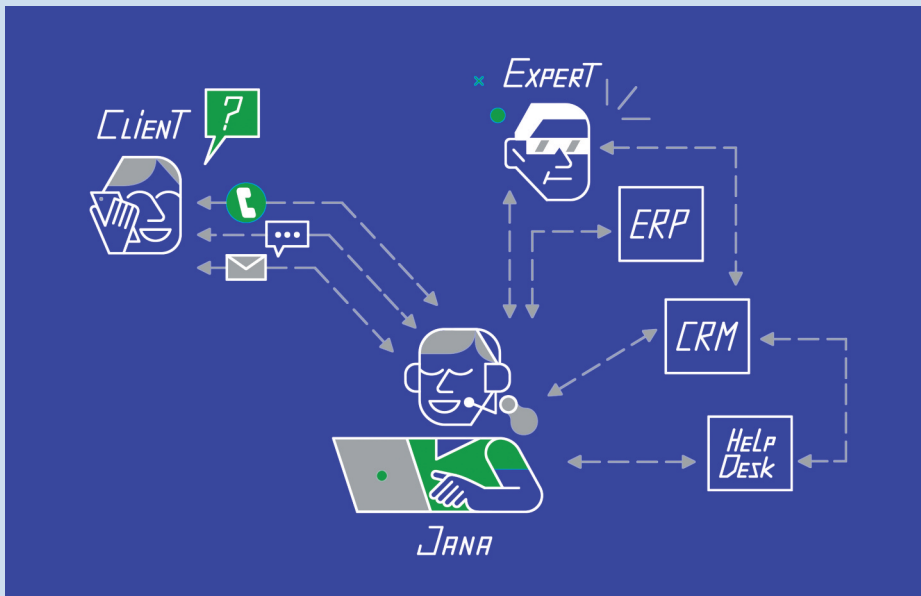


# OMNI-CHANNEL IM EINSATZ: AGENTIN JANA UND DAS CUSTOMER VALUE-CONTACT CENTER



**D**ies ist die Geschichte von Jana, wir haben sie bereits im Februar kennengelernt (TeleTalk 02/2017). Bis vor kurzem hatte Jana einen frustrierenden Job als Agentin in einem traditionellen Call Center. Tag für Tag nahm sie einen Anruf nach dem anderen entgegen, die Fragen waren vorgegeben und alles, was Sie zu sagen hatte ebenfalls – also kündigte sie.

Seit Februar arbeitet sie nun in einem wirklich coolen, modernen Customer Value-Contact Center. Sobald ein Anruf hereinkommt, zeigt ihr die Software an, wer anruft, worum es geht und welche Vorgeschichte der Anrufer hat. Alles auf einem einzigen Bildschirm. Jana sieht auf einen Blick alle bisherigen Interaktionen mit dem Kunden über die verschiedenen Channels: SMS, Anrufe, E-Mails und sie kann selbst alle Channels benutzen, je nachdem, was für einen speziellen Kunden gerade relevant ist. So konnte Jana ihre Kommunikations-Skills weiterentwickeln und da sie mehr Möglichkeiten hat, effizient und ohne Zeitverlust Support zu bieten, ist auch die Zufriedenheit

der Kunden gestiegen, denn sie arbeitet nun in einem Customer Value-Contact Center.

## Was genau ist ein Customer Value-Contact Center?

In vielen klassischen Call Centern können Kundenanfragen nicht sofort abgeschlossen werden oder dauern den Kunden einfach zu lange. Ein klassisches Beispiel dafür sind mehrstufige Prozesse, wie etwa die Vorbereitung einer Versicherungs- oder Kreditvereinbarung. Manchmal werden Informationen über mehrere Kanäle übermittelt, die wiederum im CRM-System nicht in einem einzigen Verlauf dokumentiert werden können. Erst wenn die notwendigen Informationen vollständig eingegangen sind, muss der Kunde informiert werden, beispielsweise telefonisch.

## Zurück zu Jana und ihrem neuen Job als Agentin

Jana ist sehr hilfsbereit und viele Kunden wünschen sich, auch weiterhin direkt von ihr betreut zu werden. Grundsätzlich ist es von Vorteil, wenn ein Kunde in mehrstufigen Prozessen von demselben Agenten betreut

werden kann. Deshalb hat Janas Customer Value-Contact Center entschieden, dass das Wichtigste, das vom Kunden wahrgenommene Ergebnis ist, zum Beispiel eine wesentlich schnellere Problemlösung. Alle Aktivitäten und auch die Kommunikationen von Jana werden dabei detailliert dokumentiert und können ausgewertet werden, so ist es für Jana und ihr Management ein Leichtes, Verbesserungspotentiale zu identifizieren, denn die Agents werden auch in Janas Customer Value-Contact Center nach Leistung provisioniert. Durch die Leistungsfähigkeit der Noda CC-Lösung hat Jana nun am Ende des Monats leicht einige Hundert Euro mehr an Provision als vorher.

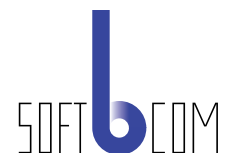
## Was hilft Jana noch dabei, ihre Aufgaben zu erfüllen?

Die Customer Value-Contact Center Software bietet Jana ein breites Anwendungsspektrum und Hilfestellungen. Hier kann sie auf das CRM, den Helpdesk mit Ticketverwaltung und auf eine Wissensdatenbank zugreifen, denn von Zeit zu Zeit benötigt sie Unterstützung!

**Das Customer Value-Contact Center wird bereits heute mit der Lösung Noda CC möglich – schnell und einfach. Alle bestehenden Systeme können dabei einfach eingebunden werden. Bereitgestellt und integriert von SoftBCom Berlin. Erfahren Sie mehr unter [www.softbcom.de/noda](http://www.softbcom.de/noda). Und mehr zu Jana gibt es in unseren kommenden Beiträgen!**

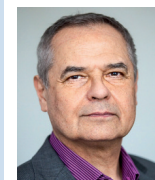
## Über SoftBCom

**SoftBCom Berlin GmbH**  
Schiffbauerdamm 19,  
10117 Berlin  
Tel.: 030 / 51302118  
[www.softbcom.de/noda](http://www.softbcom.de/noda)  
[contactsbcom@softbcom.com](mailto:contactsbcom@softbcom.com)



**Kernprodukt:** Noda Contact Center

**Branche:** Contact-Center und integrierte Kommunikation



**Direktor:**  
Vladimir K. Dudchenko Sr.