

Tipps

Die moderne Customer Journey mit Omnichannel-CX



Weltweit bevorzugen 70% der Kunden Marken, die ihren Service über mehrere Kanäle anbieten.

Die Kunden von heute sind schwer zufrieden zu stellen und noch schwerer zu täuschen. Da sie zwischen verschiedenen Kanälen wählen können, sind Sie aufgefordert, eine nahtlose Customer Journey für alle Kanäle zu schaffen.

Hier erfahren Sie, wie Sie Ihre Kunden mit kanalübergreifenden Erlebnissen mühelos begeistern können:

1

Selbsthilfe

Die Kunden von heute möchten ihre Angelegenheiten selbst in die Hand nehmen. Wenn sie nicht mit der Lösung eines Problems überfordert werden, lösen sie es am liebsten selbst. Sie müssen verstehen, dass sie für einfache oder allgemeine Probleme schnelle Lösungen haben wollen. Also gilt: Je mehr Sie die Kunden in die Lage versetzen, ihre Fragen selbst zu beantworten, desto zufriedener werden sie sein, und desto geringer ist die Belastung für Ihre Mitarbeiter.

76% der Kunden weltweit ziehen es vor, Probleme selbst zu lösen, bevor sie sich an den Support wenden.

Begeistern Sie Ihre Kunden, indem Sie

- Hilfe zur Selbsthilfe mit einer effektiven Wissensdatenbank und dialogorientiertem Self-Service bieten
- den Support rund um die Uhr mit KI/Chatbots zugänglich machen
- über verschiedene Kanäle wie E-Mail, Chat, Telefon, soziale Netzwerke und Instant Messaging erreichbar sind

2

Chat & Messaging

Live-Chat hat sich von einem "Nice-to-have" zu einem "Must-have"-Kanal für den Kundenservice entwickelt. Denn die Kunden sind ungeduldig und erwarten Unmittelbarkeit. Und bei den Millennials, die ein wichtiger Teil jeder Zielgruppe sind, sind schnelle und mobile Gespräche zur neuen Normalität geworden.

Traditionelle Kontaktcenter sind nach wie vor beliebt, aber Live Chat gewinnt zunehmend an Bedeutung: 21% der Kunden weltweit geben ihn als bevorzugten Support-Kanal an.

Erfreuen Sie Ihre Kunden, indem Sie

- sofortige Lösungen mit vollständigem Kontext anbieten
- Dialoge mit Ihren Kunden über beliebte IM-Kanäle führen (Facebook Messenger, Apple Business Chat, WhatsApp und viele mehr)
- Kundengespräche an den richtigen Mitarbeiter mit intelligenten Threads weiterleiten

3

Email

Es mag ein bisschen "old school" klingen, aber E-Mail ist nach wie vor ein Kanal, an den sich Kunden wenden. Lange Erklärungen, komplizierte Anfragen oder Anpassungen werden oft darüber übermittelt. Der E-Mail-Service ist eine nicht zu unterschätzende Möglichkeit, Gespräche zu führen und Beziehungen aufzubauen.

77% der Kunden weltweit nutzen E-Mail als regelmäßigen Kanal, um mit Marken in Kontakt zu treten, und 36% von ihnen bevorzugen ihn bei Servicekontakten gegenüber anderen.

Begeistern Sie Ihre Kunden, indem Sie

- einen vollständigen Kontext ihrer Customer Journey haben
- intelligente Zuweisungsregeln erstellen, damit sie nicht auf den richtigen Mitarbeiter warten müssen
- Teams bei der effizienten Zusammenarbeit mit schnellen Rückmeldungen unterstützen

4

Social Media

Kunden, die über soziale Medien ihre Emotionen zum Ausdruck bringen, haben wahrscheinlich bereits über andere Kanäle enttäuschende Erfahrungen gemacht. Aufgrund dieser schlechten Erfahrungen mit dem Service werden sie sich mit ihrer Kritik vor allem auf einem öffentlichen Kanal wie den sozialen Medien nicht zurückhalten. Weil schlechtes Feedback nie gut fürs Geschäft ist, müssen Sie sich vorrangig um diese Schreie nach Aufmerksamkeit kümmern.

46% der Kunden weltweit äußern sich über ihre Zufriedenheit oder Unzufriedenheit mit dem Service in sozialen Netzwerken.

Begeistern Sie Ihre Kunden, indem Sie

- KI nutzen, um sie in der Menge zu finden
- den Kontext Ihrer Kunden kennen
- ihre Bemühungen sichtbar und unmittelbar machen

5

Telefon

Heute, da nur noch sehr wenig telefoniert wird, bedeutet ein Anruf Ihres Kunden Dringlichkeit. Kunden rufen an, um Sie zu erreichen, wenn sie unterwegs sind oder sie Ihre sofortige Aufmerksamkeit benötigen. Helfen Sie ihnen, indem Sie erreichbar sind und schnell zum Kern des Problems vordringen.

54% der Kunden weltweit treten übers Telefon regelmäßig mit Marken in Kontakt, während 29% von ihnen es für den Austausch mit dem Service nutzen.

Erfreuen Sie Ihre Kunden, indem Sie

- ihnen die Mühe ersparen, sich zu erklären
- ihre Wartezeiten durch ausgewogene Verteilung der Ressourcen auf die verschiedenen Kanäle minimieren
- die Kommunikation über die Arbeitszeiten hinaus mit Voice Bots aufrechterhalten

6

Voraussehen statt Reagieren

In einem gesättigten Markt ist es wichtig, dass Sie Ihren Kunden zeigen, dass Sie sich für sie interessieren. Kundendaten helfen Ihnen dabei, proaktive, personalisierte Erlebnisse zu schaffen, die Sie von anderen Unternehmen abheben. Verhindern Sie Probleme schon beim ersten Anzeichen von Reibung, indem Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden voraussehen und wissen, wann Sie eingreifen müssen.

69% der Kunden weltweit bevorzugen Marken, die proaktive Benachrichtigungen und Service anbieten

Erfreuen Sie Ihre Kunden, indem Sie

- Kundendaten nutzen, um bereits zu wissen, was Ihre Kunden wünschen
- Kunden-Blockaden und Frustrationen vermeiden, bevor sie entstehen
- sie proaktiv auf dem Laufenden halten, bevor sie nachfragen müssen

Sie möchten moderne, mühelose Erlebnisse sowohl für Ihre Kunden als auch für Ihr Support-Team?

Vereinbaren Sie jetzt einen Termin für ein Demo->

