

VIDEO – DER NÄCHSTE SCHRITT IM CONTACT CENTER



Wie Unternehmen und Contact Center von Video-Chats profitieren können

Das Contact Center ist im Wandel – der telefonische Kontakt macht nach wie vor den Hauptanteil der Kommunikation aus, doch die digitalen Kanäle wachsen. Viele einfache Anfragen können Kunden bereits über Self-Service-Angebote wie Live-Chat oder Chat-Bots lösen. Bei wichtigen Anliegen wünschen sie sich immer noch die Möglichkeit, mit einem echten, empathiefähigen Menschen zu sprechen. Das Gefühl, wirklich gehört und verstanden zu werden, ist essenziell für das Vertrauen in ein Unternehmen. Als Hersteller professioneller Audio- und Videokonferenzlösungen betrachtet Jabra die Rolle des Telefons bzw. Voice- oder Video-Chats in der Kundenkommunikation sehr genau und sieht Video als nächsten logischen Schritt für Contact Center.

Mehrwert durch Video

Im Bereich Online-Banking gibt es einige hervorragende Anwendungsfälle, bei denen die Video-Chat-Funktion einen enormen Mehrwert bringt. Um zum Beispiel ein Bankkonto online zu eröffnen, muss man als Kunde eine Postfiliale aufsuchen und sich mit dem Postident-Verfahren ausweisen. Seit 2015 bietet die Post die Alternative, dies über einen Video-Chat zu erledigen. Kunden halten ihren Ausweis in die Kamera, erhalten eine TAN-Nummer und können alle weiteren notwendigen Schritte online vollziehen. Auch Banken selbst nutzen diese Form der Identifizierung für andere Leistungen und Services. Auf der Hand liegt der Mehrwert von Video auch bei Produkten, die beratungsintensiv sind und ein besonderes Vertrauensverhältnis erfordern, wie zum Beispiel die Aufnahme eines Kredits. Browserbasierte Live- und Video-Chats bieten nützliche Features wie Screen Sharing oder Co-Browsing, die es dem Mitarbeiter erlauben, dem Kunden beim Ausfüllen von Formularen oder der Konfiguration von Produkten behilflich zu sein. Und auch für die Inklusion beispielsweise hörgeschädigter Menschen ist Video ein wertvoller Kanal.

Auf die richtige Hardware kommt es an

Contact Center Agents müssen im Umgang mit ihren Kunden viel Fingerspitzengefühl beweisen. Doch ihre herausragenden Fähigkeiten nützen wenig, wenn die Technik nicht stimmt. Feinheiten in der Stimme wie Intonation oder Stimmlage drücken Emotionen aus und sind daher in der Kommunikation enorm wichtig, gleichzeitig können sie häufig am Telefon nicht so gut

herausgehört werden. Hochwertige Headsets, die eine natürliche und klare Sprachübertragung ermöglichen, erzielen hier sehr gute Verbesserungen. Dasselbe gilt auch für Video: Wird die Körpersprache optimal übertragen, verbessert dies auch die Verständigung. Mit der PanaCast 20 hat Jabra nun eine persönliche Videokamera gelauncht, die genau für diesen Einsatz optimal ist. Mit fortschrittlichen Prozessoren sowie einer 13 Megapixel-Kamera liefert sie kristallklare Echtzeit-4K-Ultra-HD-Bilder. Dazu analysiert sie die Umgebung und optimiert automatisch die Beleuchtung des Bilds. Der intelligente Zoom folgt den Bewegungen des Nutzers und passt den Bildausschnitt an, sodass der Nutzer immer zentral im Bild ist. Ein Picture-in-Picture-Modus ermöglicht einen Dual-Stream, um beispielsweise eine Website zu zeigen. Dabei ist die PanaCast 20 klein, lässt sich an jeden Monitor anbringen und durch einfaches Plug-and-Play bedienen.



Eine Chance für die Zukunft

Unternehmen und Contact Center sollten Video als zusätzlichen Kanal ernsthaft in Betracht ziehen. Kunden werden zunehmend danach fragen und es erwarten, dass sie einen Mitarbeiter des Unternehmens zu Gesicht bekommen können – besonders wenn alle anderen Touch Points digitalisiert und automatisiert sind. Speziell bei jüngeren Generationen, die beim Anblick eines Festnetztelefons die Stirn runzeln, wird der Video-Chat schnell Akzeptanz gewinnen.