



Quo Vadis Kommunikation 2015...?



Herzlich willkommen !

Sie dürfen dieses eBook als PDF-Datei in unveränderter Form an Kunden, Freunde, Bekannte weitergeben oder als Bonusprodukt kostenlos auf Ihre Website stellen. Der Inhalt darf in keiner Weise verändert werden.

Die Weitergabe gegen Entgelt ist untersagt.

Alle Rechte liegen beim Herausgeber.

Inhalt

Vorwort	3
Teil 1: Mensch	5
1 work@home – Vorteile und Nutzen der alternierenden Telearbeit.....	5
2 Moderner Spitzenkaffee und „Erfolgreiches Contactcenter“- ein starkes Team!.....	11
3 Telearbeit im Spannungsfeld des Datenschutzes.....	14
4 Gute Arbeitsbedingungen für gute Mitarbeiter	21
5 Steigerung von Produktivität, Planungseffizienz und Mitarbeiter-zufriedenheit mit professionellem Workforce Management	28
Teil 2: Qualität	33
6 Was bei Kundenbefragungen fehlt und die 5x5 Mythen im Kundenkontakt	33
7 Datenparadies Internet oder warum personenbezogene Daten schützenswert sind!	44
8 Coaching, Coach & iPad - die Revolution im Coaching-Prozess	52
9 E-Mail Response Management: Kundenzufriedenheit durch schnelle und kompetente E-Mail Beantwortung - 5 Tipps	58
Teil 3: Service.....	62
10 Der Schatz im Silbersee – oder: Ach, das gibt es?!.....	62
11 Pilotierung als Innovationstreiber: Was ein Lab wirklich kann	67
12 Wege in eine neue digitale Service-Ökonomie	72
13 Gespräch oder App? Experten entwerfen die Zukunft der Kundenkommunikation.....	76
14 Best Practice: Customer Engagement im Contact Center	80
Teil 4: Multichannel.....	85
15 Wie sie Dateninseln überwinden und die Durchgängigkeit von Prozessen sicherstellen.....	85
16 Optimale Erreichbarkeit durch Standortübergreifende Vernetzung hybrider Kommunikationssysteme	94
17 Konsumentenerwartungen an Online-Serviceangebote in Echtzeit und das Feedback der Kundenberater.....	101
18 Kundenservice 2.0 – Was ist das überhaupt?	107
19 Moderne Kundeninteraktion dank WebRTC	110
20 Mit mehrstufigen E-Mail Marketingkampagnen neue Kunden gewinnen – ein Praxisbericht für den Mittelstand	114
21 Das klassische Telefon stirbt - das Internet übernimmt.....	117

Vorwort

Im privaten Umfeld skypen Oma und Opa mit den Enkeln. Freunde verabreden sich via WhatsApp und Co. Neue Kommunikationsmedien sind in unserem Alltag angekommen. Viele Konsumenten erwarten hier auch in der Interaktion mit Unternehmen mehr als Telefon, Brief und Email. Der Druck steigt hier auch die Nutzung von Kommunikationskanälen auszubauen. Für viele Dialogbereiche gibt es exzellente Lösungen. Die Herausforderung ist es aber, die Vielfalt an möglichen Kommunikationskanälen sinnvoll zu orchestrieren und in die Prozesse zu integrieren.

Zu viele Bearbeitungsschritte sind aus Kundensicht abgeschnitten oder isoliert. Der Kunde hat heute kein Verständnis mehr dafür, dass ein Vorgang nicht abschließend bearbeitet werden kann, weil der Kundenberater keinen Zugriff auf diese Anwendung oder Daten hat oder ihm die Entscheidungskompetenz fehlt.

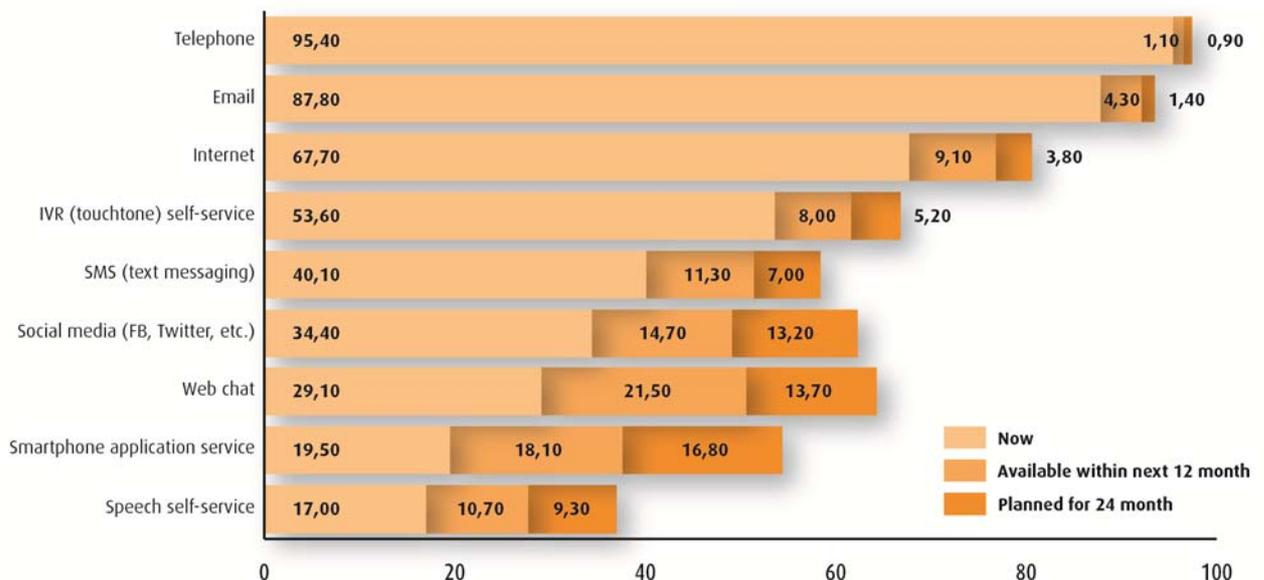
Die digitale Transformation ermöglicht völlig neue Geschäftsmodelle und bedroht sicher geglaubte Geschäftsgrundlagen. Apps wie Uber oder MyTaxi wirbeln die Taxibranche durcheinander. Marktführer wie Kodak, Erfinder der Digitalkamera, sind vom Markt verschwunden.

Channel management 2013/2014 Report sample question

What channels are managed by the contact centre (in %)?



Quelle: dimensions data's 2013/14 global contact centre benchmarking



Weltweit reagieren auch Contact Center auf diesen Trend und bauen die Kontaktkanäle auf. Spannend bleibt, welche neuen Service- und Kommunikationskonzepte in Zukunft entstehen werden. Die

Anforderungen an Mitarbeiter werden sich von der rein sprachlichen zunehmend zur schriftlichen Kommunikation verändern. Videotelefonie gewinnt an Bedeutung. Was bedeutet das für das Erscheinungsbild und Arbeitnehmerdatenschutz?

Auf der anderen Seite macht das das Leben aber auch spannend. Kommunikation von Mensch zu Mensch, sinnvolle Self-Service-Angebote und viel Raum für Kreativität werden die nächsten Jahre in der CC Branche prägen.

Die nachfolgenden Fachartikel geben Impulse und Gedankenanstöße aus dem jeweiligen Kompetenzbereich. Die Texte möchten zum Nachdenken anregen, damit Sie die für Sie geeignete Lösung finden. Diese Themen wurden am 04.11.2014 in Vorträgen und Workshops auf der jährlichen Veranstaltung „Erfolgreiches Contactcenter“ im Congresspark Hanau behandelt. Die Vortragsfolien stehen unter <http://www.Erfolgreiches-Contactcenter.de> zum Download zur Verfügung.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre



Markus Grutzeck

(Herausgeber & Veranstalter – Erfolgreiches Contactcenter)



9 E-Mail Response Management: Kundenzufriedenheit durch schnelle und kompetente E-Mail Beantwortung - 5 Tipps

Autor: Uwe Witt

Die E-Mail Kommunikation in Unternehmen ist in den letzten Jahren enorm gewachsen. Der Anteil von Briefen und Telefonaten wurde in nahezu allen Bereichen überrundet. Gerade Tablets, iPads und Phablets – große Smartphones - erleichtern mit ihrer allzeitigen Verfügbarkeit das Schreiben von E-Mails. Für Unternehmen ist dies Herausforderung und Chance zugleich.

Eines der weltweit größten Service Center setzt zur E-Mail Bearbeitung VERA – den Virtual Email Response Assistant – ein. Gegenüber der vorher genutzten Lösung Lotus Notes hat sich damit die benötigte Zeit zur Bearbeitung von E-Mails um 50 % reduziert. Gleichzeitig erhalten die Kunden nun sehr viel schnellere Antworten. Qualität des Kundenservice und Kundenzufriedenheit steigen.

Die E-Mail Bearbeitung in die Kundenkommunikationsstrategie optimal einzubinden ist dennoch in der Realität in vielen Unternehmen bislang nur sehr unzureichend gelöst. Zwar bietet nahezu jedes Unternehmen zentrale E-Mail Postfächer (Funktionspostfächer) an – z.B. kundenservice@unternehmen.de. In der Praxis fehlt aber häufig ein Vorgehensmodell, wie mit den Nachrichten in diesen Postfächern verfahren werden soll. So erfolgt ein manuelles Weiterleiten an einzelne Personen. Ein systemisches Routing oder Workflowmanagement fehlen.

Anfragen von Kunden und Partnern werden ebenso von Hand bearbeitet. So kann es zu unterschiedlichen Inhalten und Reaktionen in Form von uneinheitlichen Antworten kommen, abhängig davon, welche Abteilung oder welcher Bearbeiter den Vorgang gerade bedient. Zum Teil liegen häufige benötigte Antworten (FAQ – frequently asked questions) in elektronischer Form vor, aus denen Textbausteine manuell herauskopiert und in die E-Mail Antwort eingesetzt werden.

Warum aber tun sich viele Call Center so schwer damit, ihre schriftlichen Kundenanfragen ebenso effizient in Geschäftsprozesse zu verwandeln wie die telefonischen? Auf den ersten Blick scheint dieser Umstand schwer verständlich. Bietet doch die E-Mail als asynchrones Kommunikationsmedium (Beantwortung innerhalb von Stunden wird akzeptiert) unbestreitbar Vorteile gegenüber dem synchronen Telefon (Beantwortung wird spätestens innerhalb von Minuten erwartet).

Die Antwort ist: zu viele Contact Center pflegen kein systematisches E-Mail Response Management System (ERMS). Zu viele Contact Center schöpfen die Vorteile der E-Mailkommunikation nicht gezielt aus und verzichten damit auf ein großes Potential an Effizienzsteigerung und Kosteneinsparung.

Mit Hilfe eines Response Management Software wie der workflow-basierten Lösung VERA – Virtual Email Response Assistant – wäre es ganz einfach. ERM-Systeme helfen, alle eingehenden Kunden E-Mails zeitnah und kompetent zu beantworten. Sie unterstützen die komplette (teil-) automatisierte E-Mail Organisation, wie z.B.

- Kategorisierung in das passende Thema
- skillbasierte Verteilung (Sprache und Fachgebiet)
- zur Verfügung stellen von passenden Standardtexten
- Routing zum jeweils optimalen Agenten für das Kundenanliegen

und bieten verschiedene Eskalationsprozesse, z.B.

- Beobachtung der Liegezeiten mit entsprechender Aktion
- Intelligentes Handling
- wenn Kunden mehrere E-Mails senden (ungeduldiges Kunden-Feature)
- wenn Kunden Nachfragen stellen (one face to the customer)

als auch umfangreiche Auswertungsmöglichkeiten, z.B.

- dynamisches Reporting
- Qualitätsmanagement Server
- Bewertung der E-Mails durch den Agenten.

Durch die Knowledge Base, in der die verfügbaren Antworttexte abgelegt sind, erhalten die Kunden zudem qualitätsgesicherte Antworten.

E-Mail Management Software wie VERA reduzieren den Aufwand für die Beantwortung von Kunden-E-Mails um 30 bis 75%. Kunden erhalten schneller qualifizierte Antworten zur Lösung ihres Problems oder ihrer Anfrage. Damit verbessert sich einerseits die Kundenzufriedenheit, andererseits werden Kosten im Service Center reduziert.

5 Tipps für effiziente E-Mail Beantwortung:

1. E-Mail Eingänge qualifizieren und quantifizieren: Erfassen Sie eingehende Vorgangsvolumen je Geschäftsvorfall, definieren Sie die Zuständigkeiten (Skills) im weiteren Bearbeitungsprozess und eruieren Sie die bedeutenden Anfragegründe. Wenn möglich: erfassen Sie den durchschnittlichen Zeitaufwand für die Bearbeitung der E-Mail und die benötigten Nacharbeiten.
2. Zentrale Funktions-Postfächer einführen: Legen Sie – soweit möglich – E-Mails in Standard-Eingangspostfächern zusammen. Das intelligente Routing in Themenbereiche übernimmt das ERM System durch Inhaltserkennung.
3. Mengengerüste definieren: Eruieren Sie anhand der Mengengerüste, ob für Ihre Organisation ein Wechsel auf ein professionelles Response Management Sinn machen wird. Welche Volumen liegen vor? Wie zeit- und kostenintensiv ist die Verarbeitung?
4. Antworten konsolidieren: bis zu 80 Prozent der täglich eingehenden E-Mail-Anfragen können in der Regel mit vordefinierten Antworten (Textbausteinen) beantwortet werden. Führen Sie ein Redaktionsteam ein, welches in regelmäßigen Abständen die Inhalte korrigiert und überarbeitet. Es darf allerdings auf Kundenseite nicht der Eindruck entstehen, dass Dialoge vorformuliert und immer gleich sind. Persönliche Bezüge können und sollten deshalb durch die Agenten eingefügt werden.
5. Push- statt Pull-Verfahren: das ERMS verteilt eingehende E-Mails nach dem FIFO Prinzip (first-in-first-out) zeitnah und für die Agenten in fairer Weise. „Rosinen picken“ wird verhindert. Wichtige E-Mails können zudem priorisiert werden.

Zufriedene Kunden bei geringeren Kosten – hier liegen Optimierungspotentiale, die viele Service Center bislang noch nicht nutzen. Response Management Systeme sind hier der Schlüssel zum Erfolg.

Über den Autor: Uwe Witt

Autor



Uwe Witt berät seit über 10 Jahren serviceorientierte Unternehmen, die ihre E-Mail Kommunikation mit ihren Kunden besser, effizienter und kostengünstiger gestalten wollen. Witt hat dabei u.a. die Einführung der E-Mail Response Management Software VERA (ITyX Gruppe) bei namhaften Unternehmen und Behörden wie Vodafone, Bundespresseamt, Nintendo of Europe, AOK, Swiss, Runners Point und Smile direct Versicherung verantwortet.

Kontakt



VERA Software GmbH
Uwe Witt
- Büro Köln -
Stollwerckstraße 17-19
51149 Köln-Westhoven

Tel. +49 (2203)- 899 8719
E-Mail: uwe.witt@vera-software.com
Web: www.vera-software.de

eBook "Erfolgreiches Contactcenter 2014"

Das eBook "Erfolgreiches Contactcenter 2014" enthält Fachartikel von Referenten und Lösungsanbietern der Veranstaltung "Erfolgreiches Contactcenter 2014", die am 04.11.2014 im Congresspark Hanau stattgefunden hat.

Die Folien der Workshops und Vorträge stehen unter der Veranstaltungswebsite

www.erfolgreiches-contactcenter.de

zum Download zur Verfügung. Die Referenten und Autoren der vorliegenden Fachartikel wollen Callcenter-Managern und Verantwortlichen in Servicecentern helfen, sich auf die Herausforderungen der nahen Zukunft einzustellen. Rezeptlösungen gibt es nicht. Aber die Beiträge liefern Gedankenanstöße und geben Impulse zum eigenen Nachdenken.

Im Namen der Autoren wünsche ich Ihnen eine unterhaltsame Lektüre.

Ihr
Markus Grutzeck

Herausgeber:

Grutzeck-Software GmbH
Hessen-Homburg-Platz 1
63452 Hanau
Germany
Tel.: +49 (0) 6181 - 9701-0
Fax: +49 (0) 6181 / 9701-66
Email: info@grutzeck.de
Web: www.grutzeck.de

ISBN: 978-3-941952-14-0

