

JANA WIRD SUPERVISOR IM CUSTOMER VALUE CONTACT CENTER



Dies ist die Fortsetzung der Geschichte von Jana, die wir bereits in früheren *TeleTalk*-Beiträgen (08/2017) vorgestellt haben. Vor einiger Zeit wurde das Call Center, in dem Jana arbeitet, zu einem sogenannten „Customer Value Contact Center“ umgestellt. Janas Arbeit wurde damit um Vieles interessanter, wo Jana früher einfach ein simpler Agent war, ist sie nun der Trusted Advisor ihrer Kunden. Dabei ist es sogar noch so, dass sie wesentlich besser verdient.

Jana arbeitet nun seit einigen Monaten in einem solchen „Customer Value Contact Center“ und sowohl sie selbst, als auch ihre Kollegen und nicht zuletzt die Kunden sind extrem zufrieden. Der Geschäftsführung fiel Janas gute Arbeit schnell auf, deshalb schlug man ihr vor Supervisor zu werden. Sie wurde noch in Mitarbeiterführung geschult und los ging es. Alle Bereiche und Facetten ihrer Arbeit beherrscht sie aus dem Effeff: Sie weiß, wie man Kunden zufrieden stellt, kennt alle Besonderheiten eines Contact Centers aus eigener Erfahrung und sucht immer nach Möglichkeiten, wie sie ihre Kollegen am besten unterstützen kann.

So kontrolliert sie beispielsweise die Wartezeiten und passt darauf basierend die IVR an. Sie bietet ihren Kunden jetzt schneller einen Rückruf, eine E-Mail oder eine Chat-Kanal an. Zudem weiß sie, wer von den neuen Agents ihre Hilfe braucht, welche Fragen Schwierigkeiten machen und wie viele Fälle Anfänger letzte Woche oder gestern gelöst haben. Jana bekommt dazu anschauliche Grafiken aus ihrem System. Dieses visualisiert alles flexibel und effizient für sie in Echtzeit – ein Kollege hat das für sie und die anderen Teamleiter eingerichtet. Auf dieser Basis entscheidet sie dann, welche Mitarbeiter eine Schulung benötigen und ob Projekte anders organisiert werden müssen um überflüssige Fragen zu vermeiden. Diese Analysen helfen allen: Ihr selbst, ihren Kollegen und den Kunden. Zudem wirkt sich das alles positiv auf das Geschäft aus, denn es hilft effizienter zu arbeiten. Kollegen bekommen bessere Hilfestellungen, Teams werden effizienter und Teamziele werden schnell erreicht und übererfüllt.

Janas Team ist überaus zufrieden – der NPS in den Kundenprojekten ist erheblich gestiegen – neue Kunden konnten dadurch gewonnen werden.

Vorteile einer Customer Value Contact Centers auf einen Blick:

Aus der Sicht des Kunden:

- Der Kunde wird so kontaktiert, wie es für ihn bequem ist – Omni-Channel
- Der Kunde ist in der Lage, denselben Ansprechpartner zu kontaktieren
- Immer wenn der Kunde anruft, kennt man den Status und die gesamte Historie seines Falles

Aus der Sicht des Agents:

- Die Agents bearbeiten ihre Cases vollständig in Eigenverantwortung
- Komplizierte Fälle werden vollständig durch sie orchestriert
- Alle Informationen werden zentral im CRM in der Historie des Kunden dokumentiert
- Alle Channels stehen dabei jederzeit zur Verfügung
- Agents werden Trusted Advisors ihrer Kunden

Aus der Sicht der Manager:

- Die Effizienz steigt erheblich
- Es werden jetzt Fälle und Ergebnisse betrachtet, nicht mehr einzelne Aktionen
- Aktionen können nach wie vor gemonitort werden, so dass gezielt eingegriffen und verbessert werden kann
- Agents werden zu Spezialisten ausgebildet und dadurch zu immer wertvolleren Mitarbeitern
- Sie verbleiben daher wesentlich länger im Unternehmen

Das alles ist heute schon verfügbar – Noda CC kann all dies Out of the Box!

Über SoftBCom

SoftBCom Berlin GmbH

Schiffbauerdamm 19, 10117 Berlin
Tel.: 030 / 51302118
www.softbcom.de/noda
contactsbcom@softbcom.com



Kernprodukt: Noda Contact Center

Branche: Contact Center und integrierte Kommunikation



Kontaktieren Sie Tim Brendel direkt. Er ist bei SoftBCom Berlin verantwortlich für den Vertrieb und den Partnervertrieb in der DACH-Region.

tbrendel@softbcom.com