

GEWUSST WOHNIN: INTELLIGENTER KUNDENSERVICE AUF ALLEN KANÄLEN



Social Media und Messaging haben die Anforderungen an modernen Kundenservice auf eine neue Stufe gehoben. Die Erwartungen an Tempo und Qualität der Contact Center steigen. Hier hilft der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI); mit computerlinguistischen und semantischen Verfahren werden Anfragen schneller bearbeitet. Wichtig ist, dass alle Kanäle intern zielgenau angesteuert werden können. Gelingt das im Rahmen einer intelligenten Omnichannel-Strategie, trägt das Contact Center zur gelungenen Customer Journey bei.

Ereichbarkeit auf allen Kanälen steht hoch im Kurs. Jedem Kunden soll immer der Kanal zur Verfügung stehen, der jeweils der bequemste ist. Mail, Chat, Voice oder Messaging – Kunden möchten die Wahl haben. Und schnell Antworten auf ihre Fragen. Kanalvielfalt und kurze Reaktionszeiten sind zu entscheidenden Faktoren für erfolgreiches Customer Experience Management (CXM) geworden.

Integration von Social Media und Messaging in die Omnichannel-Strategie

Die Customer Journey ist noch schneller, bunter und vielfältiger geworden. Immer neue Kanäle und wechselnde Kundenpräferenzen bei der Kanalwahl stellen Unternehmen vor Herausforderungen. All die neuen und bunten Kanäle müssen nicht nur integriert, sondern operationalisiert werden. Oft noch sind für unterschiedliche Kanäle verschiedene Insellösungen im Einsatz, es wird improvisiert und kombiniert.

Wir bei novomind sagen: Der Kanal an sich spielt nicht die entscheidende Rolle – das System macht den Unterschied. Eine erfolg-

reiche Omnichannel-Strategie basiert auf einer intelligenten Kommunikationsplattform, die garantiert: gleiche Antworten auf gleiche Fragen, egal welcher Kanal. „novomind iAGENT“ ist eine zentrale Omnichannel-Customer-Service-Plattform, die die effiziente Bearbeitung jeder Kundenanfrage und die gleichzeitige Bedienung aller Kontaktkanäle in einer intuitiven, benutzerfreundlichen Oberfläche parallel ermöglicht. So werden Customer-Service-Prozesse einfach steuerbar.

FAQ-Center und Chatbots helfen

Spätestens seit Corona setzen auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) auf den Einsatz von KI im Kundenservice. Denn Smartphone-affine Bevölkerungsgruppen nutzen primär digitale Schriftkanäle. Hier können neben intelligenten FAQ-Centern auch Chatbots gute Ergänzungshelfer sein, um Agenten zu entlasten und effizient „mitzuarbeiten“.

Chatbots sind immer erreichbar, rund um die Uhr. Ein guter Chatbot kann dabei bis zu 80 Prozent aller eingehenden Service-Anfragen im Erstkontakt erledigen, ohne dass ein Mitarbeiter eingreifen muss. Sobald

das notwendig wird, geht auch das einfach und schnell: Der Agent übernimmt die Chatbot-Kommunikation exakt dort, wo der Kunde mit seinen Fragen steht und setzt den Dialog im Live-Chat fort. Grundsatzregel für den Chatbot-Einsatz: Konzentration auf ihr Kompetenzfeld und rechtzeitige Übergabeoption an den Agenten.

Die neuen Kanäle haben die Tür geöffnet, um den Customer Service noch effizienter machen zu können. Das volle Potenzial der wachsenden Kanalvielfalt sollte gut koordiniert ausgeschöpft werden. Wichtig bleiben qualitätssichernde Faktoren und Elemente eines guten Contact Centers: eine zentrale Kommunikationsplattform sowie erfahrene Agenten, die als Steuernde für maximalen Qualitätsstandard sorgen. Wer beides innerhalb einer intelligenten Omnichannel-Strategie verbinden kann, wird auch zukünftig erfolgreich sein.



Franziska Dempt, Senior Business Development Manager
novomid AG Hamburg
Telefon: +49 (40) 808071-0
E-Mail: fdempt@novomind.com
www.novomind.com