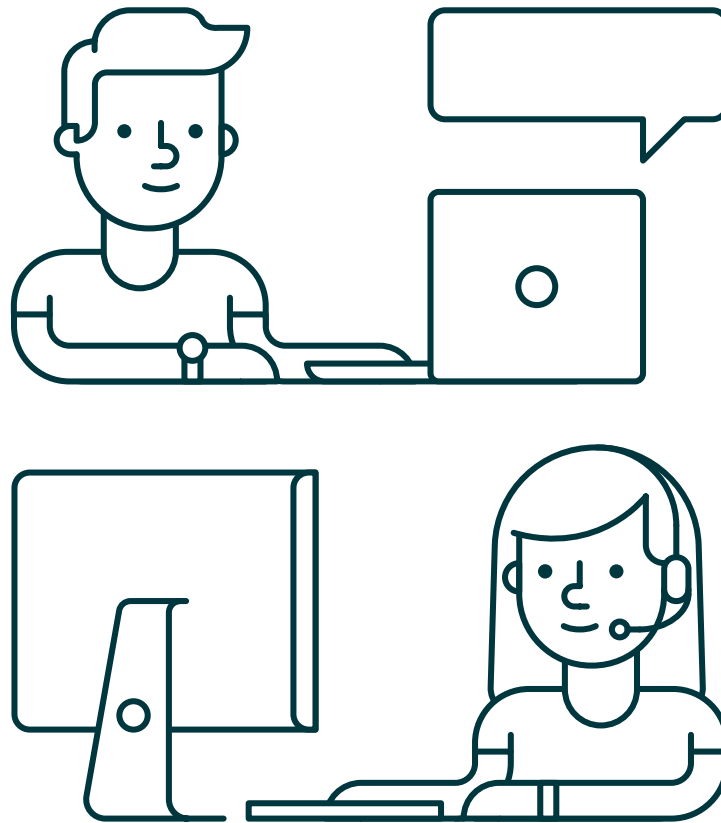
### 3. Live-Chat ist schnell

Das Sprichwort „Zeit ist Geld“ trifft im Kundenservicebereich ganz besonders zu. Aus einer Studie geht hervor, dass [60 % aller Kunden nur ungern mehr als eine Minute auf Support warten](#). Bei Live-Chat werden Kunden nie in eine Warteschleife gelegt. So können sie lange Wartezeiten vermeiden und erhalten schneller Antworten auf ihre Fragen als bei einem Telefonanruf. Untersuchungen zufolge [beginnen Live-Chat-Interaktionen durchschnittlich 23 Sekunden nach Einleitung des Chats durch den Kunden](#). Eine Analyse der Daten von Zendesk Chat-Kunden aus dem Jahr 2014 hat gezeigt, dass die Lösung eines Problems per Chat im Durchschnitt nur 12 Minuten dauert.

Bei Mobilgeräten, die von immer mehr Personen als primäres Kommunikationsmittel genutzt werden, ist es schwer, wenn nicht unmöglich, Kundensupport per Telefon zu erhalten, da Telefon und Internetgerät identisch sind. Angenommen, Sie haben eine Frage zu einem Produkt auf der mobilen Website einer Firma. Um die Firma anzurufen, müssen Sie die Browser-App verlassen und haben dann keinen Zugriff auf die Website mehr. Live-Chat bietet im Gegensatz dazu ein nahtloses Erlebnis.

„Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, Kunden zu kontaktieren und zu betreuen, aber mit Live-Chat können wir es in Echtzeit tun.“

Jon Hearty, COO, Datanyze



#### 4. Live-Chat ist persönlich

Jeder von uns hat es bestimmt am liebsten mit einem echten Menschen zu tun. Das Internet bietet uns zwar ein größeres Maß an Selbstständigkeit – wir können arbeiten, shoppen und uns unterhalten lassen, wie und wann wir möchten –, aber ältere E-Commerce-Websites, die zwar Self-Service, aber keine Interaktivität bieten, können einfach nicht mehr mithalten. Die Bereitstellung von Live-Chat auf einer Website ist analog zur Anstellung freundlicher Mitarbeiter in einem Ladengeschäft, die Besucher begrüßen und ihnen bei Bedarf helfen. Und Besucher brauchen tatsächlich Hilfe: [Erstaunliche 83 % aller Verbraucher benötigen Unterstützung](#) beim Online-Shopping.

Live-Chat sorgt für eine persönliche Note in der oft unpersönlichen Online-Welt. Statt formelhafte Pauschalantworten zu erhalten, haben Kunden bei Live-Chat einen direkten Draht zu einer echten Person. Chat bietet zwischenmenschlichen Kontakt. Dadurch entsteht Vertrauen, denn Kunden wissen, dass sie es mit Personen zu tun haben, die ihr Anliegen ernst nehmen. Dank Live-Chat werden zwischenmenschliche Interaktionen in der Onlinewelt Realität. Die damit verbundenen Vorteile sind nicht zu unterschätzen.

„Da viele unserer Kunden heikle und oft komplizierte Rechtsfragen haben, fühlen sie sich bei einem rein automatischen Prozess oft unwohl. Aber dank [Zendesk Chat] können potenzielle Kunden zuerst mit einem Experten interagieren, Fragen stellen und mehr über unsere Dienstleistungen erfahren.“

Andrew Weaver, CEO, LawyerFair

### 5. Live-Chat ist privat

Dank Mobile Computing und der zunehmenden Beliebtheit von Mobilgeräten wird es immer schwieriger, das Berufs- vom Privatleben zu trennen. Es kommt nicht selten vor, dass jemand vom Büro aus auf seinem Smartphone nach einem Geburtstagsgeschenk oder einem neuen Kühlschrank sucht. Viele potenzielle Kunden sind wahrscheinlich in der Arbeit, während sie auf Ihrer Website blättern. Oder sie sitzen in der Bahn oder sind beim Fußballspiel ihres Kindes. Telefonieren fällt damit also flach. Mit Live-Chat hingegen findet die gesamte Interaktion auf der Website statt. Kunden können im privaten Rahmen Fragen stellen und persönliche Informationen angeben.

Die gleiche Unterscheidung zwischen Privat- und Berufsleben gilt auch auf Social Media – einem Kanal, den immer mehr Firmen nutzen, um Kunden zu helfen und auf ihre Anliegen einzugehen. Auch wenn Ihre Kunden Facebook oder LinkedIn schätzen, heißt das noch lange nicht, dass sie bereit sind, ihrem persönlichen Frust in einem öffentlichen Forum wie Social Media Luft zu machen. Obwohl Live-Chat-Agenten in Ihrem Unternehmen möglicherweise Zugriff auf alle Interaktionen haben, die ein Kunden mit Ihnen hatte, und Chatprotokolle intern speichern, drucken und weiterleiten können, kann der Kunde zuversichtlich sein, dass Chatkonversationen nicht in einem öffentlichen Kanal publik gemacht werden.

„Nicht jeder hat Zeit und Gelegenheit für ein Telefongespräch. Vielleicht ist der Kunde gerade in einem öffentlichen Verkehrsmittel auf dem Weg in die Arbeit und möchte sein Anliegen nicht in Hörweite anderer diskutieren. Dank Zendesk Chat können sich Kunden in Echtzeit mit unserem Team unterhalten und werden privat beraten, auch wenn sie sich in der Öffentlichkeit aufhalten.“

Steven Baker, Communications Manager, BaKare Beds

# Warum Live-Chat für den Erfolg Ihres Unternehmens so wichtig ist

Mit Live-Chat können Sie von dem Moment an, in dem ein Besucher auf Ihrer Website ankommt, ein optimales persönliches Kundenerlebnis bieten. Wenn Sie Kunden per Chat beim Kaufprozess unter die Arme greifen, können Sie Ihren Umsatz steigern und ggf. Möglichkeiten ausfindig machen, wie sich der gesamte Ablauf sowohl für Ihre Agenten als auch für potenzielle Kunden noch weiter verbessern lässt.

Für Kunden, die Live-Chat auf ihrer Website bereitstellen, ergeben sich fünf wichtige Vorteile:

## 1. Live-Chat ist proaktiv

Hilfekanäle wie Telefon und E-Mail sind passiver Natur: Sie stehen erst dann zur Verfügung, wenn ein Kunde sie aktiviert. In dieser Hinsicht sind sie das digitale Gegenstück zu einem Angestellten in einem Laden, der erst dann etwas sagt, wenn ein Kunde eine Frage stellt. [Die Kaufhauskette Nordstrom ist aus gutem Grund für ihren hervorragenden Kundenservice bekannt.](#) Dazu gehört, dass Angestellte jeden, der in die jeweilige Abteilung kommt, begrüßen und ihm Hilfe anbieten.

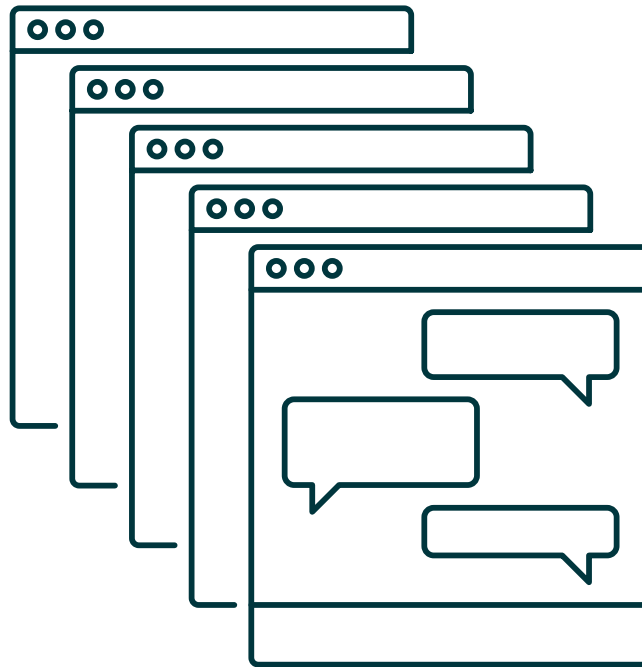
Proaktiver Support bedeutet, dass Sie einen Kunden ansprechen, noch bevor er eine Frage stellt. Über Live-Chat – in Verbindung mit angepassten Auslösern und Echtzeit-Besucherüberwachung – können Sie genau in dem Moment mit Website-Besuchern interagieren, in dem sie sich überlegen, ob sie einen Kauf tätigen möchten.

Durch proaktiven Support können Sie Kunden Schritt für Schritt durch den Kaufprozess führen. Untersuchungen zufolge ist bei Kunden, die Sie per Chat ansprechen, [die Kaufwahrscheinlichkeit dreimal höher.](#) Wenn Sie Kunden per Live-Chat Hilfe anbieten, um Fragen zu Produkten oder zum Kaufprozess zu beantworten, ist die Wahrscheinlichkeit geringer, dass es zu einem Warenkorbabbruch kommt, und die Conversion Rate steigt.

„Auslöser können so eingerichtet werden, dass jeder Besucher auf Live-Chat aufmerksam gemacht wird. Für neue Besucher kann es andere Auslöser geben als für Besucher, die schon einmal auf der Website waren. Auf diese Weise lässt sich mühelos eine Unterhaltung starten.“

Darren Bennett, Marketing Manager, 3 Minute Angels





## 2. Live-Chat ist effizient

Jedes Unternehmen versucht, die Produktivität seiner Mitarbeiter zu steigern, da sich dies auf den Ertrag auswirkt. Aber wussten Sie, dass Live-Chat Ihrem Supportteam die Möglichkeit gibt, an mehreren Aufgaben gleichzeitig zu arbeiten und so produktiver zu sein? Chat-Agenten können mehrere Kundenkonversationen parallel betreuen und so mehrere Probleme gleichzeitig lösen. Bei Telefonaten wäre das nicht möglich. Je nach Komplexität des Anliegens können [Chat-Agenten bis zu sechs Chats gleichzeitig führen](#).

Live-Chat ist nicht nur die schnellste Kundenservicemethode, sondern auch kostengünstiger als andere Kanäle. [Live-Chat kostet in der Regel halb so viel wie ein Call Center](#).

„Wir können jetzt Kundenanfragen und -beschwerden zehnmals schneller erledigen als vorher. Das ist eine enorme Verbesserung gegenüber Systemen, die auf Telefon und E-Mail basieren.“

Dmitry Odintsov, Director of Sales & Business Development, TrueConf

### 3. Live-Chat ist effektiv

Branchenanalysten wissen, wie sehr sich Live-Chat auf den Umsatz eines Unternehmens auswirken kann. 31 % aller befragten Online-Shopper in den USA und Großbritannien sagen, dass sie [nach einem Live-Chat eher zu einem Kauf motiviert sind](#). Dies hat sicher damit zu tun, dass sich durch Live-Chat Probleme direkt beim Checkout lösen lassen.

Sehen wir uns einmal ein Beispiel an: Ein Kunde hat eine Werbung für versandkostenfreie Lieferung gesehen und besucht daraufhin eine E-Commerce-Site. Er legt das gewünschte Produkt in den Warenkorb und beginnt mit dem Checkout-Prozess. Dabei stellt er fest, dass statt Gratisversand eine Portogebühr in Höhe von € 3,95 erscheint. Ohne Live-Chat hätte der Kunde keine Möglichkeit, in Echtzeit nachzufragen, und müsste stattdessen entscheiden, was besser ist: den Kauf auch so abschließen oder erst eine E-Mail senden und dann u. U. mehrere Tage auf eine Antwort warten. Möglicherweise ist der Kunde so frustriert, weil ihm Versandkosten in Rechnung gestellt werden, dass er die Transaktion an dieser Stelle abbricht (dies wird als „Warenkorbabbruch“ bezeichnet). Wenn Live-Chat verfügbar gewesen wäre, hätte der Kunde das Problem sofort lösen und den Kauf abschließen können – ohne für den Versand bezahlen zu müssen.

Live-Chat gibt Agenten nicht nur die Möglichkeit, sich mit Kunden zu unterhalten, sondern auch untereinander. Da Wissen intern geteilt wird, lassen sich Probleme effizienter lösen und die Chat-Warteschlange wird nie zu lang. Genau wie Kunden können auch Unternehmen davon profitieren, dass Live-Chat ein privater Kanal ist. Ein Agent kann einem verärgerten Kunden schnell helfen, bevor das Problem weiter eskaliert und der Kunde seinem Frust in einem öffentlichen Kanal (wie z. B. auf Social Media) Luft macht.

### 4. Live-Chat ist aufschlussreich

[Live-Chat-Software liefert wichtige Daten](#), die Unternehmen helfen, (potenzielle) Kunden besser zu verstehen. In E-Commerce-Firmen versucht man ständig herauszufinden, warum Kauftransaktionen noch in letzter Minute auf der Checkout-Seite abgebrochen werden. Mit Live-Chat verstehen Sie, aus welchem Grund Kunden beim Checkout zögern, und was Sie tun können, um derartige Probleme in Zukunft zu verhindern.

Agenten haben außerdem die Möglichkeit, Besuchern Fragen zu stellen, um den besten Kaufansatz zu bestimmen. Effektives Marketing setzt voraus, dass Sie Ihre Kunden kennen. Unternehmen können Kundenantworten in gezielte Taktiken für spezifische demografische Gruppen umsetzen und Website-Inhalte unter Berücksichtigung der

Anforderungen und Schmerzpunkte ihrer Kunden anpassen.

Jeder möchte als Individuum wahrgenommen werden. Online-Shopper sind da keine Ausnahme. Live-Chat hilft, den Kundenservice persönlicher zu gestalten, z. B. mit Auslösern und Benachrichtigungen, die das Team darauf aufmerksam machen, dass sich ein VIP oder ein Stammkunde auf der Website aufhält, damit ein Agent entsprechend reagieren kann. Darüber hinaus ist Live-Chat ein wertvoller und kostengünstiger Kanal zum Einholen von Kundenfeedback. Besucher können schnell und einfach ihr Erlebnis bewerten und Verbesserungsvorschläge machen.

### **5. Live-Chat ist nachhaltig**

Live-Chat ist ein weiterer Kanal, um Kunden auf Sonderangebote und Promotions aufmerksam zu machen. Anhand von Auslösern können Sie Benutzern, die einem vordefinierten Profil entsprechen, Ermäßigungen oder andere Anreize bieten. Sie können außerdem Kunden zum Chatten motivieren, indem Sie Ihnen bestimmte Sonderangebote verfügbar machen. Diese Kunden bleiben wahrscheinlich länger auf Ihrer Website und geben u. U. größere Bestellungen auf. [Eine Studie hat ergeben, dass sich der durchschnittliche Bestellwert aufgrund von Live-Chat um 19 % erhöht.](#) Je größer die Besuchergruppe, mit der Sie chatten, desto besser verstehen Sie Ihre Kunden und desto gezielter können Sie Ihre Marketingkampagnen ausrichten.

# Umsteigen auf Live-Chat

Mit Live-Chat können Sie schnell auf Fragen eingehen, ohne auf E-Mails antworten oder eine Telefonwarteschlange managen zu müssen. Besucher finden im Nu die Informationen, die sie brauchen, Probleme oder Fragen, die dem Kauf im Weg stehen, lassen sich unbürokratisch lösen, und Kunden halten sich länger auf Ihrer Website auf. All dies kann den Bestellwert erhöhen.

## Hier eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Vorteile von Live-Chat:

Kunden mögen Live-Chat: Die Kundenzufriedenheit ist bei Live-Chat höher als bei jedem anderen Supportkanal. [73 % der befragten Verbraucher sind mit ihrem Live-Chat-Erlebnis zufrieden](#) (im Vergleich zu 61 % bei E-Mail, 48 % bei Social Media und 44 % bei Telefon).

Unternehmen profitieren davon: Live-Chat wirkt sich positiv auf den Ertrag eines Unternehmens aus, u. a. in Form von Umsatzzuwachs. [77 % aller Onlineshopper](#) suchen vor dem Kauf Kontakt mit einer echten Person und [für mehr als die Hälfte ist mangelnde Interaktion ein Grund zum Kaufabbruch](#).

# Warum moderne Chat-Software anders ist

Die Chat-Technologie von heute ist völlig anders als früher. Die Installation von Live-Chat ist jetzt einfach und mühelos. Alles, was Sie brauchen, ist das Abonnement eines Live-Chat-Produkts wie Zendesk Chat und die Installation von Lightweight-Code auf Ihrer Website. Der Prozess dauert nur wenige Minuten. Schulungsvideos und auf Best Practices basierende Anweisungen helfen Ihren Agenten, sich die benötigten Kenntnisse schnell anzueignen und Ihren Kunden schon nach kurzer Zeit hervorragenden Service per Live-Chat zu bieten.

Sind Sie [bereit zum Chatten?](#)