

# KUNDENSERVICE MIT WOW-EFFEKT

Schaffen Sie ein neues digitales Serviceerlebnis vom Erstkontakt bis zum Vertragsabschluss – Service mit Wow-Effekt.

**Wie kann sich ein Unternehmen vom Wettbewerb abheben?** Sicherlich ist diese Fragestellung Kern Ihres Geschäftserfolgs und bestimmt haben Sie auch schon neue Konzepte, Produkte oder Prozesse ausgearbeitet und in Ihrem Unternehmen getestet oder etabliert, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Viele Marktbeobachter und Serviceexperten sind sich einig, dass ein besonders hochwertiger Kundenservice oft den Unterschied ausmacht – und nicht etwa der Preis eines Produktes. Aber wie genau kann ein solches Serviceerlebnis für den Kunden aussehen? Reicht es, besser zu sein als der Wettbewerb? Ab wann ist ein Kunde tatsächlich bereit, mehr für einen guten Service zu bezahlen? Und durch welche Servicekonzepte können Sie tatsächlich Mehrwerte für Ihre Kunden schaffen?

Im Folgenden stellen wir Ihnen vor, wie Sie Ihren Kunden einen Service mit Wow-Effekt anbieten können und was Sie dabei beachten müssen. Die Rede ist von der Chance, Unified Communications & Collaboration-Funktionalitäten (kurz: UCC), die Sie aus der Zusammenarbeit Ihrer Mit-

arbeiter kennen, auch Ihren Kunden anzubieten: • Instant Messaging • Videoberatungsgespräche durchführen • den Präsenzstatus Ihrer Mitarbeiter oder Servicegruppen teilen • Dokumente und Formulare gemeinsam betrachten und bearbeiten • Dokumente senden und empfangen • gemeinsam mit dem Kunden auf Webseiten surfen und vieles mehr. Für den Kunden darf es natürlich keine technischen Hürden geben, ein solches Serviceangebot zu nutzen. Ein einfacher Klick auf der Webseite oder in der App eines Unternehmens, der ohne Download oder Installation einer Software auskommt, lässt Ihre Kunden in den Genuss des neuen digitalen Serviceerlebnisses kommen und von dem Gebrauch der herkömmlichen Kontaktkanäle absehen.

## Ablauf eines Beratungsgesprächs

Befindet sich Ihr Mitarbeiter mit dem Kunden in einem Servicegespräch, überträgt er sein Videobild auf den Bildschirm des Kunden. Der Kunde benötigt lediglich ein Mikrofon, einen Lautsprecher und, wenn auch er sein Bild an



© Damovo

## SCHAFFEN SIE EINE AUDIOVISUELLE BRÜCKE

Abhängig von Ihrer Branche oder Ihrer Zielgruppe unterscheiden sich die Einsatzmöglichkeiten einer Video- und Collaborations-Lösung. In jedem Fall jedoch schaffen Sie ein Serviceerlebnis mit Wow-Effekt, das sich für Sie in vielerlei Hinsicht bezahlt machen kann. Mithilfe der digitalen Kundenberatung wird eine audiovisuelle Brücke zwischen den digitalen und stationären Vertriebskanälen geschaffen. Denn ein multimedialer Kanal kombiniert die Verfügbarkeit von Online-Medien mit dem Erfolg einer persönlichen Beratung und unterstützt Service- und Vertriebsprozesse optimal.

**DANIELA DILGER**

Head of Group Contact Centre Propositions, Damovo  
[www.damovo.com](http://www.damovo.com)



den Mitarbeiter übertragen möchte, eine Webcam. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, kann die Beratung über Browser und VoIP (Voice over IP) erfolgen. Hat der Kunde weder Webcam noch Lautsprecher oder Mikrofon, erfolgt die Kollaboration über den Browser oder die App. Die Sprache wird weiterhin über das Telefon übertragen. Während des Gespräches stehen dem Mitarbeiter nun alle kollaborativen Funktionen zur Verfügung, die er benötigt, um dem Kunden bei seinem Anliegen in Echtzeit zu helfen.

Dabei entscheiden Sie als Unternehmen, welche Funktionen Sie tatsächlich freischalten. Soll der Kunde beispielsweise nicht die Möglichkeit haben, Dateien direkt an Ihre Mitarbeiter zu senden, können Sie diese Funktion deaktivieren. Nicht selten fehlt nach einem erfolgten Beratungs- oder Servicegespräch nur noch die Unterschrift des Kunden, um beispielsweise einen Vertrag abzuschließen. Im Normalfall müsste Ihr Mitarbeiter nun den neuen Vertrag ausdrucken, dem Kunden auf dem Postweg zukommen lassen und auf eine Unterschrift hoffen. Dieser Medienbruch von Online zu Offline sollte tunlichst vermieden werden. Einige Lösungen am Markt unterstützen bereits die digitale Unterschrift, ähnlich wie man sie von der Paketzustellung kennt. Auf Knopfdruck kann der Mitarbeiter ein Unterschriftenfeld auf dem Smartphone des Kunden erzeugen, auf dem dieser den Vertrag signieren kann.

### Vielfältig Vorteile

Die Vorteile, die Sie und Ihre Kunden von dieser Art der Kommunikation haben, sind vielfältig: • Sie schaffen ein zeitgemäßes, digitales Serviceangebot. • Sie erhöhen die Erreichbarkeit Ihrer Mitarbeiter und damit die Kundenzufriedenheit. • Sie steigern signifikant die Rate der fallabschließenden Gespräche beim ersten Kontakt. • Ihre Kunden erhalten ein umfassendes Serviceangebot ohne Kanalwechsel und Medienbruch. • Ihre Kunden bekommen genau die Hilfe, die sie in diesem Moment benötigen (beispielsweise beim Ausfüllen eines Formulars). • Ihre Kunden entwickeln eine vertraute, persönliche Beziehung zu Ihrem Unternehmen.

AUTOR: -/RED

## Welche Fragen müssen Sie sich vor der Einführung stellen?

Wenn Unternehmen planen, eine Video- und Kollaborationslösung einzuführen, sollte die Betrachtung der Anwendungsfälle an erster Stelle stehen. Es bedingt eine gewisse Transferleistung, die Möglichkeiten einer Videoberatung mit dem eigenen Serviceangebot konzeptionell in Einklang zu bringen, und einige Fragen müssen geklärt werden:

- Was möchte man erreichen und welchen Prozess möchte man verbessern?
- Stehen die erforderlichen Hard- & Softwarevoraussetzungen bereit?
- Soll der Dienst aus der Cloud oder On-Premise bezogen werden?
- Ist die eigene IT-Landschaft für eine Videoberatung vorbereitet?
- Auf welchen Endgeräten soll die Beratung angeboten werden können?
- Wo und an welcher Stelle soll die Videoberatung im Internetauftritt angeboten werden?
- Geht es überhaupt um Inbound oder ist der Use-Case auf Outbound ausgerichtet oder beides?
- Ist eine fallabschließende Beratung mit unterzeichnetem Vertrag relevant? Müssen die Daten in Backend-Systeme überführt werden?
- Was sagt der Betriebsrat dazu?
- Wie motiviere ich die Mitarbeiter, an einem Videoberatungsplatz zu arbeiten?