

Wussten Sie schon, dass ...

... die ältere Generation der Konsumenten mehrheitlich kein großes Problem mit der Speicherung personenbezogener Daten hat? Beispielsweise beim telefonischen Kontakt mit dem Kundenservice eines Unternehmens. Deutlich skeptischer sind jüngere Menschen. Selbst wenn mit der Speicherung von Name, Adresse etc. der Kundenservice verbessert würde – viele befürchten die Zweckentfremdung ihrer Daten. Dieses erstaunliche Ergebnis brachte eine aktuelle und deutschlandweite Repräsentativ-Befragung des Marktforschungsunternehmens produkt+ markt im Auftrag der Enghouse AG ans Licht.



Demzufolge lehnen immerhin 22 Prozent der unter 30-jährigen eine Speicherung personenbezogener Daten kategorisch ab. Bei den befragten Frauen und Männern zwischen 18 und 55 Jahren äußert sogar fast jeder Zweite Bedenken.

Solche Zahlen müssen für alle Unternehmen, die Wert auf Kundenloyalität legen, alarmierend sein. Denn dies zeigt nicht nur, dass mit Kundendaten äußerst sorgsam umzugehen ist – dem Kunden ist auch glaubwürdig zu vermitteln, dass seine Daten in guten Händen sind!

Der Einsatz von Technologie spielt hierbei eine tragende Rolle. So müssen zum Beispiel aufgezeichnete Telefonate signiert und verschlüsselt abgelegt werden, um eine sichere Ablage der Gesprächsdaten zu gewährleisten und deren nachträgliche Veränderung auszuschließen. Lösungen wie „AND Phone Recorder“ verschaffen Transparenz, sichern die Kommunikationsumgebung hochgradig ab und schützen Kundendaten wirkungsvoll.

Nicht nur bei der Kundenberatung, auch im telefonischen Geschäftsverkehr ist Sicherheit das Gebot der Stunde. So müssen Verträge mit digitaler Unterschrift rechtskräftig sein. Unternehmen, die die Software „ELSBETH ContractCompliance“ einsetzen, bieten dem Verbraucher ein sicheres und obendrein sehr komfortables Käuferlebnis.

Dienstleister müssen mit gutem Beispiel vorangehen, um das Vertrauen ihrer Kunden zu gewinnen. Ausgereifte Lösungen für das firmeninterne Telefonmanagement wie „AND Guard“ bieten u.a. ein Regelwerk, demzufolge nur autorisierte Nutzergruppen auf bestimmte Kundendaten zugreifen können.

Jüngere Konsumenten sind, wie die Enghouse-Studie zeigt, skeptisch in puncto Datenschutz/-sicherheit. Aber gerade sie haben gegenüber der älteren Generation eine größere Affinität zu unterschiedlichsten Kommunikationskanälen und Social Media-Plattformen. Diese Zielgruppe fordert hohe Transparenz beim Umgang mit Kundendaten. Dienstleister, die das beherzigen, zeigen, dass ihnen die Daten und Informationen ihrer Kunden sehr wichtig sind – und können beim kanalübergreifenden Kundenservice punkten.

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