

„Voxtron Communication Center“ mit Skype for Business

Echtes Omnichannel-Erlebnis via Handy

Konsumenten nutzen ihr Mobiltelefon heute längst nicht mehr ausschließlich zum Telefonieren, sondern kommunizieren unter anderem per SMS, Chat, Skype-Video-Call oder Social Media. Das entspricht nicht nur dem zunehmenden Trend nach Mobilität und ständiger Erreichbarkeit, es erlaubt dem Kunden auch, den eigenen Kommunikationspräferenzen entsprechend, mit einem Unternehmen in Kontakt zu treten.

Als echtes Omnichannel-Gerät ist das Handy geradezu prädestiniert für den Aufbau einer emotionalen Bindung zwischen Kunden und Dienstleister bzw. Produkt (Customer Experience). Contact Center benötigen daher Omnichannel-Lösungen mit integriertem Skype for Business, die diesem Kommunikationsverhalten gerecht werden und selbst höchste Erwartungen in einem mehr und mehr digital vernetzten Umfeld erfüllen können.

Die rasch zunehmende Digitalisierung im privaten wie beruflichen Umfeld verändert die

Art und Weise, wie Kunden und Unternehmen miteinander kommunizieren. So stehen z.B. viele verschiedene Kontaktmöglichkeiten nicht nur auf der Kundenwunschliste, sie stellen auch ein wichtiges Entscheidungskriterium für oder gegen ein Unternehmen dar. Laut einer bundesweiten Repräsentativ-Befragung von Enghouse Interactive zum Thema „Qualität im Kundenservice“ (<https://enghouseinteractive.de/qualitaet-im-kundenservice>) wollen Verbraucher zu jeder Zeit und an jedem Ort mit ihrem Dienstleister kommunizieren – über unterschiedliche Kanäle, schnell und unkompliziert.

Immer häufiger geschieht dies via Mobiltelefon. Es ist das Kommunikationsgerät, das Verbraucher immer und überall mit sich führen. Das Handy bringt eine Vielzahl von Kanälen unter einen Hut und vereint verschiedenste Kommunikationsformen in einer einheitlichen, integrierten Customer Experience. Dienstleister dürfen sich aber nicht darauf beschränken, lediglich möglichst viele unterschiedliche Kommunikationskanäle bereitzustellen. Das reicht nicht. Kunden erwarten, dass ihre Anliegen –

unabhängig von der Art der Kontaktaufnahme – schnell und effizient bearbeitet werden. Markenwahrnehmung und Nutzererlebnis (User Experience) sollten also über alle Kanäle hinweg einheitlich und konsequent sein.

Dringend geboten sind daher Omnichannel-Lösungen mit integriertem Skype for Business wie „Voxtron Communication Center“ von Enghouse Interactive (<https://enghouseinteractive.de/loesungen/contact-center/omnichannel-contact-center-software>). Diese Software verwaltet alle Kundenkontaktpunkte in einer einheitlichen Anwendungsumgebung und vereint unterschiedlichste Kommunikationsmedien. Der Konsument kann mit seinem Handy von einem Kommunikationskanal zum anderen wechseln, ohne dass Informationen beim Dienstleister verloren gehen.



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