

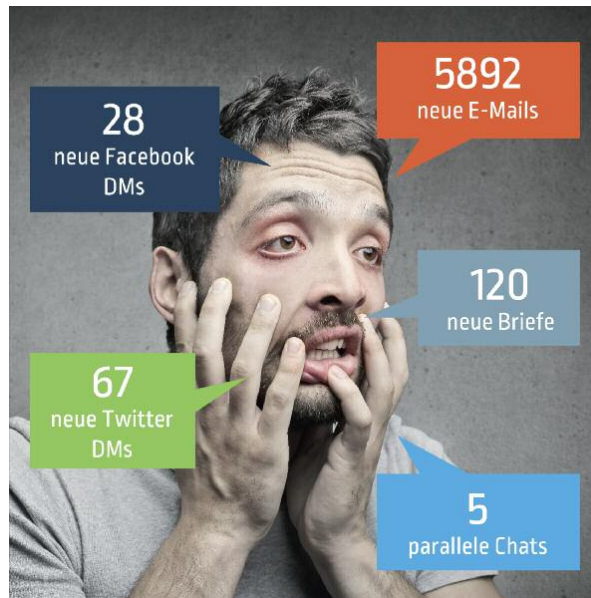
**K**undenservice steckt mitten in der digitalen Transformation. Die Anzahl potenzieller Kontaktkanäle zum Unternehmen hat signifikant zugenommen, gleichzeitig nehmen Kunden öfter Kontakt zum Service auf. Gerade Chat und Social Media-Kanäle, aber auch E-Mails werden gerne für eine schnelle Nachfrage genutzt. Werden solche Nachfragen aber nicht ebenso schnell richtig beantwortet, enttäuscht das die Erwartungshaltung der Kunden oder Interessenten. Der Anspruch an guten Kundenservice und vor allem an die Antwortgeschwindigkeit ist proportional mit den zur Verfügung stehenden Möglichkeiten der digitalen Kommunikation gestiegen.

Serviceorganisationen kämpfen deshalb verstärkt mit der Komplexität bei der Verwaltung zahlreicher Kommunikationskanäle, mit Mehrfachkontakten, Personalmangel und Budgetkürzungen. Kunden wiederum sind frustriert von Kontaktvermeidungsstrategien, langen Wartezeiten und Informationsasymmetrien bei einer Nachfrage über einen anderen Kontaktkanal. Das Ergebnis: die Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlungsrates sinkt, die Wechselquote steigt und Cross- und Upselling werden gänzlich unmöglich.

## Automatisieren, aber richtig!

Viele Servicecenter suchen ihr Heil in der Automatisierung. Auf ein bestimmtes Schlüsselwort hin gibt es eine automatische Antwort. Im Prinzip ist Automatisierung die richtige Idee, aber nur, wenn sie intelligent erfolgt und auf einer zentralen Kundenserviceplattform nachvollzogen werden kann. Eine rein stichwortbasierte Analyse der schriftlichen Anfragen reicht dafür nicht aus. Im Gegenteil: Viel zu oft wird damit das Thema einer Anfrage falsch erkannt und der Kunde erhält eine nicht zu seiner Anfrage passende E-Mail. Frustration und Ärger ist so vorprogrammiert. Zudem dürfte der Kunde dann auf einen anderen Kontaktkanal ausweichen, um sein Anliegen gelöst zu bekommen – ein Mehrfachkontakt, der Zeit und Geld kostet. Das sollte im Sinne einer guten Customer Experience unbedingt vermieden werden.

# KEINE PANIK! SERVICE-CHAMPION MIT OMNICHANNEL- KUNDENSERVICE



ständige, kanalübergreifende Kundenkontakthistorie. Fehlt diese 360-Grad-Sicht auf den Kunden, muss dieser bei jeder schriftlichen Anfrage oder jedem neuen Anruf sein Sprüchlein erneut aufschreiben bzw. aufsagen, insbesondere dann, wenn er sich erdreisten sollte, den Kontaktkanal zu wechseln. Eine miserable Customer Experience, die vermeidbar ist.

Eine zentrale, intelligente Omnichannel-Serviceplattform sorgt hingegen dafür, dass Servicecenter erfolgreich ohne Einbußen bei der Customer Experience Routineanfragen automatisiert beantworten können und die komplette Kontakthistorie immer im Blick behalten. Die Ticketkosten pro Anfrage werden damit deutlich gesenkt und die Produktivität der Mitarbeiter steigt. Vor allem aber erhalten Kunden schneller die richtige Antwort – für messbar mehr Kundenzufriedenheit. Mit einer intelligenten Omnichannel-Lösung können Unternehmen zum Service-Champion werden – auf allen Kommunikationskanälen.

## Präzise Themenerkennung für hohe Kundenzufriedenheit

Hochentwickelte Systeme wie ReplyOne nutzen stattdessen eine auf künstlicher Intelligenz basierende Analysetechnik, die semantische und statistische Verfahren kombiniert. Damit lässt sich die Treffergenauigkeit bei der Themenidentifizierung auf über 90 % steigern – und das sogar bei einem recht überschaubaren Set an Trainingsdaten. Das bedeutet eine echte Entlastung der Servicemitarbeiter bei Routineanfragen, denn damit erhalten Kunden automatisch die richtige Antwort und die Servicemitarbeiter können sich auf die wirklich kniffligen Fälle konzentrieren.

Gleichzeitig lässt sich auf einer zentralen Omnichannel-Plattform viel besser nachvollziehen, wann der Kunde welche Information erhalten hat. Insellösungen für einzelne Kontaktkanäle – sei es Social Media oder Chat – liefern in der Regel keine voll-

ständig, kanalübergreifende Kundenkontakthistorie. Fehlt diese 360-Grad-Sicht auf den Kunden, muss dieser bei jeder schriftlichen Anfrage oder jedem neuen Anruf sein Sprüchlein erneut aufschreiben bzw. aufsagen, insbesondere dann, wenn er sich erdreisten sollte, den Kontaktkanal zu wechseln. Eine miserable Customer Experience, die vermeidbar ist.

**SEMATELL**  
INTELLIGENT ANSWERS



Carsten Fiegler, Sr. Vice President Sales & Business Development der Sematell GmbH.

Carsten.fiegler@sematell.com  
www.sematell.com