

„Kunden von heute wollen unkompliziert und erfolgreich kommunizieren, egal wo sie sich gerade befinden“, sagt Ralf Mühlhoyer, Managing Director von Enghouse Interactive für die DACH-Region und Osteuropa. Kundenservice – überall, jederzeit und auf allen Kanälen laut sein Credo. Für Experten wie Mühlhoyer steht fest, dass davon die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen abhängen kann. „Unternehmen müssen auf unterschiedlichsten Kanälen Möglichkeiten der Kontaktaufnahme zur Verfügung stellen“, pflichtet Walter Benedikt, Vizepräsident des Call Center Verband Deutschland e.V., dem bei. Zwar unterstützen viele Contact Center heute bereits neben Telefon und E-Mail weitere diverse Kommunikationskanäle wie Social Media, Chat, Sprachportale oder SMS. Allerdings ist die Relevanz neuer Kanäle einer Studie von Pierre Audoin Consultants (PAC) und Damovo zufolge in Relation zum gesamten Anfrageaufkommen sehr gering. So suchen z.B. bei Contact Centern, die Social Media anbieten, lediglich drei Prozent der Kunden den Kontakt über diesen Kanal. Nach Meinung von PAC-Analyst Dr. Andreas Stiehler fehlt es meist an der Strategie, um die Mehrkanal-Kommunikation in Deutschland aus der Diaspora zu führen.

Enghouse Interactive empfiehlt folgende Schritte für eine erfolgreiche Omnichannel-Strategie:

1. Auf der Suche nach dem Point of Sales

Unternehmen müssen die Kommunikationsgewohnheiten potenzieller Kunden kennen. Während die ältere Generation gerne den persönlichen Kontakt sucht, hat vor allem für junge Menschen das Telefon als wichtigstes Medium ausgedient. Sie setzen auf elektronische Kommunikation via Apps, E-Mail, Chat, Internet, Social Media, Dokumenten-Sharing oder Video-Support. Contact Center müssen sich also dafür rüsten, diese Kommunikationskanäle nicht nur einzurichten, sondern sie müssen entsprechende Serviceanfragen über diese Kanäle auch abwickeln können.

2. Wachsende Herausforderung an Mitarbeiter und Technik

Verschiedene Kommunikationskanäle ziehen logischerweise auch eine unterschiedliche

An Omnichannel führt kein Weg vorbei



Obwohl viele Contact Center diverse Kommunikationskanäle unterstützen, steckt die Mehrkanal-Kommunikation mangels richtiger Strategie noch in den Kinderschuhen. Enghouse Interactive gibt Tipps, wie Unternehmen den Kundendialog der Zukunft optimal nutzen können.

Form des Kundendialogs nach sich. Darauf müssen Contact Center vorbereitet sein und ihre Mitarbeiter entsprechend schulen. Ebenso müssen die technischen Voraussetzungen im Contact Center gegeben sein, damit die Agenten einen bestimmten Kunden auch dann sofort identifizieren können, wenn dieser den Kommunikationskanal wechselt.

3. Kundenzufriedenheit analysieren

Nicht jeder Kundenwunsch lässt sich erfüllen, wohl aber die Zufriedenheit der Kunden im Allgemeinen. Regelmäßige Direktbefragungen (!) helfen dabei, das Contact Center noch kundenorientierter zu positionieren. Klassische Kennzahlen wie die durchschnitt-

liche Gesprächsdauer taugen dafür nicht, wichtig ist die Sicht des Kunden.

4. Effizientes Wissensmanagement

Agenten benötigen schnellen Zugang zu Kunden- und Produktinformationen wie auch zu Experten, die schwierige Anrufe qualifiziert beantworten können. Daher gilt: Je mehr Kommunikationskanäle im Contact Center, desto anspruchsvoller muss das Wissensmanagement sein.

Astrid Pocklington

Marketing Manager Enghouse Interactive
+49 69 90027930 |
Astrid.Pocklington@enghouse.com