

DIE ZUKUNFT DES KUNDENSERVICE – Enghouse Vision 2020, Leipzig



Stefan Kovacs, Regional Director Sales and Business Development, DACH

Stefan.kovacs@teleopti.com



**Die Welt verändert
sich**

Internet der Dinge



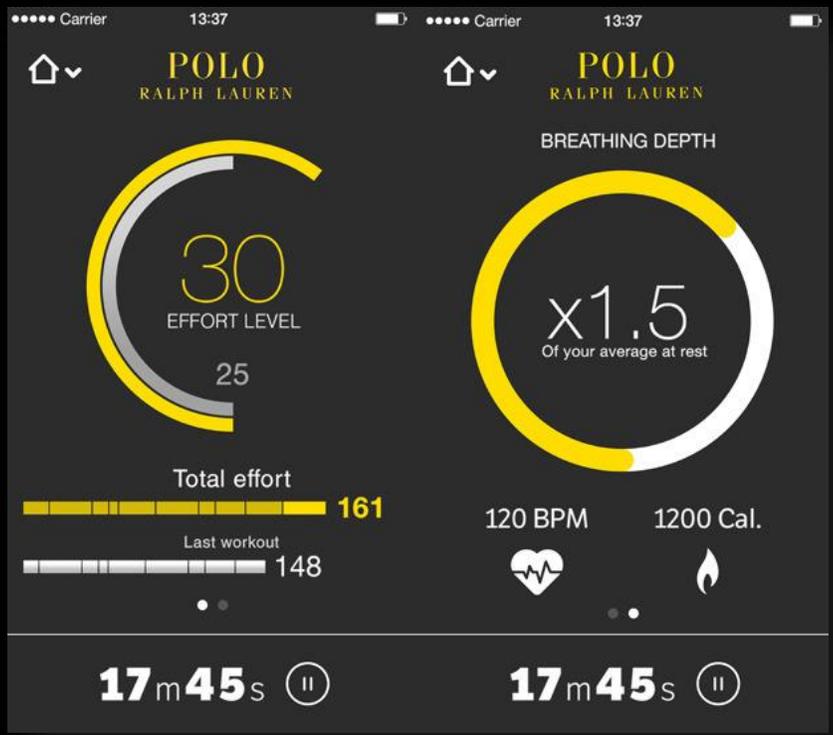
Internet der Dinge

THE NEXT EVOLUTION
OF WEARABLE TECHNOLOGY

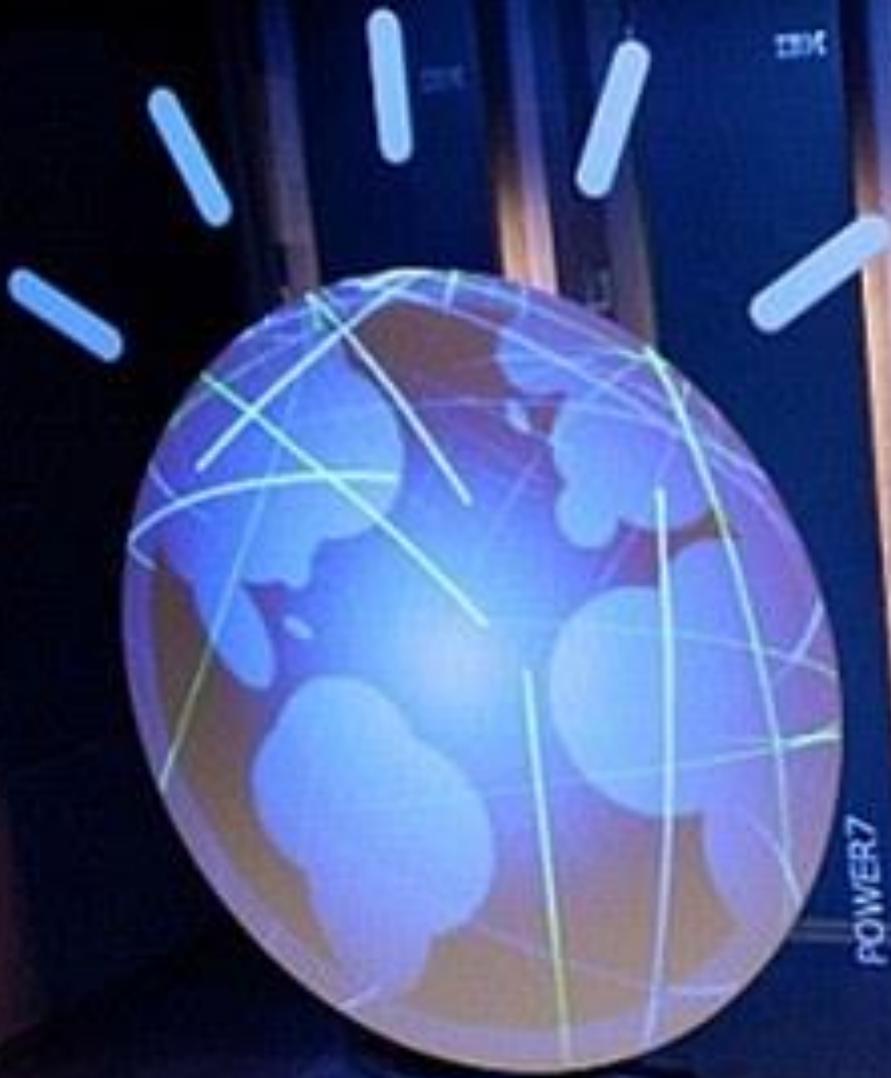
POLO RALPH LAUREN

THE POLO TECH SHIRT

WE ARE PROUD TO BE THE FIRST LUXURY LIFESTYLE
BRAND TO OFFER APPAREL THAT TRACKS AND
STREAMS REAL-TIME BIOMETRIC DATA DIRECTLY TO
YOUR SMARTPHONE OR TABLET



Künstliche Intelligenz



POWER7

IBM

POWER7

IBM

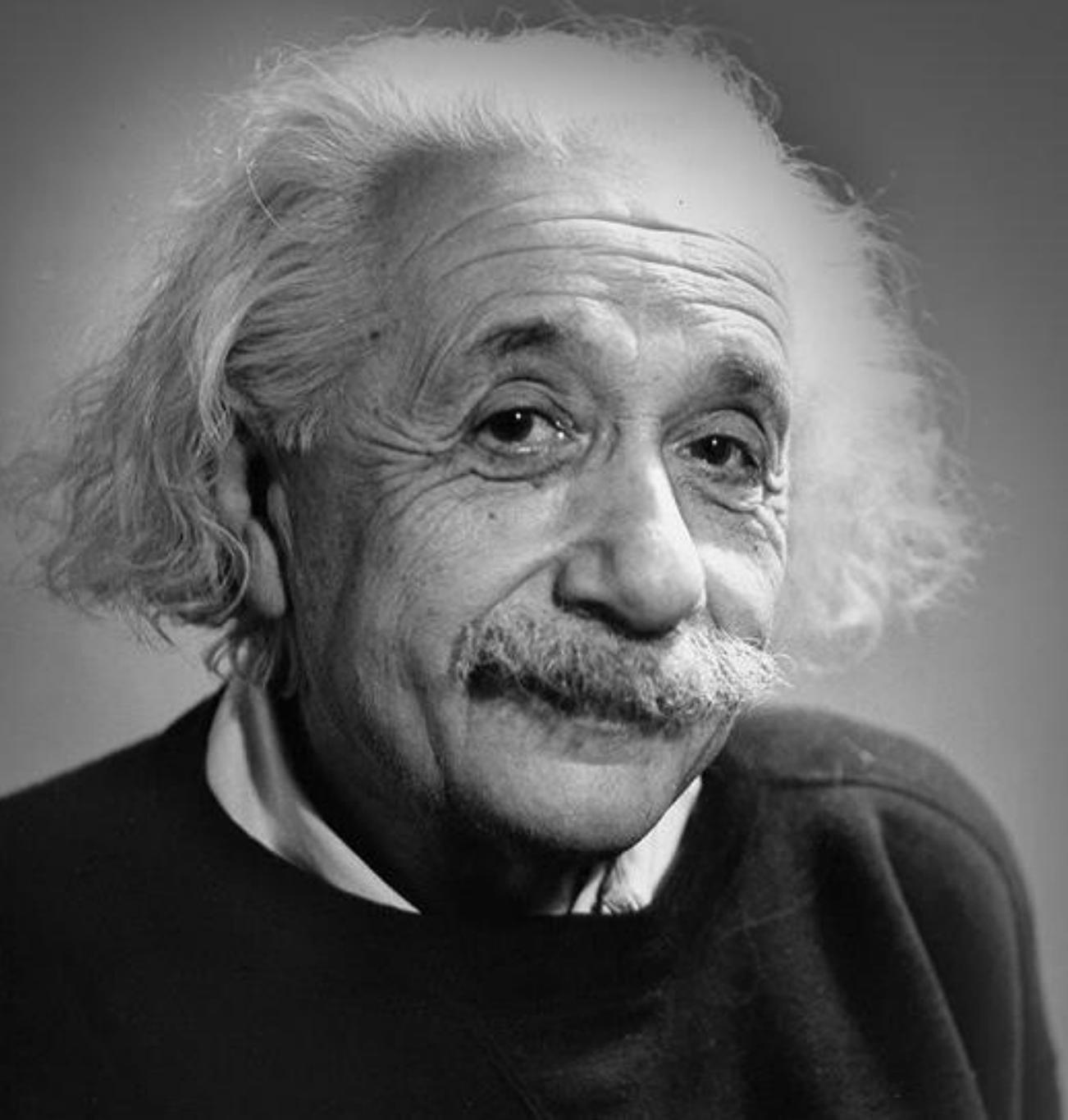
POWER7

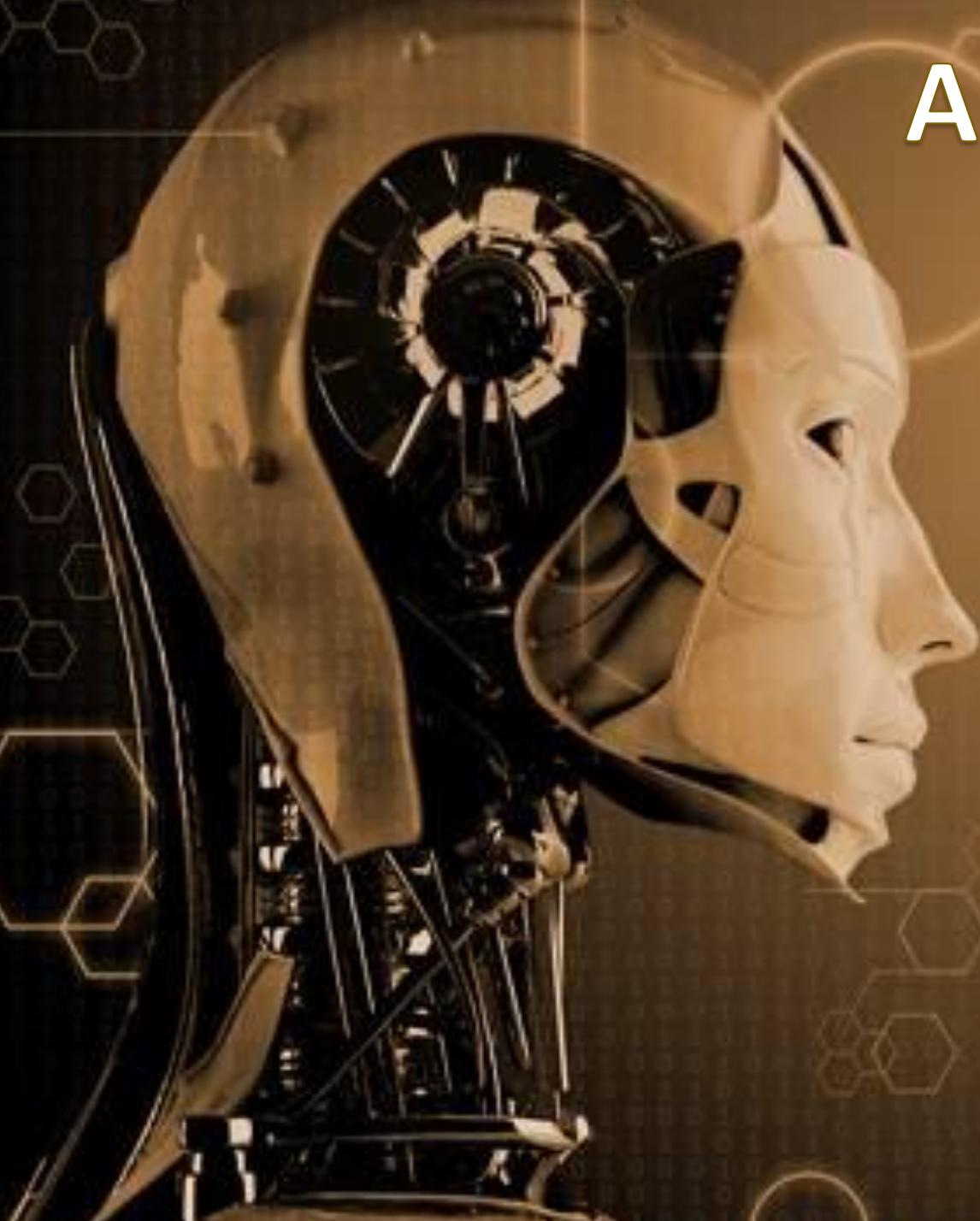
ATSON

POWER7



Smartes CRM





Automatisierung von Wissen

indiatoday 

**WORLD'S FIRST
ARTIFICIALLY INTELLIGENT
LAWYER**

Wert der Zeit



Motivierte Mitarbeiter

(Millennials als Kunden & Mitarbeitermotivation)



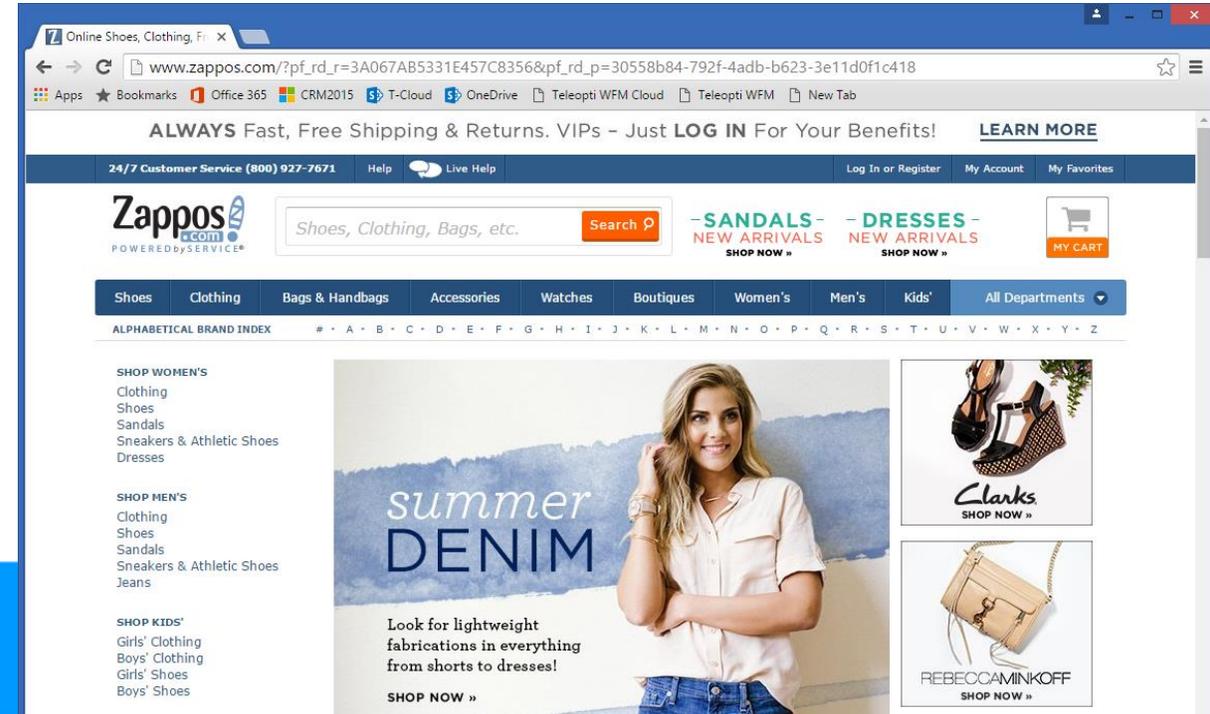
KUNDENSERVICE IN DEN NÄCHSTEN FÜNF JAHREN

- Kundenerfahrung wird zum wichtigen Unterscheidungsmerkmal
- Omnichannel & Customer Journey
- Die richtige Antwort zum richtigen Zeitpunkt
- Mitarbeitermotivation



KUNDENERFAHRUNG ALS UNTERSCHIEDUNGSMERKMAL

- Zappos hat kein Limit für Telefonate im Kundenservice und verrechnet diese als Ausgaben für Marketing.
- Der WOW-Faktor in der Unternehmenskultur
- Wenn Mitarbeiter im Kundenservice zum Telefon greifen, wird von ihnen erwartet, alles Nötige zu tun, um den Kunden zufriedenzustellen.
- Es gibt keine Zielvorgaben für die Länge der Telefonate. Der Fokus liegt allein darauf, eine großartige Erfahrung für den Kunden zu schaffen.



ZAPPOS @ WORK

Zappos fulfillment Center in Kentucky & Zappos Headquarters in Las Vegas



MULTICHANNEL – OMNICHANNEL

Von vielen Kanälen hin zu einem einheitlichen Service über alle Phasen der „Customer Journey“

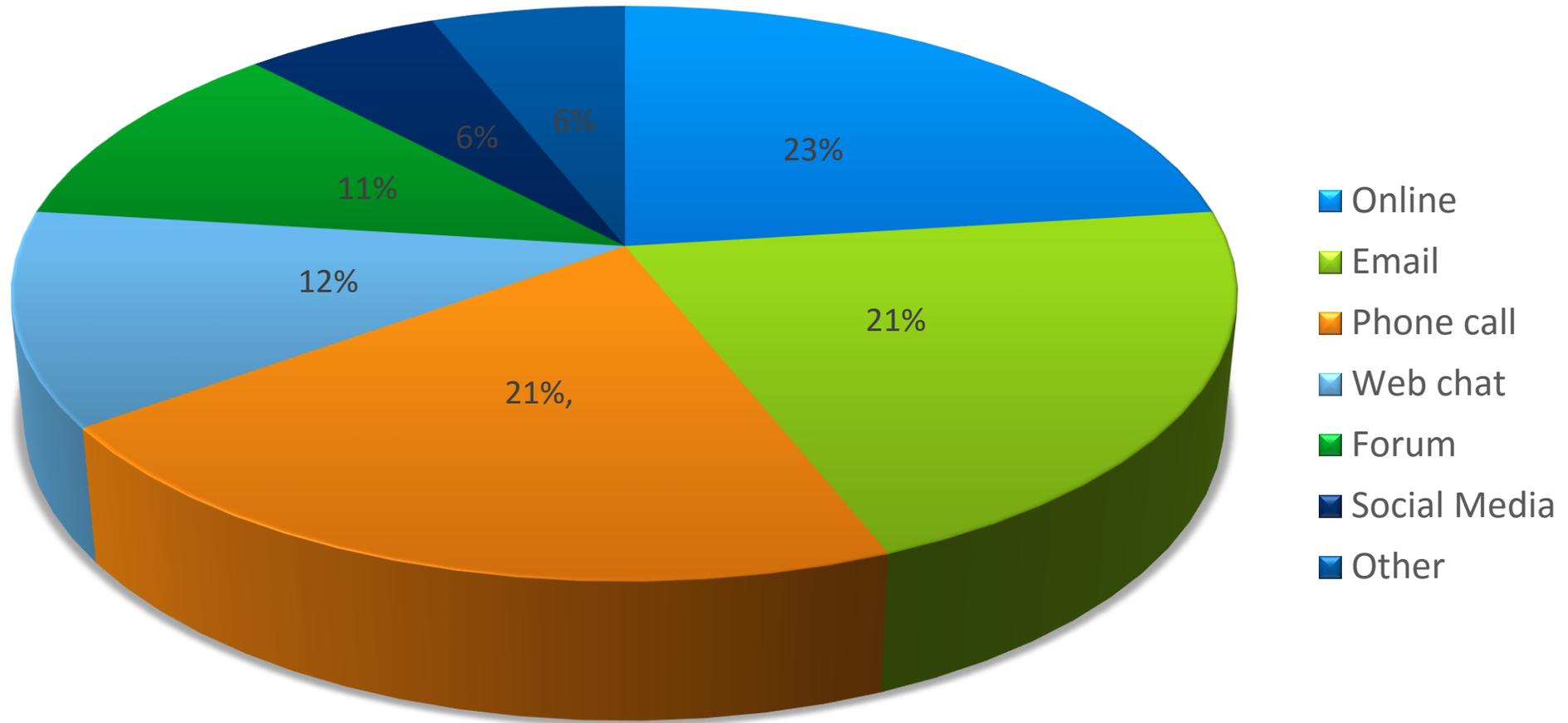


80%

der Kunden im Laden
vergleichen vorher die Preise
online.

Quelle: MIT

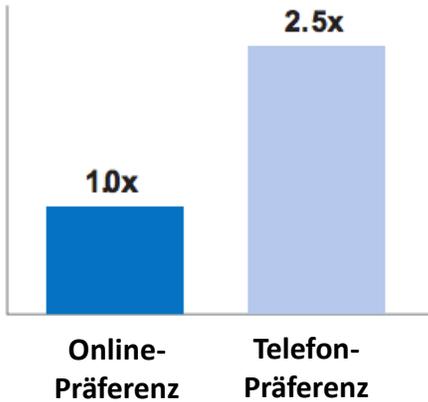
VON KUNDEN BEVORZUGTE KANÄLE



KUNDEN WOLLEN NICHT VIEL ZEIT MIT IHREN AGENTEN VERBRINGEN

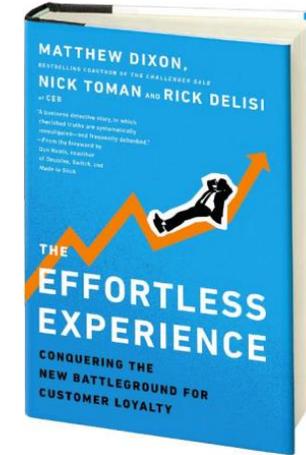
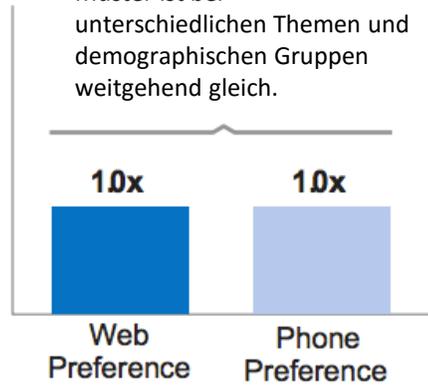
Selbstbedienungs-Optionen + Konsistenz über alle Kanäle hinweg + Lösungen beim ersten Kontakt

Wahrnehmung des Unternehmens



Tatsächliche Präferenz der Kunden

Muster ist bei unterschiedlichen Themen und demographischen Gruppen weitgehend gleich.



- Noch vor 3-5 Jahren nutzten 66% der Kunden überwiegend den telefonischen Kontakt.
- Heute geben nur noch 28% der Kunden an, überwiegend den telefonischen Kontakt zu nutzen.

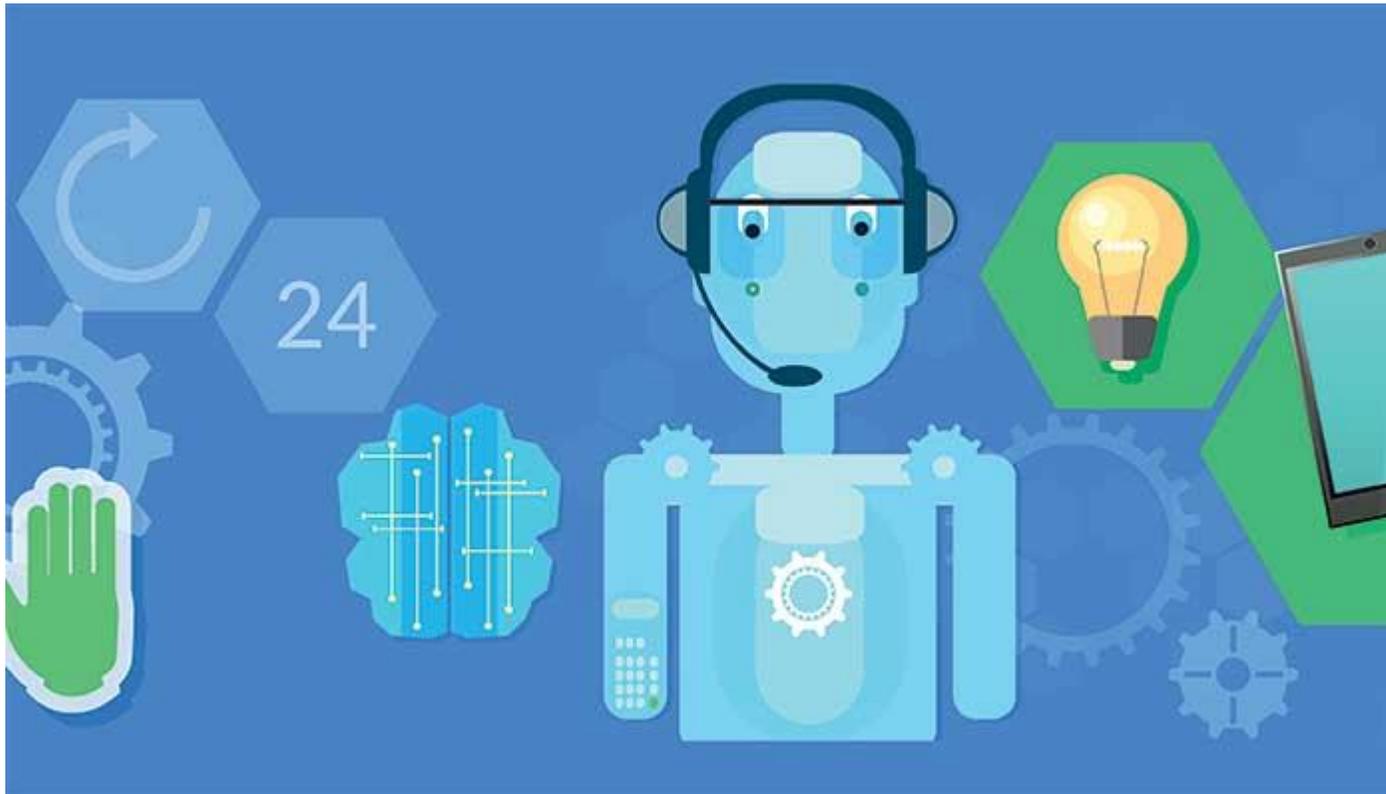
Studien haben gezeigt:

- WOW-Erlebnisse werden überbewertet
- Die meisten Service-Erfahrungen führen zu **weniger** Kundentreue
- Geringer Aufwand für die Kunden muss das Ziel sein

Quelle: CEB

MEHR AUTOMATISIERUNG

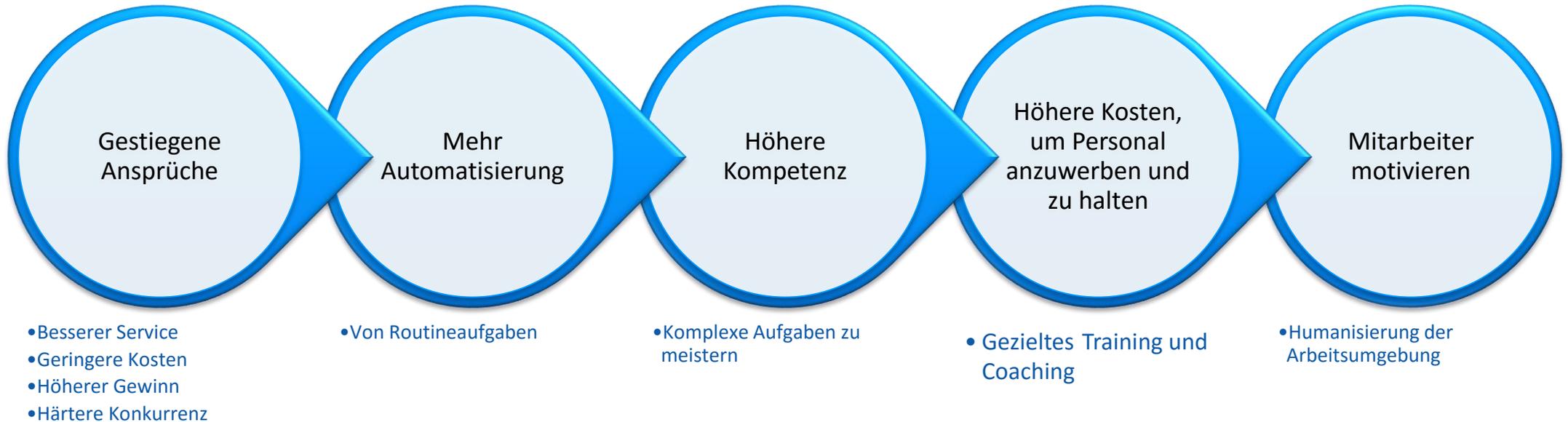
Sprachdialogsysteme, Online-Selbstbedienung, Chatbots, künstliche Intelligenz



Automatisierung
für besseren Service
vs
für niedrigere Kosten

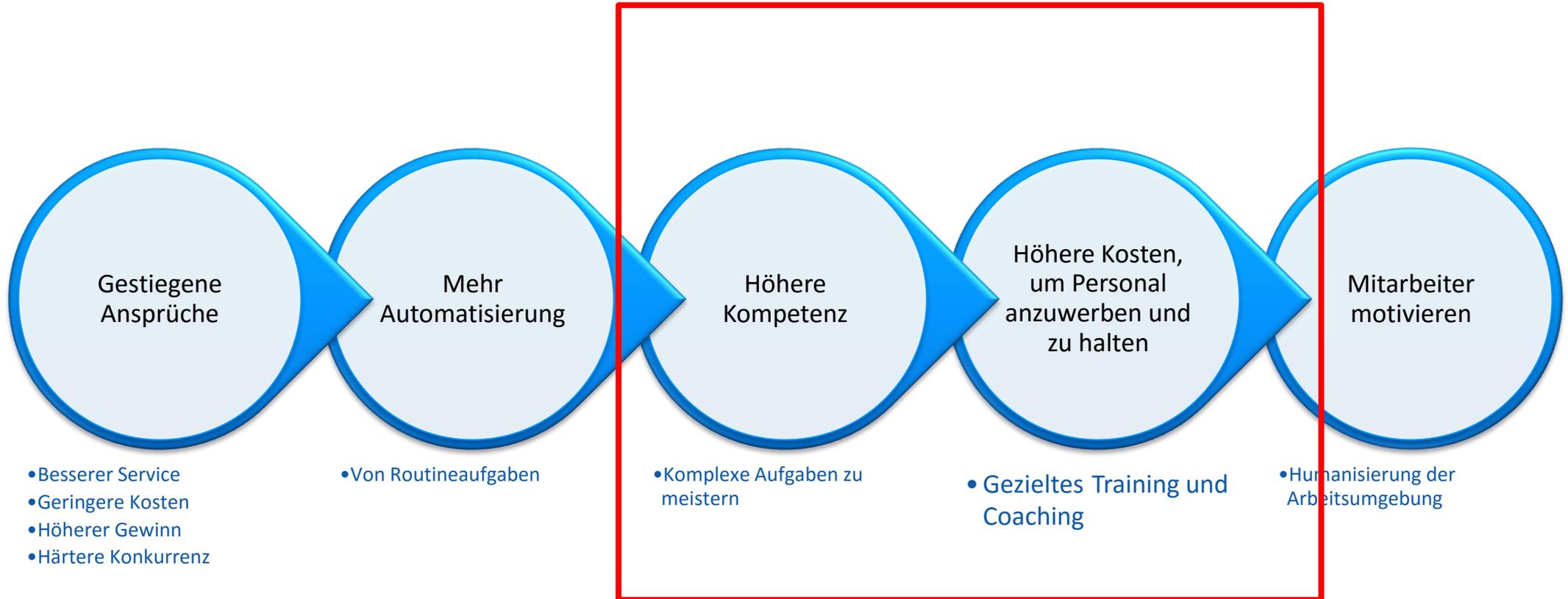
KUNDENSERVICE IN DEN NÄCHSTEN 5 JAHREN

Kompetenzmanagement und Mitarbeitermotivation werden immer wichtiger



BEDARF NACH HÖHERER KOMPETENZ DURCH AUTOMATISIERUNG

Mit den Zielen FCR und Upselling



WIE MAN EINE BESTÄNDIG GUTE KUNDENERFAHRUNG GARANTIERT

Unabhängig von der Technologie: Die Entwicklung der Mitarbeiter bringt den Erfolg

1. **Verstehen** Sie, wer was weiß und kann, was unter gut zu verstehen ist, warum Leistungsträger so gute Leistungen abliefern
2. **Analysieren** Sie, was die Geschäftsleistung erhöht
3. **Handeln** Sie, um Verbesserungen zu erzielen
4. **Schulen/Coachen** Sie zum richtigen Zeitpunkt



Who



How

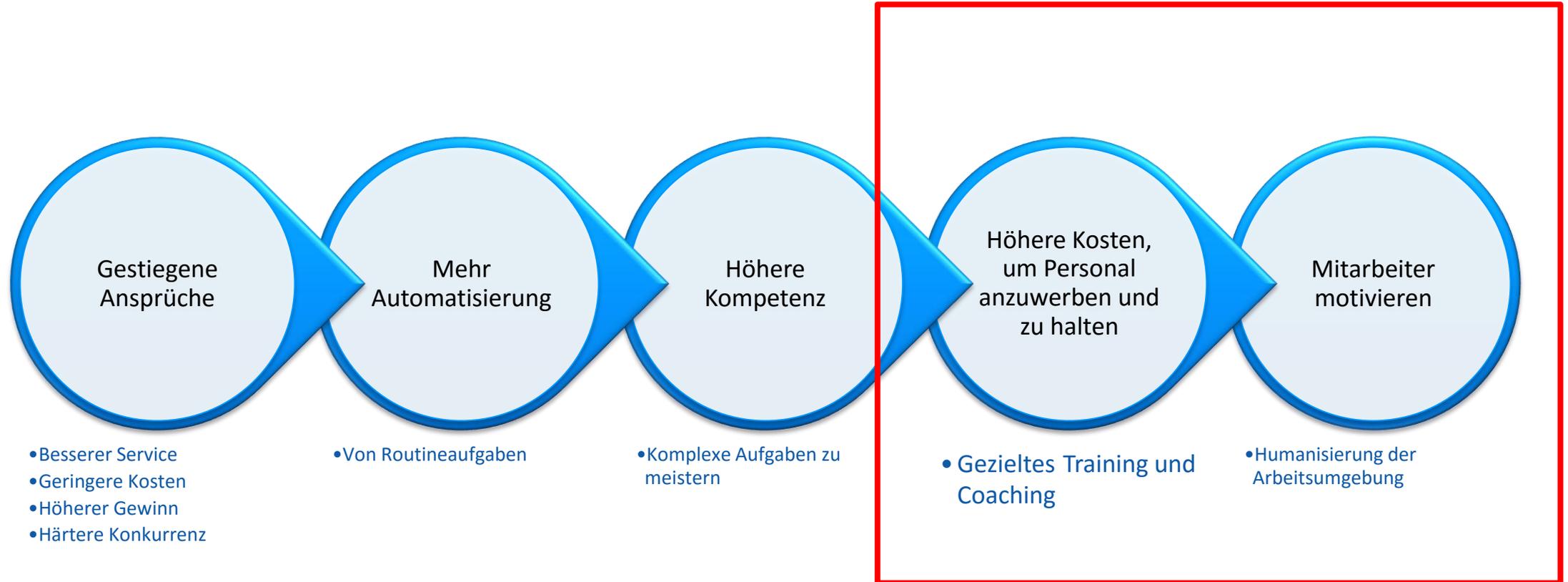


When



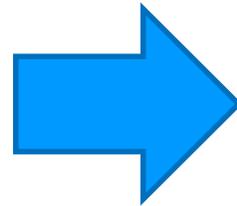
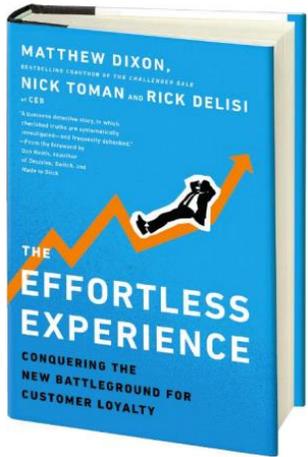
AUTOMATISIERUNG UND MITARBEITER WERDEN NOCH WICHTIGER

Unternehmen mit motivierten Mitarbeitern leisten mehr



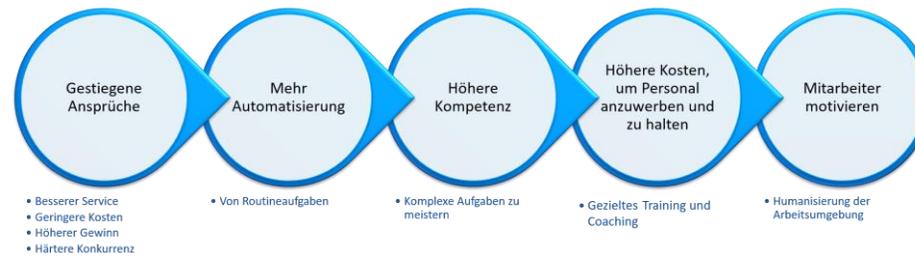
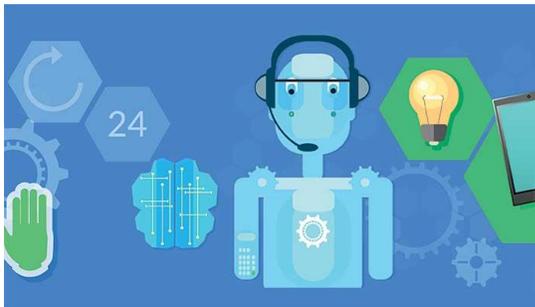
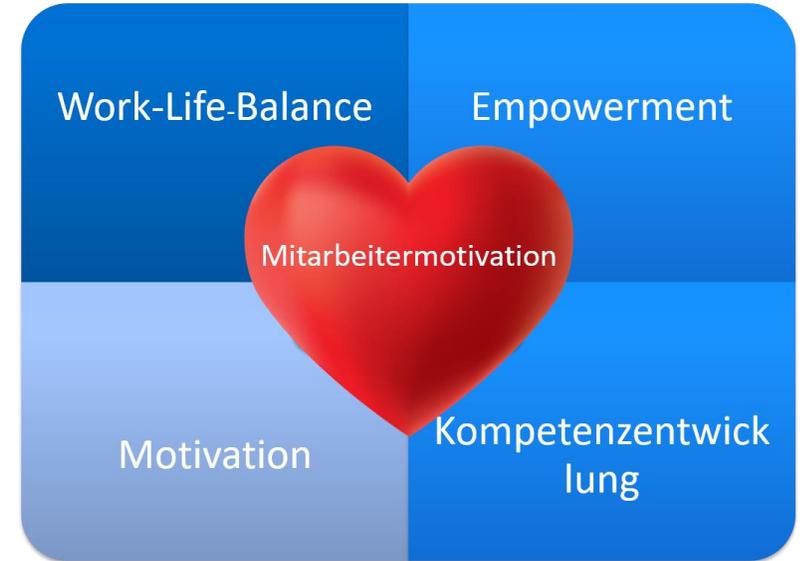
AUTOMATISIERUNG – UND MITARBEITER WERDEN NOCH WICHTIGER

Mitarbeitermotivation wird der Schlüssel sein



Die Aufgaben im Kundenservice werden komplexer.

Dadurch wird auch die Arbeit der Mitarbeiter komplexer werden.



MITARBEITERMOTIVATION IST UNSERE LEIDENSCHAFT

Teleoptis Mission



Wir unterstützen Contact Center dabei, ihren Arbeitsaufwand so zu verwalten und zu optimieren, dass ihre **Mitarbeiter motiviert** werden, in ihrer wichtigsten Aufgabe, dem Gespräch mit den Kunden, vollen Einsatz zu zeigen.

MITARBEITER-MOTIVATIONS-MANAGEMENT VON GARTNER

Trends im Contact Center von Gartner

“Traditional operational management techniques will increasingly fail over the next few years. A **shift of focus to employee engagement is essential** to ensure employee loyalty and elevated customer experiences”.

Jim Davies

“The Essential Shift from Workforce Optimization to Workforce Engagement Management”

24 May 2016

Gartner®

Engaged Employees



MITARBEITER-MOTIVATION VON TELEOPTI

20+ Jahre Innovation in der Mitarbeitermotivation

1992-1997

Präferenz-
basierte
Zeitpläne

Fairness

Datums-
basierte
Präferenzen

1998-2002

Management
der eigenen
Einhaltung

Benachricht-
igungen

Leistungs-
Selbst-
einschätzung

Mobiler
Zugriff
(WAP)

2003-2007

Erweiterte
Präferenzen

Schichten
tauschen

Urlaubstage-
Selbst-
bedienung mit
automatischer
Genehmigung

"Must have"-
Präferenzen

2008-2012

Auto-
matisierte
Schicht-
wechsel

Zeitpläne
teilen
mit Familie
und Freunden

Mitarbeiter-
Feedback

Agenten-
Selbst-
bedienung
über
Mobilgeräte

2013-2016

Gamifi-
zierung

Warteliste
für
Urlaubs-
anfragen

Über-
stunden-
anfragen

Persönliche
Entwicklungs-
pläne

GANZHEITLICHER BLICK AUF DIE MITARBEITERMOTIVATION

Teleopti bietet zahlreiche Werkzeuge zur Verbesserung der Mitarbeitermotivation



Work-Life-Balance

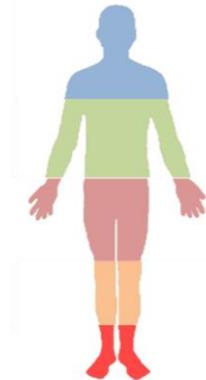
Empowerment

Mitarbeitermotivation



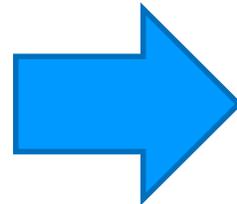
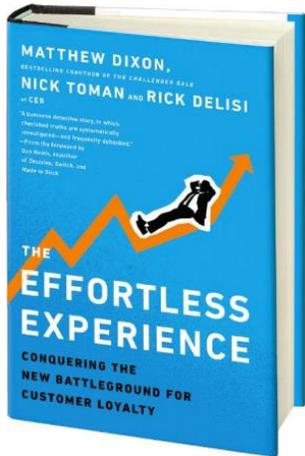
Motivation

Kompetenzentwicklung



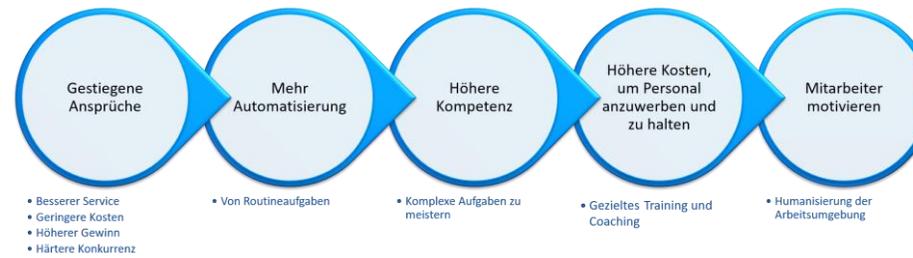
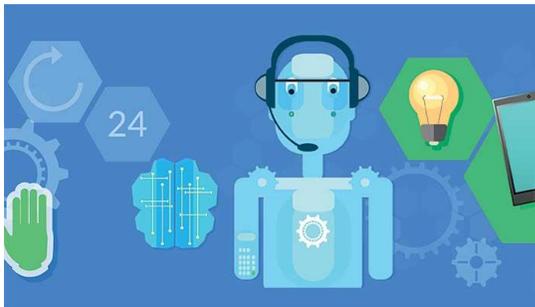
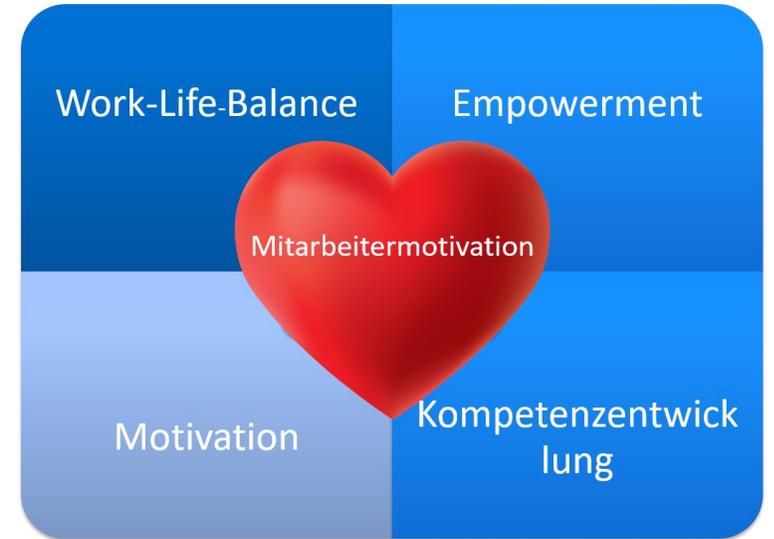
AUTOMATISIERUNG – UND MITARBEITER WERDEN NOCH WICHTIGER

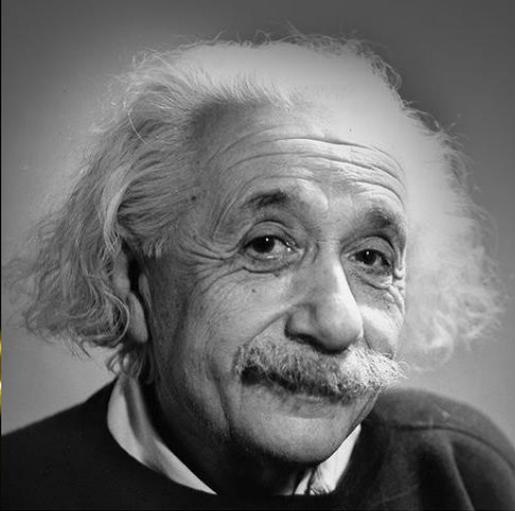
Mitarbeitermotivation als Schlüssel



Die Aufgaben im Kundenservice werden komplexer.

Dadurch wird auch die Arbeit der Mitarbeiter komplexer werden.







Haben Sie Fragen?

indiatoday ⁱⁿ
WORLD'S FIRST
ARTIFICIALLY INTELLIGENT
LAWYER



Stefan Kovacs
stefan.kovacs@teleopti.com

SERVICE INFORMATION – ZITAT DES TAGES

