

Skype for Business

Herzstück in der Omni-Channel-Kommunikation

Telefon und E-Mail sind zwar nach wie vor der beliebteste Kontaktweg zum Kundenservice. Allerdings stehen Verbraucher erweiterten Kommunikationskanälen wie zum Beispiel Chat, Social Media oder Video durchaus offen gegenüber. Zu diesem Ergebnis kommt eine Repräsentativ-Befragung im Auftrag von Enghouse Interactive. Unternehmen sind gut beraten, mit der Positionierung einer multimedialen Kommunikationsstrategie die Voraussetzungen für eine Servicequalität zu schaffen, die dem hohen Kundenanspruch auch gerecht werden kann.

Drei Dinge erwartet der Kunde von einem guten Service: Fachkompetenz, schnelle Bearbeitung und Freundlichkeit. Dies hat das Marktforschungsunternehmen „produkt+markt“ in einer von Enghouse Interactive beauftragten bundesweiten Befragung zum Thema Kundenservice ermittelt. Wer dies ignoriert, hat mit katastrophalen Folgen zu rechnen. Denn in solchen Fällen beenden laut Studie 60 Prozent der Befragten die Geschäftsbeziehung dauerhaft. Abhilfe schafft Omnichannel-Kommunikation via Apps, E-Mail, Chat, Internet, Social Media, Video etc. Derlei kanalübergreifender Service unterstützt bei der raschen und flexiblen Beantwortung von Anfragen. Kunden stehen Helpdesk, Service-, Verkaufs- und Personalabteilung sowie Buchhaltung jederzeit zur Verfügung.

Kunden haben keine Scheu vor neuen Kommunikationsformen. Im Gegenteil. Laut oben genannter Enghouse-Studie stoßen Online-Kanäle wie Self Services oder Wissensplattformen bei rund drei Viertel der Befragten auf Interesse.

Dank Skype sind Chat und Video zumindest in der Privatkommunikation längst die Regel. In Kombination mit kanalübergreifenden Kundeninteraktionslösungen öffnet sich Dienstleistern mit

Skype for Business nunmehr eine Riesenchance für eine bislang völlig unbekannte Qualität im Kundenservice (siehe auch Infokasten), da es die Lücke zwischen der Unternehmens- und der Privatkundenkommunikation schließt.

„Der Zugang zum Kundenservice ist barrierefrei, ein Telefon ist nicht zwingend notwendig und die Kommunikation lässt sich komplett per Web oder App abwickeln“, sagt Wolfgang Falk, Director Solution Consultant bei Enghouse. Dabei befuchten sich Kundeninteraktionslösungen für die Omnichannel-Kommunikation von Enghouse Interactive und Skype for Business gegenseitig. Geradezu prädestiniert hierfür ist „Voxtron Communication Center“ (VCC) mit seiner zentralen Verwaltung des Contact Cen-

ters auf Basis von Skype for Business. Via Web-Browser können alle Mitarbeiter über Skype for Business kommunizieren. Dank einer intelligenten Funktion erkennt VCC kanalübergreifend den Kunden und zeigt die bisherige Kommunikation komplett an.

Astrid Pocklington <

AUTOR	
	<p>Astrid Pocklington ist Marketing Manager bei Enghouse Interactive.</p> <p>www.enghouseinteractive.de</p>

OMNICHANNEL

Kanalübergreifender Kundenservice

Skype for Business kann zu einem komfortablen Werkzeug für die Kundenbindung im Contact Center werden. Neben Sprache werden standardmäßig Video und Chat zur Verfügung gestellt. Der Konsument kommuniziert kostenfrei, die Angst vor der Warteschleife fällt weg. Nicht zuletzt, weil über unterschiedlichste Kanäle Serviceleistungen in Anspruch genommen werden können (wie etwa Produktberatung vom Fachmann per Video). Darüber hinaus funktioniert die Kommunikation mit Skype for Business in Kombination mit entsprechenden Kundeninteraktionslösungen von Enghouse Interactive kanalübergreifend. Der Kunde kann praktisch von einem zum anderen Kanal fliegend wechseln. Für Dienstleister spielt es dabei keine Rolle, ob sie eine gehostete oder eine Inhouse-Lösung wählen, denn Enghouse nutzt die von Microsoft unterstützten Schnittstellen.