



# AMEVIDA – DIE ERSTE WAHL

## Kundenbeziehungsmanagement – Qualifiziert, sicher, wertschätzend

**U**nserer Welt verändert sich so rasant wie nie: täglich werden neue Technologien und kreative Lösungen vorgestellt, die unseren Alltag vereinfachen sollen – so auch im Kundenbeziehungsmanagement.

War für die Kundenbeziehungspflege früher fast ausschließlich der Mensch verantwortlich, rücken heute immer mehr digitale Tools in den Fokus. Wird Manpower daher in Zukunft überhaupt noch gefragt sein? Schließlich können Bots gerade bei First Level Serviceanliegen den Menschen schon nahezu ersetzen. Doch eines fehlt der künstlichen Intelligenz noch – die empathischen Fähigkeiten. Vor allem bei komplexen Sales- und Serviceanliegen ist die menschliche Komponente wichtig, um individuelle Bedürfnisse zu erkennen und eine stabile Kundenbindung zu erzeugen. Marken sollten daher auf Dienst-

leister setzen, die wie AMEVIDA mit neuen Technologien im Einklang arbeiten und die menschliche Komponente weiter fördern, um bestmögliche Services anbieten zu können. Nur so kann Kunden wie Mitarbeitern die größtmögliche Qualität geboten werden.



*„Fast täglich kommen innovative, leistungsfähige und stark kundenorientierte Tools und Lösungen auf den Markt und verbessern die Call Center-Branche in ihrer Leistungsvielfalt und -qualität massiv. Dabei wird die letzte „analoge“ Meile zum Kunden so abgesichert, dass der Call Center Agent seine persönlichen Beratungs-, Service- und Sales-Qualitäten auf tragfähige Kommunikationswerkzeuge stützen kann.“*

Dr. Matthias Eickhoff  
Vorstandsvorsitzender AMEVIDA SE

### Geht nicht, gibt's nicht!

Wenn es um Kundenbetreuung, Kundengewinnung und Kundenbindung im B2C- und B2B-Segment geht, gehört AMEVIDA zu den Top Playern in Deutschland. Als anerkannter Spezialist für durchsetzungsfähige Dialog-Marketing- und Vertriebservices sorgen AMEVIDAs Kundenberater mit Leidenschaft und Überzeugungskraft dafür, dass standardisierte sowie individuelle Prozesslösungen tragfähig, effizient und erfolgreich greifen. Als Full Service Call Center ist es wichtig zu verstehen, dass am anderen Ende der Leitung ein Mensch steht, der bei seinem Anliegen Gehör und Unterstützung sucht.

### Full Service über den gesamten Customer Lifecycle

Die Aufgaben eines Full Service Call Centers reichen von Sales und Service im Inbound und Outbound über den gesamten Customer Lifecycle. Dabei ist eine seriöse und freundliche Kommunikation erfolgskritisch. Außerdem ist einfache und schnelle Erreichbarkeit ein wichtiges Moment im Customer Service und gilt heute als kritischer Wettbewerbsvorteil. Kunden wollen so schnell wie möglich, auf dem für sie einfachsten Weg Lösungen und Hilfe erhalten. Daher fußen Service-Strategien idealerweise auf einem Multichannel-Ansatz: Ob telefonisch, per E-Mail, Chat oder WhatsApp.

