

# Das Contact Center der Zukunft

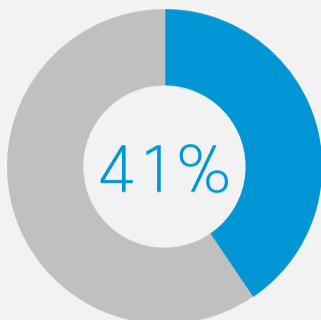
## Erfüllt Ihr Contact Center die Erwartungen Ihrer Kunden?

Das Verhalten, die Bedürfnisse und die Erwartungen der Kunden ändern sich rasant. Wenn Ihr Contact Center dem nicht nachkommt, sind Sie vermutlich nicht mehr in der Lage, Ihren Kunden das Erlebnis zu bieten, dass sie erwarten.

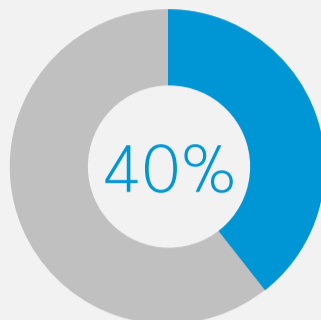
Um diese Kundenerwartungen zu erfüllen, müssen Sie zunächst verstehen, was für Ihre Kunden wichtig ist und sicherstellen, dass Ihre Kunden Sie auf die Art und Weise kontaktieren können, wie sie es bevorzugen.

### Kunden müssen sich geschätzt fühlen

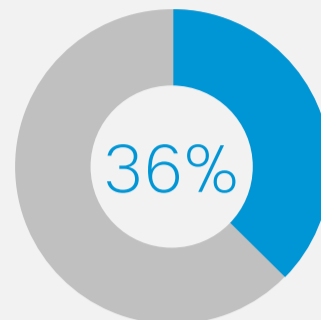
Als wir die Kunden nach den beiden wichtigsten Faktoren bei der Kontaktaufnahme mit einem Service Provider oder Einzelhändler befragt haben, bekamen wir die überwältigende Antwort bezüglich des Kundenerlebnisses und insbesondere, dass man als Kunde geschätzt werden möchte.



Der gesamte Anruf wird von einer und derselben Person betreut.



Ich werde als Kunde geschätzt.

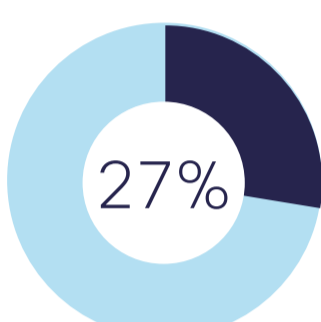


Der Anruf wird schnell entgegengenommen.

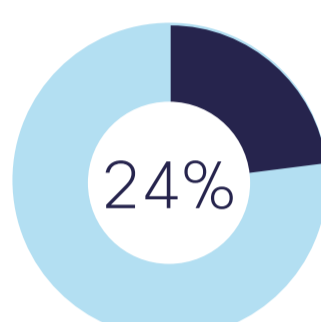
Quelle: Ergebnisse der CCA-Verbraucherumfrage, September 2013

### Neue Kanäle für vernetzte Kunden

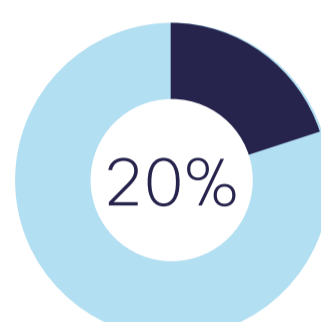
Wir haben den Kunden dieselbe Frage noch einmal gestellt. Allerdings sollten sie diesmal die zwei wichtigsten Faktoren angeben, wenn sie auf die Produkte oder Services eines Unternehmens über eine App am Smartphone oder Tablet-Gerät zugreifen würden. Dabei sticht der vernetzte Weg des Kunden heraus.



Der gesamte Anruf wird von einer und derselben Person betreut.



Sie erkennen meine Transaktionen dank der App.



Sie kennen meine früheren Anliegen.

Quelle: Ergebnisse der CCA-Verbraucherumfrage, September 2013

## Kommunikation erfolgt nicht mehr nur über Telefon ...

... und auch nicht mehr nur per E-Mail oder Web. Neue Kanäle rücken in den Vordergrund. Und diese sind besonders wichtig, weil Sie sich auf die Art der Kommunikation, die der Kunde erwartet, einstellen müssen.

Die Bevorzugung neuer Kanäle wächst rapide. Deshalb dürfen sie nicht mehr ignoriert werden.

Kunden schließen einen Kauf eher ab, wenn sie ein positives Erlebnis hatten. Aber sie werden erst davon erfahren, nachdem Sie die neuen Kanäle bereitgestellt haben.

Unzufriedene Kunden wünschen eine direkte Interaktion mit Ihnen.

#### Bei Anfragen zu Produkten oder Services:



24 % Website



22 % Telefon



21 % E-Mail



12 % neue Kanäle

#### Bei Abgabe eines positiven Feedbacks:



23 % Website



7 % Telefon



22 % E-Mail



11 % neue Kanäle

#### Bei Beschwerden:



8 % Website



24 % Telefon



29 % E-Mail



7 % neue Kanäle

Quelle: Ergebnisse der CCA-Verbraucherumfrage, September 2013

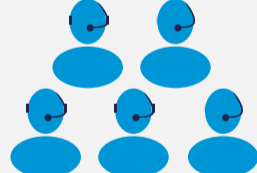
## Contact Center müssen sich anpassen, um die Kunden nicht zu verlieren.



44 %

der Erwachsenen in Großbritannien erwarten, dass eine Anfrage sofort gelöst wird

Quelle: callcentrehelper.com 2013



51 %

der Verbraucher sagen, dass es sie verwirrt, verschiedenen Ansprechpartnern immer wieder dieselben Informationen geben zu müssen.

Quelle: UKCSI 2012, Institute of Customer Service



74 %

der Erwachsenen in Großbritannien wechseln den Anbieter, weil sie schlechte Erfahrungen mit dem Contact Center gemacht haben.

Quelle: callcentrehelper.com 2013



## So stellen Sie Ihr Contact Center auf die Kundenanforderungen ein:

Wir glauben, dass ein differenzierter Kundenservice auf drei wesentlichen Eigenschaften beruht. Prozesse und Technologien im Contact Center sollten die folgenden Merkmale aufweisen:

### Einfach

Einfache Kontaktaufnahme für den Kunden und auf Anhieb der richtige Ansprechpartner

### Flexibel

Erreichbarkeit des Contact Centers über das bevorzugte Medium

### Vernetzt

Gleichbleibend hohe Qualität des Kundenerlebnisses, unabhängig von der Art der Interaktion oder des Geräts