

WHATSAPP IM DIGITALEN KUNDENSERVICE: VORTEILE UND HERAUSFORDERUNGEN

Da die Kommunikation mit Kunden heute hauptsächlich auf elektronischem Weg erfolgt, stellt das Messaging einen der am schnellsten wachsenden Kanäle dar: 67% aller Befragten rechnen damit, dass sie künftig Messaging-Apps nutzen, um mit Unternehmen zu kommunizieren. Um diesen Trend zu begleiten, stellen die GAFAs für Markenunternehmen neue Messaging-Kanäle bereit, wie beispielsweise die WhatsApp Business Solution oder Apple Business Chat.



In diesem Artikel stellen wir Ihnen die Vorteile von WhatsApp vor und erläutern, wie der weltweit führende Versicherungskonzern AXA diesen Kanal in seiner digitalen Omni-Channel-Strategie einsetzt.

WhatsApp im Überblick

1,6 Milliarden User nutzen regelmäßig WhatsApp. Mit über 65 Milliarden Nachrichten, die täglich über die App und die Web-App gesendet werden, ist WhatsApp eine der beliebtesten Messaging-Apps. Ein hervorragendes Mittel also, um mit Kunden in Kontakt zu treten. Die Einführung von WhatsApp Business Solution ermöglicht Unternehmen jetzt, die App in eine umfassendere Strategie zur Zusammenfassung digitaler Kanäle auf einer einzigen Plattform einzubinden. Was WhatsApp Business Solution selbst zu einem entscheidenden Faktor bei der Anpassung einer solchen Plattform macht.

Mit der WhatsApp Business Lösung können Sie ein Markenprofil mit Unternehmensbeschreibung und allen Detailinformationen einschließlich Website anlegen. Die Nutzung

von Bildern, Standortbestimmungen und anderen umfangreichen Messaging-Features bietet die besten Voraussetzungen für effiziente Kundeninteraktionen.

Warum sollten Sie WhatsApp für Ihren Kundenservice nutzen?

Unternehmen erhalten einen offiziell geprüften Business Account: Ein grünes Häkchen kennzeichnet die Validität Ihres Accounts, wenn Sie die WhatsApp Business Solution API durch einen Provider in Ihre Engagement Plattform integrieren.

AXA und RingCentral

AXA managt seine Kundeninteraktionen über Messaging und Social Media mit RingCentral Engage Digital. Dank dem einheitlichen Interface der Plattform kann jeder Kundenbetreuer auf Anfragen aus allen Kanälen antworten, anstatt auf einen einzigen Kanal beschränkt zu sein.

Mit seinem Strategieplan „Ambition 2020“ will AXA seinen digitalen Wandel beschleunigen, besser auf die sich ständig weiterentwickelnden Bedürfnisse seiner Kunden antworten und sein Wachstum fortsetzen.

Um sich der wachsenden Bedeutung von Messaging für den Kundenservice anzupassen, hat das Unternehmen Apple Business Chat und WhatsApp in seine Strategie mit eingebunden. Mit diesen beiden Messaging-Kanälen können Kunden AXA über Apps kontaktieren, die sie täglich verwenden. Anstatt an begrenzte Öffnungszeiten gebunden zu sein oder am Telefon warten zu müssen, können sie ihre Anfragen jederzeit senden.

Dazu erklärt Harald Felgner, Digital Experience Designer UX: „Das Potenzial für Veränderungen in den kommenden Jahren ist immens. Deshalb ist es wichtig, eine zentrale Plattform zu haben, die alle heutzutage genutzten Kanäle zusammenfasst.“ Durch die Verwendung einer einzigen Plattform für alle digitalen Kanäle beantwortet AXA Kundenanfragen schneller. Das Ergebnis: eine Steigerung der Kundenzufriedenheit und der Mitarbeiterproduktivität.

RingCentral®

Lernen Sie mehr über unseren Use Case bei AXA: Am 3. März 2020 um 16:30 Uhr auf der CCW Berlin!

germany@ringcentral.com