

Wussten Sie schon, dass ...



... die meisten Konsumenten hierzulande Omnichannel lieben? Digitale Kommunikationskanäle sind der absolute Hit! Das belegt die bundesweite Repräsentativ-Befragung „Qualität im Kundenservice“. Ganz oben in der Rangliste steht die E-Mail, so das Ergebnis der vom Marktforschungsunternehmen produkt+markt im Auftrag von Enghouse Interactive durchgeführten Umfrage. Und die Verbraucher würden gerne viel öfter Kanäle wie Social Media, Videotelefonie via Skype, Chat oder Online-Kontaktformulare nutzen – wenn sie es denn mit gutem Gewissen tun könnten.

Doch ganz offenbar mangelt es an Omnichannel-Angeboten, die das beherzigen, was den Kundendialog zum Erlebnis werden lässt: Einen kompetenten, schnellen und freundlichen Service. Wundern kann es daher nicht, wenn laut Umfrage der Großteil der Verbraucher zum Telefon greift, wenn sie sich informieren, einkaufen oder reklamieren wollen. Warum? Weil Verbraucher im persönlichen Gespräch gute Erfahrungen gemacht haben und sich am besten beraten fühlen. Hier zeigt sich, welchen positiven Einfluss innovative Kommunikationstechnologie auf den Kundenservice haben können. Zum Beispiel Lösungen wie „ELSBETH VocalCoach“ und „AND Guard“, die u.a. durch Erkennung von Emotionen, persönlicher Kundenansprache und intelligenter Rufumleitung hohe Effizienz und Flexibilität in der telefonbasierten Kommunikation bieten.

Zweifellos ist den meisten Verbrauchern der Kontakt zum Kundenservice eines Unternehmens sehr wichtig. Auf welchem Weg das vonstatten geht, ist zunächst zweitrangig. Das untermauert die Enghouse-Umfrage eindeutig. Hauptsache Fachkompetenz, Schnelligkeit, Freundlichkeit stimmen beim Kundenservice. Sind diese K.o.-Kriterien erfüllt, stehen die meisten Verbraucher nicht nur einer Vielzahl von zusätzlichen Kommunikationskanälen sehr offen gegenüber.

Auch gegen die Speicherung personenbezogener Daten gibt es laut Enghouse-Umfrage keine gravierenden Einwände. Lediglich jeder Fünfte lehnt eine Speicherung seiner persönlichen Daten kategorisch ab. Der Rest steht dem eher positiv gegenüber – vorausgesetzt, es dient dem Kundenservice.

Was können Dienstleister daraus lernen? Wirklich gute Qualität in der Kundenkommunikation erfordert nicht nur ein stimmiges Omnichannel-Konzept. Auch die oben aufgeführten Servicekriterien müssen kanalübergreifend bedient werden. Wer Beides bietet, verschafft sich einen Wettbewerbsvorsprung. Darin liegt eine große Chance – für Unternehmen und Kunden.

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

TERMINTIPPS

E-Mail Expo 2011

Vermitteln soll, wie ein fertiggestellter Textblock aussieht. Dies ist so genannter Blindtext, der einen optischen Eindruck

Termin: 16. Mai 2011

Ort: Frankfurt Messe

Veranstalter: Messe Frankfurt

Düsseldorfer Telekommunikationstag

Vermitteln soll, wie ein fertiggestellter Textblock aussieht. Dies ist so genannter Blindtext, der einen optischen Eindruck

