

DYNAMISCHER KANALWECHSEL



Erst kanalübergreifende Kontaktmöglichkeiten, die der Kunde nach Belieben wählen und auch fliegend wechseln kann, machen den Einkauf zum Erlebnis. Was aber erwartet Service-Dienstleister genau in der künftigen Welt der Multi- und Omnichannel-Kommunikation? Tipps, Trends und Prognosen von Enghouse Interactive.

Für die deutschen Contact Center ist der Kunde augenscheinlich König. Laut einer Studie des Hamburger Institut für Customer Experience Management (i-CEM) wollen satte 94 Prozent der Dienstleister die Kundenzufriedenheit erhöhen. Erreichen wollen sie dies mit zusätzlichen Kommunikationskanälen wie z.B. Chat und Video. Drei Viertel aller Contact Center wollen überdurchschnittlich viel in den Ausbau ihrer Multichannel-Kommunikation investieren. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle Omnichannel-Report, den Enghouse Interactive gemeinsam mit dem Marktspezialisten Contact Center IQ und führenden Händlern erstellt hat.

Für Jeremy Payne, International Group Marketing Director von Enghouse Interactive,

zeichnen sich folgende Trends im Bereich Multichannel ab:

– Sprachbasierte Self Service-Tools: Die Anzahl der sprachbasierten Anwendungen im Geschäftsleben, mit denen sich Befehle oder Services ausführen lassen, wird signifikant steigen. Die Funktionsweise ist ähnlich einer Google-Suche auf dem Smartphone per Spracheingabe. Apple-Freunde kennen das vom Sprach-Hilfsdienst „Siri“.

– Communities generieren, Kosten sparen, Beratungskompetenz aufbauen: Service-Dienstleister sollten sich verstärkt User-Foren und Social Media-Plattformen zunutze machen. Ziel: Das dort geballte Know-how teilen und direkt für einen effizienten und alternativen Kundenservice nutzen. Einige

Großunternehmen machen dies bereits vor, indem sie mit kleinen Teams im Kundenservice arbeiten können, weil sie dieses Engagement von Nutzern in Foren ausschöpfen.

– Echtzeit-Sprachanalyse: Um die Kundeninteraktion zu optimieren, werden solche Analysen unerlässlich und deren Anwendung wird steigen. Enghouse erwartet eine Kombination aus Sprachanalyse und Wissensmanagement. Damit würden einerseits die Agenten noch kompetenter auftreten können, andererseits die Kunden besseren Self Service bekommen.

Wie Echtzeit-Sprachanalyse in der Praxis funktioniert, können Besucher der CCW 2016 hautnah erleben. An Stand D2/E3 in Halle 2 demonstriert Enghouse die Vorteile von „ELSBETH VocalCoach“ (EVC). Mit dieser Lösung der ehemaligen IT Sonix können Agenten ihre Gespräche nicht nur in Echtzeit überwachen, sondern gegebenenfalls sofort korrigieren und somit den Kundenservice deutlich verbessern.

Da die Echtzeit-Sprachanalyse-Software EVC jetzt in die umfassende Kundeninteraktionslösung „Voxtron Communication Center“ (VCC) integriert ist, steht Anwendern eine

**Enghouse auf der CCW:
Halle 2, D2/E3.
www.enghouseinteractive.de**

sehr ausgereifte Lösung mit vielen Kombinationsmöglichkeiten zur Verfügung.

So schließt Enghouse mit einem innovativen Konzept nunmehr die Lücke zwischen Multichannel und Omnichannel komplett. Statt Kontakte nach einer bestimmten Wartezeit oder bei hoher Last in andere Queues zu schieben, werden einfach mehr Agenten für das Routing in Betracht gezogen. Überlaufkills und verfälschte Statistiken gehören der Vergangenheit an.

Astrid Pocklington,
Marketing Manager Enghouse Interactive