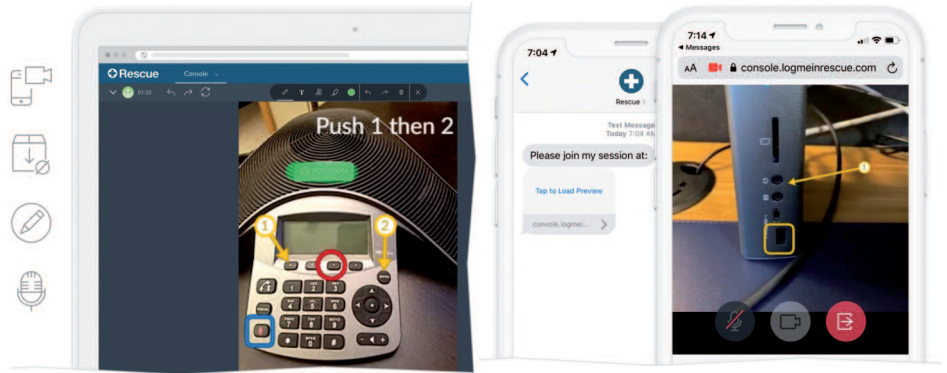


Durch Kamera-Sharing zeigt der Kunde dem Serviceagenten die Ausgangslage. Der Serviceagent kann durch Kommentarfunktionen dem Kunden eine Schritt-für-Schritt-Anweisung geben, als wäre er live vor Ort.



VISUELLE INTERAKTIONSTOOLS ERFÜLLEN HOHE KUNDENERWARTUNGEN

Tippen, Klicken und Fingerstreichen – das sind die typischen Bewegungen eines PC-Anwenders oder Smartphone-Besitzers. Wird diese Person aus dieser „Comfort-Zone“ gerissen und muss sich übers Telefon in 40-minütige Warteschlangen hängen, kann das schnell zu unzufriedenen Kunden führen.

Diese Erkenntnis ist zwar nichts Neues, doch gibt es immer noch zahlreiche Unternehmen, die sie nicht richtig verinnerlicht haben. Bei den Wegen, mit einem Anbieter in Verbindung zu treten, gibt es noch einiges an Verbesserungspotenzial. Hinzu kommt die Corona-Pandemie. Die Menschen sind angehalten, weitestgehend zuhause zu bleiben. Das gleiche gilt für die Serviceagenten. Doch was tun, wenn die Beschreibung via Mail nicht ausreicht, um die Ursache eines Fehlers zu erkennen? Remote Visual Support ist hier das Zauberwort. Gemeint sind Tools, mit deren Hilfe die Kunden ihre Probleme ausführlich und genau schildern und zeigen können.

Vor knapp einem Jahr führte Forrester im Auftrag von LogMeIn eine Studie zur Akzeptanz visueller Interaktionstools im Customer Success durch. 89% der Befragten gaben damals an, in den nächsten 12 Monaten Investitionen in Remote Visual Support zu planen. Ihre Erwartungen an die Technologie: ein erhöhtes Kundenvertrauen (56%), eine gesteigerte Kundenzufriedenheit (56%) und ein besseres Kundenerlebnis (52%). Damals konnte jedoch noch niemand wissen, dass uns eine Pandemie schon bald zu diesem neuen Weg zwingen würde.

Herausforderung Customer Experience

Viele Unternehmen setzen bereits auf Technologien, um die Kundeninteraktion zu vereinfachen und effizienter zu gestalten. Das können Chatbots oder andere virtuelle Assistenten sowie automatisierte Prozesse sein. Auch der Einsatz von KI hat in den letzten Jahren in diesem Bereich enorm zugenommen. Allerdings kommt es gerade bei der Kundeninteraktion darauf an, für den Kunden eine personalisierte Customer Experience (CX) zu schaffen. Und hier stößt die KI an ihre Grenzen. Laut 67% der Befragten kommt es vor allem auf eine Vertrauensbasis zwischen Kunde und Berater an, um ein überzeugendes digitales Erlebnis zu liefern. Das personalisierte Kundenerlebnis ist für 55% ein weiterer Treiber.

Die visuelle Dimension wird immer wichtiger

Wenn es um menschliche Interaktion geht, erwarten Kunden eine individuelle Beratung. Hier kommen visuelle Interaktionstools ins Spiel: Kamera-Sharing, Co-Browsing oder Bildschirmfreigabe mit integrierter Notizfunktion sind nur Beispiele für Funktionen, die den Austausch zwischen Serviceagent und Kunde effizienter gestalten.

C H E C K L I S T E

für die Sicherheit bei Remote Support Tools

Die besten Lösungen bringen nichts, sind sie nicht ausreichend vor Angreifern, die die Nutzung von Remote Tools für Phishing oder Scamming ausnutzen wollen, geschützt. Stellen Sie sicher, dass die Lösung über ausreichende Sicherheitsaspekte verfügt, um Ihre Unternehmens-, sowie Kundendaten zu schützen.

4 Tipps für ein Mehr an Sicherheit:

1 Vertrauensvolles Branding: Zeigen Sie Ihrem Kunden, dass er sich auf der richtigen Helpdesk-Seite befindet. Unternehmensname, Logo und vertraute Farben sorgen für einen seriösen Support-Auftritt. Gute Remote-Support-Lösungen ermöglichen sogar volle Kontrolle über die Gestaltung des Applets und erlauben das Branding der .exe-Datei-Anzeige, die nach PIN-Code-Eingabe erscheint.

2 PIN-Codes zur Einwahl: Ist die Lösung darauf ausgelegt, intern validierte PIN-Codes zu erstellen, liefert das eine weitere Schutzzebene. Die generierten Codes werden an Kunden weitergegeben. Hacker haben somit keine Chance, den Kunden mit einem selbst erzeugten PIN in eine Support-Session zu locken, da nur intern generierte Codes akzeptiert werden. Die funktioniert auch andersherum: Sollten die Kunden auf eine falsche Seite gelockt worden sein, wird der richtige PIN-Code nicht akzeptiert und er wird auf den richtigen Helpdesk weitergeleitet.

3 Domain-Validierung: Verhindern Sie HTML-Scraping durch die Validierung der eigenen Domain. Zahlreiche Betrüger versuchen ihr Helpdesk-HTML zu PIN-Code-Eingabe zu kopieren, um diese wiederum auf einer gefälschten Support-Seite einzubauen. Durch die Validierung funktioniert das kopierte Feld jedoch nicht zur Eingabe korrekter PIN-Codes auf betrügerischen Seiten.

4 Eingeschränkte IP-Adressen: Legen Sie fest, welche Serviceagenten und somit die dazugehörigen IP-Adressen auf die technische Support-Konsole zugelassen werden. Bestimmen Sie, welche Agenten administratorische oder nur ausführende Rechte bekommen. Erweitert werden kann dies durch eine zugelassene Liste an IP-Adressen für beispielsweise die eigenen Mitarbeiter, die auch Support benötigen. Geblockt werden können die IP-Adressen, die gar keinen Zugriff mehr bekommen sollen.

Mail und Telefon sind zwar noch immer die am weitesten verbreiteten Kanäle. Mit Blick auf den Wettbewerb, die steigenden Kundenerwartungen und einem noch ungewissen Pandemieverlauf reicht das aber nicht mehr aus, um am Markt präsent zu bleiben. Denn Telefon und Mail sind eindimensionale Kanäle, die sich ausschließlich auf die Stimme beziehungsweise den geschriebenen Text stützen. Will der Berater aber verstehen, welche Lämpchen an der Waschmaschine leuchten, wird es schwierig. Es braucht eine visuelle Dimension, um Inhalt und Kontext 1 zu 1 wiederzugeben. Das erkennen auch immer mehr Unternehmen. So gaben die Teilnehmer der Forrester-Studie an, dass die visuelle Interaktion für sie das meistgenutzte CX-Tool nach Mail und Telefon ist. Von entsprechenden Tools erhoffen sie sich ein nahtloses und vertrauensvolles Kundenerlebnis.

Vorteile nicht nur für den Kunden...

Eine vertrauensvolle Beziehung zum Kunden, der immer sofort bekommt, was er braucht, muss höchste Priorität haben. Denn internet-affine Konsumenten vergleichen ihre Erlebnisse mit dem Kundenservice nicht nur mit denen bei der Konkurrenz. Ein einziger negativer Kommentar auf der eigenen Facebook-Seite reicht oft aus, um potenzielle Kunden abzuschrecken. Umgekehrt bescheren gute Bewertungen dem Unternehmen eine positive Aufmerksamkeit, die die Kundenbindung erhöhen und zur Neukundengewinnung beitragen kann. Ein weiterer Vorteil des visuellen Supports: Der Kunde lernt durch Zusehen und Nachmachen, wie er ähnliche Probleme in Zukunft selbst lösen kann. Und worauf er achten muss, damit die Konversation mit dem Serviceagenten beim nächsten Mal effizienter abläuft.

...sondern auch für die Mitarbeiter

Durch den Einsatz smarterer Technologien wird aber nicht nur der Kunde zufriedengestellt. Auch der Serviceagent kann aus der visuellen Interaktion mehr Schlussfolgerungen ziehen und den Kunden dadurch professioneller und individueller beraten. Wenn er direkt sieht, wo die defekte Maschine steht oder welches Kabel falsch an den Router angeschlossen wurde, verkürzt das die Suche nach der Ursache und beschleunigt die Problemlösung. Hinzu kommt, dass ein Großteil der Reisekosten eingespart werden kann. Serviceagenten fahren oft zum Kunden, um am Ende nur ein einziges Kabel umzustecken – das frisst Zeit und kostet Energie. Virtuelle Termine werden zudem den Auflagen des „Social Distancing“ gerecht. Gerade in Zeiten der Pandemie ist es wichtig, die Bedürfnisse der Kunden zu kennen und entsprechend zu handeln.



Anand Rajaram,
Head of Product,
Remote Support Group, LogMeIn

LogMeIn[®]