

NICE STELLT PROGNOSEN FÜR 2020 AUF:



„ES WIRD SICH ALLES UM ANALYTICS DREHEN“

Etwa 2,5 Trillionen Byte Daten werden heute täglich erzeugt und es wird geschätzt, dass bis 2020 jede Sekunde 1,7 MB Daten für jeden Menschen auf der Erde erzeugt werden. All diese Daten müssen verarbeitet und genutzt werden. Aber wie?

Hier sind vier Fragen, die zeigen, wieso sich 2020 alles um Analytics drehen wird.

1. Wie hat sich der Analytics-Markt entwickelt?

Der Analytics-Markt ist im letzten Jahrzehnt deutlich gewachsen. Dies gilt insbesondere für die Contact-Center-Branche, in der sich der Wettbewerb rund um Analytics fokussiert. Der effektive Einsatz von Analytics ist zu einem wertvollen Werkzeug für Unternehmen geworden, um ihre Kunden wirklich zu verstehen, eine nahtlose Erfahrung über alle Kanäle hinweg zu bieten und sich von der Konkurrenz abzuheben.

Auch im Zuge von Vorfällen wie Cambridge Analytica sind Datenschutz, Privatsphäre und Vorschriften wie die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) wichtiger Teil der Debatte rund um Analytics geworden. Hinzu kommt, dass hohe Bußgelder bei Nicht-

achtung fällig werden können. All dies zwingt Unternehmen dazu, die Art und Weise, wie sie Daten verwenden, genauer zu betrachten, da die Kunden bei der Interaktion sowohl Privatsphäre als auch Personalisierung wünschen.

2. Wie haben Unternehmen auf die Entwicklungen auf dem Analytics-Markt reagiert?

Es ist kein Geheimnis, dass Unternehmen heute mehr denn je vor verschiedenen Herausforderungen stehen, wenn es darum geht, zu expandieren und neue Kunden zu gewinnen. Daher sind Innovationen unerlässlich. Contact Center müssen in der Lage sein, die Kundenbedürfnisse vorherzusehen und diese Bedürfnisse zu erfüllen und gleichzeitig ein nachhaltiges Kundenerlebnis zu bieten - dabei kann Analytics helfen.

Die Herausforderung besteht jedoch darin, dass die Durchführung dieser Datenanalyse eine große Menge an Daten und Metadaten erfordert. Unternehmen benötigen daher Zugang zu Lösungen, die ihnen helfen, sich problemlos anzupassen und die Erwartungen der Kunden zu erfüllen, schnell zu implementieren, auf dem neuesten Stand zu sein und mit der Nutzung zu skalieren.

3. Was sind die größten Herausforderungen für Unternehmen?

Wenn es um Analytics geht, müssen Unternehmen mehrere Herausforderungen bewältigen. Die größte Herausforderung für alle ist jedoch die kosteneffiziente Erfassung der erforderlichen Datenmengen. Dann müssen sie herausfinden, wie sie diese Kombination aus strukturierten und unstrukturierten Daten verarbeiten und am besten einsetzen können, um nützliche Erkenntnisse zu generieren.

4. Wie können Unternehmen mit Analytics bessere Ergebnisse erzielen?

Unternehmen müssen immer noch persönliche Interaktionen mit ihren Kunden haben, aber auch eine kanalübergreifende Erfahrung bieten, einschließlich digitaler Touchpoints in sozialen Medien, Messaging und Live-Chat. Unternehmen benötigen Lösungen, die als Kernprozess für die gesamte Belegschaft eingebettet werden können.

Durch den Einsatz von Analytics können Manager verwertbare Erkenntnisse gewinnen, die sicherstellen, dass Front-End-Prozesse, Back-Office-Prozesse und Leistungskennzahlen nahezu in Echtzeit eng mit den vorrangigen Zielen verknüpft werden. Unternehmen können gemeinsame Herausforderungen wie Über- oder Unterbesetzung und die Erstellung zeitaufwändiger Geschäftsberichte effektiver verwalten und beseitigen.



Jonathan Wax,
VP EMEA, NICE Nexidia