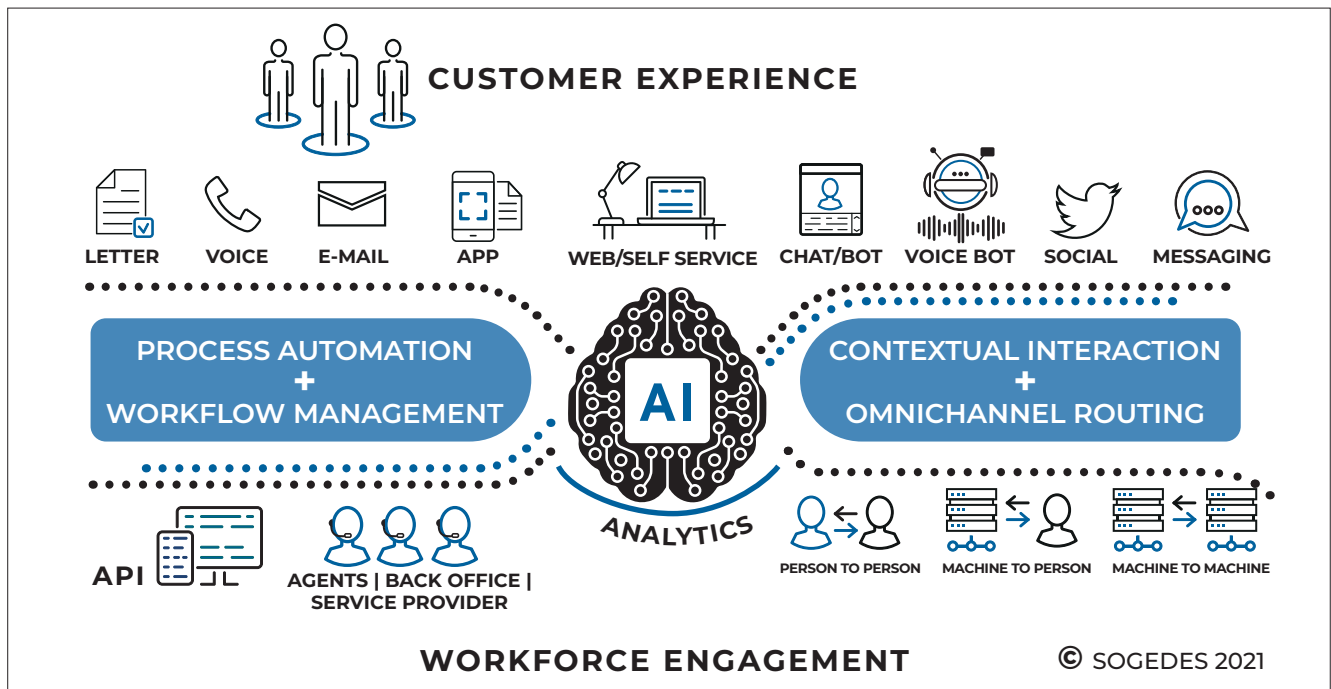


„NEXT NORMAL“ & TECH TRENDS 2021+

Die letzten Monate haben die Welt verändert, und die Auswirkungen werden weiter andauern. Hier sind einige Trends und Technologien, die den Kundenservice in 2021 und darüber hinaus bestimmen werden.



Der Kundenservice steht aktuell im Brennpunkt. Viele Unternehmen kämpfen mit einer Flut von Anfragen ihrer Kunden, und Service Teams werden auf die Probe gestellt, sich schnell auf neue unbekannte Situationen einzustellen.

Angesichts der neuen Umstände ist es für Unternehmen unabdingbar, ihre Customer-Experience-Strategie zu hinterfragen. Kunden haben gestiegene Ansprüche an eine schnelle, abschließende Bearbeitung ihrer Anfragen, in hilfreiche und einfühlsame Mitarbeiter, eine 24/7 Erreichbarkeit und neue, digitale Kontaktmöglichkeiten. Dabei wird Technologie die Art und Weise, wie wir den Anforderungen begegnen, weitertreiben: Omnikanal Lösungen, digitale Touch Points, intelligente Technologien und Hyperautomation sowie moderne Cloud Konzepte ermöglichen die notwendige Anpassungsfähigkeit, Krisenfestigkeit und „Anywhere Operations“. Die Zukunft des Kundenservice liegt in der Transformation von einer reinen Kostenstelle, die Probleme löst, hin zu einem Profit Center und Experience

Center, das den Umsatz durch Upselling steigert und den Kundenservice zur Marke werden lässt.

Total Experience - der Mensch im Mittelpunkt

Trotz allem technologischem Wandel steht der Mensch mehr denn je im Mittelpunkt. „Total Experience“ kombiniert bisher getrennte Disziplinen wie Customer Experience (CX), Employee Experience (EX) und User Experience (UX) und verknüpft sie, um ein besseres Ergebnis für alle Beteiligten zu schaffen. Dabei spielt sicher die Erkenntnis eine Rolle, dass zufriedene Mitarbeiter mit unterstützenden und bedienerfreundlichen Tools eher für zufriedene Kunden sorgen. Andererseits bieten neue Technologien aber auch neue Möglichkeiten, Silos aufzubrechen oder mit im Hintergrund arbeitender KI Interaktionen zu vereinfachen, bei Entscheidungen zu unterstützen oder diese komplett abzunehmen. Und da es wichtiger geworden ist, Kunden „zu verstehen“ und ihnen eine einfühlsamere Erfahrung zu bieten, müssen die Mitarbeiter von wenig wertschaffenden Arbeiten

entlastet und mit sinnvollen Informationen versorgt werden. Empathie wird zunehmend ein Kernelement des Erfolgs. Prozessautomatisierung, virtuelle Agenten, automatisierte Sprachanalysen oder Next Best Action Lösungen können hierbei sinnvoll unterstützen.

Omnikanal, Digitalisierung & Channel Management

Die Einschränkung an persönlichen Interaktionen und die Zunahme des E-Commerce hat die Anforderungen und Verhaltensmuster der Kunden nachhaltig verändert. Durch den Anstieg digitaler Interaktionen wie z.B. beim Messaging, Live-Chat oder E-Mail steigt die Belastung im Kunden Service überproportional. Dabei muss nicht jede Anfrage auch persönlich beantwortet werden. Für bestimmte Anfragen ist es für Kunden sogar vorteilhaft, mit intelligenten FAQs oder Chatbots schnell und treffsicher Antworten zu bekommen. Wichtig ist, dass dabei alle Kommunikationskanäle über eine zentrale „Omnichannel Management Plattform“ gesteuert werden und damit die notwendige 360 Grad Sicht auf das Kundengeschehen ermöglicht sowie die Service Mitarbeiter flexibel über alle Kanäle eingesetzt werden können. Damit wird auch ein Channel Management möglich, das den Kunden abhängig von Parametern wie Kundenstatus, Tageszeit, Auslastung im Service Center u.ä. individuell die passenden Kommunikationskanäle anbietet und in die richtigen Service Kategorien routet.

Durchbruch bei intelligenten Technologien

Das ständige Dilemma des Kundenservice, die Kosten zu senken, ohne dabei die Servicequalität oder Customer Experience zu beeinträchtigen, ruft intelligente Technologien auf den Plan. Mit Lösungen wie maschinellem Lernen oder Natural Language Understanding können Routineaufgaben, wie die Kategorisierung von eingehenden E-Mails, automatisierte Empfehlungen oder Standardanfragen im Chat automatisiert werden. Automatisierte und KI-unterstützte Sprach Analyse bietet umfangreiche Unterstützung in den Bereichen Qualitäts- und Performance Managements und Training; insbesondere vor dem Hintergrund der hohen Zahl an Home-Office Mitarbeitern, die man nicht vor Ort persönlich unterstützen kann.

Die Wahrheit ist aber auch, dass so mancher Chatbot in seiner jetzigen Form oft zu Kundenfrustration und schlechter Kundenerfahrung führt, was sich dann in geringerer Kundentreue niederschlagen kann. Um dieses Problem zu vermeiden ist eine ausführliche Konzeptphase am Anfang notwendig. Die Suche nach dem richtigen Use Case, dem naheliegenden Prozess und dem passenden Bot Typ ist von essenzieller Bedeutung hinsichtlich des Erfolges, definiert als eine gelungene Kombination aus ROI und positiver Customer Experience. Die Technologie ist inzwischen gereift und einsatzbereit, wichtig ist jetzt die richtige Herangehensweise.

Hyperautomation als wichtiger strategischer Technologietrend

Hyperautomation ist ein Konzept, bei dem Geschäfts- und IT-Prozesse automatisiert werden, indem verschiedene Tools wie Künstliche Intelligenz, maschinelles Lernen, ereignisgesteuerte Software oder

Prozessautomatisierung kombiniert zum Einsatz kommen. Das heißt, bisher separate Chat- oder Voice-Bots, RPA, RDA, NLP oder Document Automation Lösungen kommen idealerweise so zum Einsatz, dass dadurch ganz neue Anwendungsmöglichkeiten entstehen. Diese sogenannte Hyperautomation war bereits in den vergangenen Jahren einer der wichtigsten strategischen Technologietrends – und bleibt es auch weiterhin. Da hier Know-How aus unterschiedlichen Disziplinen notwendig ist, und die Kenntnis der Geschäftsdomäne zusätzlich von unschätzbarem Wert ist, kommt der Auswahl des passenden Dienstleisters bei der Umsetzung von Hyperautomation eine wichtige Rolle zu.

Cloud, Distributed Cloud & Anywhere Operations

Die letzten Monate haben den Ort, an dem Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten physisch interagieren, verlagert. Standortunabhängigkeit erfordert einen Technologiewechsel hin zur Cloud Technologie. Dabei sind traditionelle Software-Angebote aus der Cloud ohne KI-Komponenten zunehmend Commodity. Neue, bisher kostspielige KI-Technologien werden durch die Cloud Technologie auch für kleine und mittelständische Unternehmen betriebswirtschaftlich sinnvoll. Und „Anywhere Operations“, d.h. Mitarbeiter und Kunden zu befähigen, von überall auf die Anwendungen zuzugreifen, wird dadurch ebenfalls möglich. Weitere Vorteile im Vergleich zu On-Premise Lösungen sind ein kürzerer Go-to-Market, die Flexibilität in der Nutzung verschiedener Module, die Skalierbarkeit sowie die betriebswirtschaftlich attraktiven monatlichen Pay-as-you-use Betriebsmodelle.

Das sagt SOGEDES dazu.

Ob Pandemie oder Rezession, in der Welt herrscht Volatilität, und Veränderung ist die einzige Konstante. Organisationen, die auch mit ihrer Technologie darauf vorbereitet sind, sich umzustellen und anzupassen, sind klar im Vorteil. Es braucht Lösungen, um auf die neuen Anforderungen der Kunden eingehen zu können, den Betrieb modular und schnell nach oben oder unten zu skalieren, die Arbeitsabläufe über Teams hinweg zu rationalisieren und die Service Mitarbeiter bestmöglich zu entlasten und zu befähigen.

Die passenden Konzepte, Technologien und Service Dienstleister bieten hierzu gute Lösungsangebote. Lassen Sie uns gerne darüber sprechen, wir sind für Sie da!



Martin Wild, SOGEDES
Havellandstraße 14
68309 Mannheim
T: +49 621 92108 300
E: info@sogedes.com
www.sogedes.com

SOGEDES