

Asynchrone Kundenkommunikation von Dirk Zimmermann

Unterschiede verstehen

Die Asynchrone Kommunikation beschreibt das zeitlich versetzte Senden und Empfangen von Informationen wie die E-Mail-Kommunikation, das Senden und Empfangen von SMS und MMS oder die Kommunikation in Newsgroups und Mailinglisten.

Gerade im Hinblick auf die Bedeutung paralleler Prozesse im Internet. ist aber zu beachten, daß der zeitversetzte Charakter der Kommunikation nicht zu einem Blockieren nachfolgender Prozesse wie bei der synchronen Kommunikation führt. Im Sinne der Nutzbarkeit von webbasierten Anwendungen ist daher die asynchrone Kommunikation sogar der synchronen vorzuziehen, da hierbei keine Prozeßblockaden existieren.

Als prinzipiell zeitgleiche, also synchrone Kommunikationsformen gelten hingegen die Telefonie, unabhängig davon, ob diese über digitale Telekommunikationsnetze oder analoge Verbindungen erfolgt, Internet Chats sowie Instant Messaging Funktionen wie in Online Learning Systemen oder Foren. Als zeitliche Dimension wird dabei nicht die Zeitdauer zwischen Senden und Empfangen betrachtet, denn diese ist ja lediglich abhängig vom technologischen Umfeld und in Bezug auf asynchrone Kommunikationsformen wie Email oder SMS nahe Null, sondern viel mehr die Abgeschlossenheit der zu sendenden Nachricht vor dem Versand. Anders als im Telefonat oder beim Live-Chat wird zuerst die komplette Email geschrieben, bevor sie gesendet wird. Der Entstehungsprozeß bleibt dem Empfänger also verborgen.

Die zunehmende schriftliche Mündlichkeit oder mündlicher Schriftlichkeit der E-Mail-Kommunikation und in noch größerem Maße in der Kommunikation per SMS und MMS lassen die Zeitdimension als klärendes Merkmal zunehmend in den Hintergrund treten. Da gleichzeitig auch Internet Chats ebenso Internetalltag sind, wie das Posten auf zahlreichen Internetseiten kann auf ein zeitbasiertes Unterscheidungsmerkmal computervermittelter Kommunikation eigentlich verzichtet werden. Die so genannte Multi-Medialität wie am Beispiel Skype als nahezu Standard der webbasierten Video-Telefonie und nicht zuletzt quasi-synchrone Kommunikationsangebote wie der Callback Button oder Videopräsentationen für Produktdemos und Anleitungen weisen drauf hin, daß hier die Betrachtung der Kommunikationsanzahl bedeutsamer ist als die wenig aussagekräftige Unterscheidung nach der zeitlichen Dimension. (vgl. SAKSCHEWSKI, „Asynchrone-Synchrone Kommunikation“, 2012)

Vorteile analysieren

Eine der größten Herausforderungen im Service ist die Art und Weise, wie mittlerweile die Kundenkommunikation erfolgt. Immer häufiger verlaufen digitale Gespräche zeitverzögert ab.

Synchrone und asynchrone Kommunikation. Für sie haben die verschiedenen digitalen Kommunikationskanäle eine weitere Variable zur Unternehmens-Kunden-Beziehung hinzugefügt.

Synchrone Kommunikation

Experten definieren im Kontext von Service „synchrone Kommunikation“ als eine Live-Unterhaltung, die einen klaren Anfang und ein klares Ende hat und sich durch schnelle Antwortzeiten auszeichnet. Kanäle für synchrone Kommunikation sind beispielsweise das Telefon, das persönliche Gespräch (als Online-Meeting oder in Person) oder auch Formen des Live-Chats. Der Vorteil einer synchronen Unterhaltung liegt darin, daß beide Parteien gemeinsam den Beginn und das Ende des Gespräches festlegen und es dadurch abgeschlossen werden kann.

Vorteile synchroner Kommunikation:

- Anliegen werden schnell und „sofort“ gelöst
- Themen können dadurch effizienter behandelt werden
- Gerade im Telefonat oder persönlichem Gespräch kann die non-verbale Kommunikation die Beziehung festigen

Asynchrone Kommunikation

„Asynchrone Kommunikation“ findet derweil statt, wenn die Interaktionen zeitverzögert stattfinden, etwa in Form von E-Mails, Kommentaren unter einem Beitrag oder Chats bei denen nicht beide Parteien zur selben Zeit anwesend sind (z.B. WhatsApp oder Facebook Messenger). Bei einer asynchronen Kommunikation kann es vorkommen, daß es niemals zu einem klaren Ende kommt, da zeitverzögerte Antworten den Faden immer wiederaufnehmen können.

Vorteile asynchroner Kommunikation:

- Der Kunde kann frei entscheiden, wann er auf die Kommunikation eingeht
- Beide Gesprächspartner haben jederzeit die Möglichkeit, die Kommunikation wieder aufzunehmen
- Das Gespräch ist im Regelfall transparent und der gesamte Gesprächsverlauf kann nachvollzogen werden (Chat-Verlauf, E-Mail).
- Beide Gesprächspartner sind nicht an ein Endgerät (Computer, Telefon) gebunden, sondern können sich im Laufe der Unterhaltung flexibel bewegen und auch andere Dinge machen

So ist es z.B. denkbar, daß bei einem asynchron angebotenen Chat-Service, Kunden eine Unterhaltung beginnen, die Plattform verlassen und später zum Chat zurückkehren können.

Oft kann ein Live-Chat es nicht leisten, immer sofort Feedback zu geben bzw. überhaupt zu antworten. Wenn der Kunde allerdings die Möglichkeit hat, zwischendurch andere Dinge zu machen, ohne daß das Gespräch abgebrochen wird, kann der Support effizienter arbeiten, ohne daß der Kunde an das Chatfenster gebunden ist.

Einsatz bewerten

Im Service kann die asynchrone Kommunikation für eine Entlastung sorgen. Servicemitarbeiter könnten parallel unterschiedliche Tätigkeiten ausführen, was über das Telefon oder das persönliche Gespräch nicht möglich ist. Auch die Qualität der Beratung steigert sich enorm. Auskünfte über Twitter sind fundierter, weil niemand eine Reaktion in Echtzeit erwartet. Durch den kleinen Zeitvorteil kann man viel besser auf die Ressourcen im Wissensmanagement zurückgreifen und personalisierte Auskünfte erteilen.

Die asynchrone Kommunikation mit Kunden bietet eine Reihe von Vorteilen. Zum einen läßt sich das Dialogvolumen effizienter verteilen. Läuft eine Telefon-Hotline „voll“, generiert dies unweigerlich negative Serviceerlebnisse. E-Mails oder Tweets können durchaus 30 Minuten liegenbleiben, bevor sie einem geeigneten Servicemitarbeiter vorgelegt werden. Ein weiterer, ganz wesentlicher Vorteil der verschrifteten Kommunikation ist die Chance der Unternehmen zur Bearbeitung der Kundenanfrage benötigten Daten und Informationen bereits im Vorfeld der Beantwortung automatisiert zu ermitteln und einzusammeln.

Während der Kunde am Telefon warten muß, bis der Servicemitarbeiter den Status seines Auftrags umständlich in verfügbaren Backend-Systemen eruiert, können Kundenwünsche über die asynchrone Kommunikation über die so genannte Dunkelverarbeitung in einem viel höheren Automatisierungsgrad erfüllt werden. In der Endbearbeitung liegen dem Mitarbeiter bereits alle wichtigen Informationen vor: Bestellnummer und Bestellstatus, Link zum Auftragsystem, Link zu den Kundendaten.

Ein weiterer Vorteil des Trends zur verschrifteten Kommunikation ist der Gewinn an Transparenz. Im Schnitt sind rund 70 Prozent aller Kundenfragen sogenannte „wiederkehrende Ereignisse“. Die Fragen werden mehrmals täglich gestellt. Häufig erhalten die Kunden am Telefon aber unterschiedliche Antworten – je nach dem in welcher Art sie ihre Fragen stellen und welcher Servicemitarbeiter gerade antwortet.

In der asynchronen oder unsichtbaren Servicekommunikation gibt es diese Qualitätsschwankungen nicht so extrem. Die Antworten sind konsistenter. Der Mitarbeiter am Telefon verfügt nicht über die Zeit und die Wissensressourcen, um die Wünsche des Kunden zu antizipieren. Beim Einsatz von "mitdenkender" Software sieht das anders. Nur so können wirklich personalisierte Services entstehen.

Ein asynchroner Nutzen entsteht auch beim Einsatz von Live-Übertragungen ins Internet über Dienste wie Hangout On Air. Im Unterschied zu einer profanen Videokonferenz liegen die Live-Hangouts als Youtube-Aufzeichnungen vor. Sie bieten unendliche Möglichkeiten der Zweitverwertung via Slideshare, Youtube, Blogs, Xing, Twitter und Co. Das entspricht der neuen Aufmerksamkeitslogik, die unseren digitalen Alltag immer mehr bestimmt, (vgl. SOHN, „Asynchrone Kommunikation“, 2012)

TIP: Lesen Sie weiter in der aktuellen Studie „Kundendialog 2.0“. Weitere Informationen sind hier zu finden: www.DieServiceForscher.de