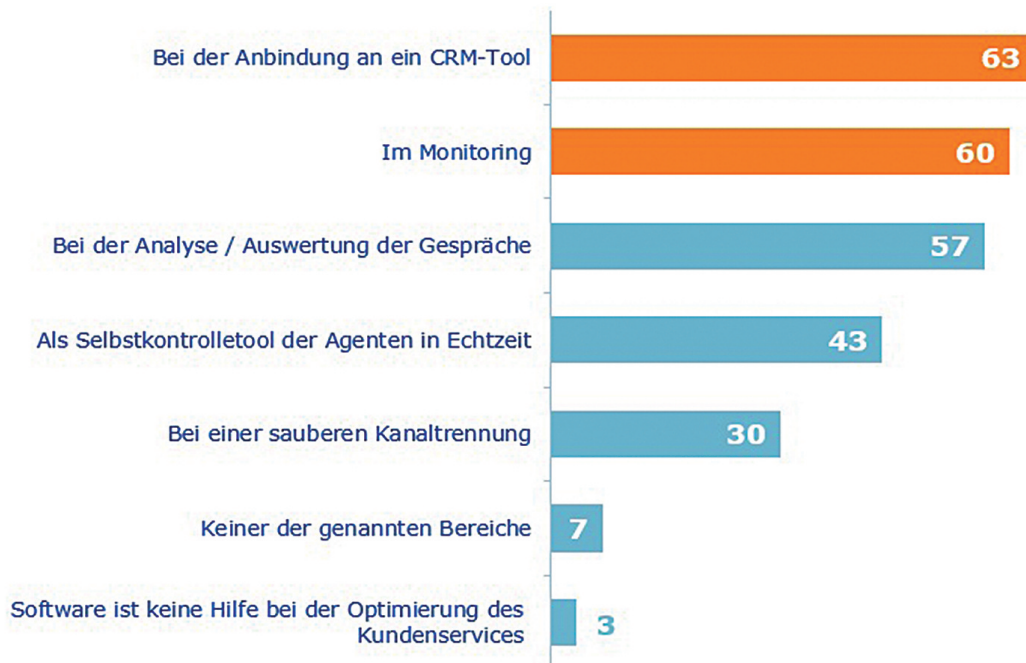


ENGHOUSE-STUDIE:

SOFTWARE MACHT AGENTEN GLÜCKLICH – UND KUNDEN ZUFRIEDEN

Software kann nach Meinung von Experten den Kundenservice optimieren (in Prozent, Mehrfachantworten möglich)



Quelle: Statista / Enghouse Interactive

nutzt gerade mal ein Viertel der Contact Center-Software zur Erhöhung der Gesprächsqualität. Als Gründe nennen Entscheider den Aufwand bei der Einführung sowie den Mangel an Verwendungsmöglichkeiten. Der Preis spielte weniger eine Rolle. Hier scheinen zumindest Entscheider das Potenzial solcher Lösungen noch nicht erkannt zu haben. Denn rund drei Viertel der Agenten, die zum Beispiel Echtzeit-Sprachanalyse-Lösungen nutzen, sind von dem Nutzwert solcher Qualitätsmanagement-Software überzeugt. Sie profitieren von Funktionen wie Gesprächsaufzeichnung, Live-Monitoring, Anrufbewertung und Agenten-Coaching.

Für die überwiegende Mehrheit der Entscheider in Contact Centern ist der Einsatz von Software gerechtfertigt. Entsprechende Lösungen könnten Agenten in ihrer Effizienz unterstützen und zu besserem Kundenservice führen. Überraschend ist gleichwohl das teils mangelnde Verständnis für den Nutzen von Software in manchen Bereichen. Zu diesem Ergebnis kommt eine B2B-Studie von Statista im Auftrag der Enghouse AG.

Für viele Entscheider ist ein motivierter und kompetenter Agent wichtigstes Glied in der Kette der Kundenbeziehung. Software, so die Enghouse-Studie, sei für die alltägliche Arbeit des Agenten nach Meinung der Entscheider sehr hilfreich und könne einen

hohen Beitrag zur Optimierung des Kundenservices leisten.

Hoch im Kurs stehen demnach Software-Lösungen für:

- die Anbindung an CRM-Tools zur Darstellung des Kundenprofils,
- das Bestandskundenmanagement,
- das Wissensmanagement,
- das Monitoring,
- den Zugriff auf die aktuelle Kundenhistorie,
- die kanalübergreifende Kundenbetreuung (Omnichannel).

Eine hohe Diskrepanz förderte die Studie hinsichtlich der Software-Einsatzbereiche zu Tage. Während fast zwei Drittel der Entscheider angaben, bereits CRM-Lösungen zur Darstellung des Kundenprofils einzusetzen,

sprachsaufzeichnung, Live-Monitoring, Anrufbewertung und Agenten-Coaching.

Im Rahmen der Online-B2B-Studie „Software-Lösungen in Contact Centern“ wurden 151 Personen befragt (Zeitraum: April 2017), die in Contact Center und/oder Kundenserviceabteilungen deutscher KMUs arbeiten. Davon 30 Entscheider in leitender Position sowie 121 Agenten.

Astrid Pocklington,
Marketing Director Enghouse Interactive,
www.enghouseinteractive.de

