virtualQ AI
A WORLD WITHOUT WAITING

DAS CUSTOMER CENTRICITY-ERFOLGSREZEPT

Customer Centricity – die kundenzentrierte Arbeitsweise – sollte längst Selbstverständlichkeit für Unternehmen sein. Gerade als Service-Verantwortlicher, mit einem direkten Draht zu Ihren Kunden, ist es Ihre Pflicht, das Wissen über Ihre Kunden zu bündeln und ins Unternehmen zu tragen! Denn nur so können Sie sich die Gunst Ihrer Kunden sichern und als Resultat den Erfolg Ihres Unternehmens langfristig sicherstellen. Doch die Realität zeigt: Viel zu oft werden Produkte und Dienstleistungen nach wie vor am Kunden vorbeientwickelt. Falsche Annahmen, Mutmaßungen und Verallgemeinerungen führen dazu, dass Kundenwünsche und -bedürfnisse (bestenfalls) mehr schlecht als recht befriedigt werden. Kundenabwanderungen und -unzufriedenheit sind die logischen Konsequenzen.

Dabei liegt Ihnen das Wissen, was Ihre Kunden wollen, zu Füßen! Sie müssen nur wissen, wo und wie Sie es finden. Damit Sie auf Ihrer Suche nicht unnötig im Dunkeln tappen, sondern direkt den richtigen Fokus setzen, haben wir unsere Beobachtungen und Erfahrungen zum Thema Customer Centricity zusammengetragen und für Sie auf den Punkt gebracht. Das Ergebnis ist ein handfestes Erfolgsrezept für gelebte Customer Centricity. Eine Gebrauchsanweisung, die Ihnen zeigt, wie Sie Kundenzentrierung ins Zentrum Ihrer Unternehmensaktivitäten stellen und passgenaue Lösungen entwickeln, die den Nerv IHRER Zielgruppen wirklich treffen.

Die Gretchenfrage: Was wollen Ihre Kunden? Um herauszufinden, was Ihre Kunden wirklich wollen und brauchen, müssen Sie weder teure Seminare oder Konferenzen besuchen noch ausschweifende Workshops oder Meetings abhalten. **Die Antwort auf Ihre Fragen liegt in Ihren Daten** – Kundendaten, die über das Verhalten, die Interaktionsgewohnheiten und die Charakteristiken Ihrer Konsumenten Aufschluss geben. Sie helfen Ihnen, eine 360°-Ansicht über die Produkt-, Marken- und Service-Erlebnisse – die sogenannte Customer Journey – Ihrer Kunden zu erhalten. Diese Erkenntnisse gilt es zu nutzen und positive Erfahrungen auf Kundenseite sicherzustellen.

Daten gesammelt, was nun?
Die Herausforderung liegt darin, die wertvollen Rohdaten, die Sie tagtäglich sammeln, sinnvoll anzureichern, intelligent miteinander zu verknüpfen und sinnstiftende Maßnahmen abzuleiten. Jedoch wissen aus unserer Erfahrung die meisten Unternehmen nicht, wo sie überhaupt starten sollen, Ihre Daten gezielt einzusetzen. Das Ergebnis ist Stillstand statt Agilität und Weitsicht. Wir empfehlen Ihnen im Customer Service anzufangen, wenn Sie das Thema Customer Centricity zum Teil Ihrer Unternehmenskultur machen wollen. Denn im Zuge der zunehmenden Austauschbarkeit von Produkten und Dienstleistungen nimmt vor allem der Kundenservice beim Thema Customer Centricity eine Schlüsselrolle ein. Hier liegt das größte Potenzial, wenn es darum geht, ein Alleinstellungsmerkmal zu erschaffen, das Ihren Kunden im Gedächtnis bleibt.

„Customer first!" als Best Practice
Erfolgreiche internationale Unternehmen wie Google, Amazon und Netflix haben die Zeichen der Zeit bereits erkannt und sich einer „Customer first"-Strategie verschrieben.

> *"Obsess about customers, not competitors."*
> – Jeff Bezos, Amazon-Gründer & CEO

Aber auch in der **DACH-Region** wächst glücklicherweise das Verständnis für die Notwendigkeit, den Kunden ins Zentrum der Unternehmensaktivitäten zu stellen. So wird beispielsweise bei **virtualQ**, dem **am schnellsten wachsenden deutschen Technologie-Start-up des Jahres 2018** mit Kunden wie den **Österreichischen Bundesbahnen, CAPITA, Wien Energie, Haufe-Lexware** und **Gothaer**, konsequent eine **Customer Centricity-Strategie** verfolgt. Wie das in der

WIR SCHAFFEN DAS WARTEN AB.

Praxis konkret aussieht und welche unternehmerischen Vorteile sich aus dieser Ausrichtung am Kunden ergeben, wollen wir Ihnen im Folgenden näher erläutern.

Daten treffen auf Kundendialog – die richtige Mischung macht's

Wie gelingt es, Produkte und Services gezielt und kundenindividuell anzubieten und dabei wirtschaftlich zu agieren? Das **Erfolgsgeheimnis** von virtualQ liegt in der **Symbiose der Abteilungen Customer Success, Data Analysis und IT (Produktentwicklung)**, zwischen denen ein ständiger Informationsfluss herrscht. So werden sämtliche Maßnahmen im Unternehmen darauf ausgerichtet, Kunden nicht nur zu begeistern, sondern sie langfristig glücklich zu machen. Das Herz von virtualQ bildet das Customer Success Team, das sich aus Experten der Servicebranche zusammensetzt, die allesamt jahrzehntelange Erfahrungen im Bereich Customer Care mitbringen und im ständigen Austausch mit den virtualQ-Kunden sowie dem Data Analysis Team und der Produktentwicklung stehen.

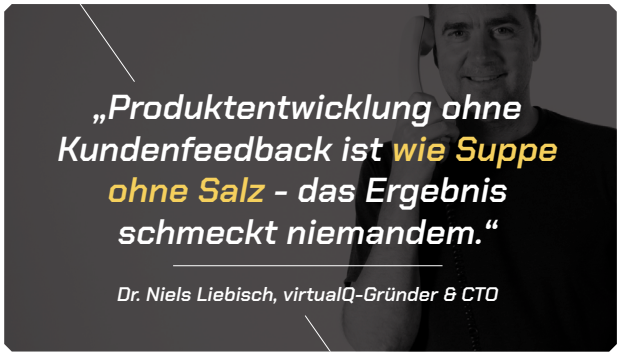
Als direktes Ohr zum Kunden kennt das Customer Success Team die Sorgen, Wünsche und Ziele der virtualQ-Kunden

und trägt dieses Wissen proaktiv ins Unternehmen hinein. Regelmäßige Feedbackgespräche und Kundenbefragungen gehören beispielsweise zum festen Aufgabenfeld der Leiterin der Abteilung Customer Success, **Anika Tannebaum**. Die Kundenservice-Expertin versteht die Herausforderungen und Ziele ihrer Kunden nur zu gut, war sie doch selbst vor virtualQ in leitenden Service Center-Positionen bei Unternehmen wie der ebay-Tochter brands4friends, booking.com und Audi tätig. Unterstützt wird sie von ihren Kollegen aus dem Projektmanagement – allen voran **Steffen Morscheck**, der mit seinem technischen Know-how, seinem jahrzehntelangen Erfahrungsschatz aus Unternehmen wie Bosch Service Solutions und seinem tiefen Verständnis für die Belange der Servicebranche die bestmögliche Ausgestaltung und Nutzung der virtualQ-Lösungen bei jedem einzelnen Kunden sicherstellt. Als Projektmanager steht er im ständigen Austausch mit den virtualQ-Kunden und fungiert als kompetenter Ansprechpartner in puncto Produktportfolio, Setup und Produktkonfiguration entsprechend der kundenspezifischen Zielsetzungen und Service-Situationen.

Strategische Produktentscheidungen werden auf Basis der gesammelten Daten getroffen

Für den Bereich **Business Intelligence und Data Science** hat sich virtualQ echte **Datenprofis** an Bord geholt. Das international aufgestellte Team unter der Leitung von **Valentin Leister**, der vor seiner Zeit bei virtualQ bei Criteo und im Investment Banking bei Barclays sein Faible für Daten und Zahlen unter Beweis stellte, verfügt über einen breiten Erfahrungsschatz – unter anderem aus dem Silicon Valley sowie aus schnell wachsenden, datengetriebenen, internationalen Erfolgs-Start-ups. virtualQ arbeitet mit den verschiedenen Service Centern unterschiedlicher Branchen zusammen und gewinnt durch die Auswertung der anonymisierten Daten immer tiefergehende und umfassendere Einblicke und Erkenntnisse hinsichtlich der unterschiedlichen Service Center-Szenarien und Muster.
Die im Customer Success und Data Team gesammelten Erkenntnisse hinsichtlich der Kundenwünsche fließen

direkt in die (Weiter-) Entwicklung der virtualQ-Lösungen ein. Dank der engen Verzahnung mit dem Produktteam und der Weitsicht von **CTO und virtualQ-Gründer Dr. Niels Liebisch** gelingt es virtualQ, seine Kunden mit Lösungen und Features zu begeistern, die den Nerv von Anrufern und Service Centern gleichermaßen treffen, im Customer Care-Bereich ihresgleichen suchen und Trends in der Service Center-Branche setzen.



Warum investiert virtualQ in solch geballte Customer Service- und Daten-Expertise?

Ganz einfach, das Technologie-Unternehmen versteht Service-Know-how und Kundenfokussierung als Schlüsselqualifikationen, um Service Center und ihre Anrufer langfristig glücklich zu machen. Dass sich dieser „Customer first"-Ansatz für virtualQ auszahlt, beweist unter anderem die **Marktführerstellung** des Unternehmens im Bereich intelligentes Warteschleifen- und Rückruf-Management. So vertrauen unter anderem namhafte Unternehmen aus den **Tourismus-, Automobil-, E-Commerce-, Versicherungs-, Energie- und Dienstleister-Branchen** auf die Tech-Expertise des Software-Unternehmens.

Mit seinen einzigartigen Lösungen fungiert virtualQ als Vorreiter, wenn es um die Customer Service-Optimierung durch **künstliche Intelligenz, Machine Learning und Data Science** geht. Mit seinem Produktportfolio basierend auf **dynamischen Call Backs** (Warte- und Rückruf- Management sowie Terminvergabe) und **Sprachintelligenz (AI)** unterstützt virtualQ Unternehmen beim Sprung in eine kundenorientierte, digitale Servicewelt und kommt seiner Vision von „a world without waiting" täglich einen Schritt näher.

So können auch Sie die „Customer Centricity-Brille" in Ihrem Unternehmen aufsetzen

Wir wissen nun, wichtigstes Instrument bei der Überführung Ihrer Produkte und Services in die kundenzentrierte Zukunft ist eine übergeordnete Unternehmensstrategie, die als Kursgeber selbst bei stürmischen Marktbewegungen den Kunden nicht aus den Augen verliert und gleichzeitig für die wirtschaftliche Sinnhaftigkeit Ihrer Entscheidungen sorgt. Eine komplett neue strategische Ausrichtung von heute auf morgen mag Ihnen jedoch zurecht utopisch vorkommen. Wenn Sie dennoch nach und nach eine Customer Centricity-geprägte Arbeits- und Denkweise in Ihrem Unternehmen etablieren wollen, empfehlen wir Ihnen **im Kundenservice, dem Herzstück eines jeden Unternehmens, zu beginnen**. Schließlich besteht hier der direkteste Draht zu Ihren Kunden. Unsere Erfahrungen zeigen, dass eine Kooperation mit einem kundenzentrierten Lösungsanbieter wie virtualQ geradewegs Erfolge in puncto **Kundenzufriedenheit** liefert, Ihre **Kosten reduziert** und Ihre **KPIs verbessert**.

Wie? Unabhängig von Ihrer ACD und ohne den Einsatz von IT-Ressourcen steuern die virtualQ-Lösungen das Anrufvolumen für Sie, glätten Peaks im Tagesverlauf und sorgen für eine konstante Auslastung Ihrer Mitarbeiter. So verbessern Sie spielend Ihre **Average Speed of Answer (ASA)**, Ihre **Erreichbarkeit**, Ihre **Abbruchrate** sowie Ihre **Average Handling Time (AHT)**. Durch Features wie den virtualQ **Net Promoter Score (NPS)** sind Sie zudem jederzeit im Bilde, wie es um die Zufriedenheit Ihrer Anrufer bestellt ist und sammeln wertvolle Erkenntnisse hinsichtlich der Wünsche Ihrer Kunden (Abb. 1). Neben diesen unmittelbar spürbaren und messbaren Veränderungen bauen Sie durch die Zusammenarbeit mit virtualQ nach und nach ein tiefgreifendes Verständnis für einen „Customer First"-Ansatz in Ihrem Unternehmen auf.

Welche kundenzentrierten Service Lösungen bietet virtualQ Ihnen konkret?

Beim Intelligenten Warteschleifen-Management **(dynamischer Call Back)** von virtualQ stehen Ihnen direkt zwei kundenfreundliche Angebote zur Verfügung: Mit dem (1) **Intelligenten Warte- und Rückrufservice** (virtual Queue), der bei akuten Wartesituationen greift, ersparen Sie Ihren Kunden die nervenaufreibende Warteschleife. Ein virtueller Assistent nimmt Ihren Anrufern das Warten am Service-Telefon ab und informiert sie, wenn sie an der Reihe sind. So machen Sie Kunden glücklich und glätten spielend Peaks im Tagesverlauf. Die Power hinter diesem kundenorientierten Angebot zeigt sich in der komplexen, dynamischen **Digital Peak Management Technologie**: Lernende und individuell auf Ihre Bedürfnisse und Zielsetzungen zugeschnittene Algorithmen glätten Schwankungen im Anrufvolumen und erhöhen die Erreichbarkeit Ihrer Agenten (Abb. 2). Das (2) **intelligente und auslastungsbasierte Termin-Management** (virtualQ Appointment) ermöglicht es Ihnen zudem, Ihren Kunden persönliche Beratungsgespräche für weniger brisante, beratungsintensive Themen anzubieten und damit gleichzeitig Ihre Leerlaufzeiten zu füllen. Dieses Serviceangebot zahlt somit nicht nur auf die Zufriedenheit Ihrer Kunden, sondern auch auf die Optimierung Ihrer internen Prozesse ein.

ABB. 1

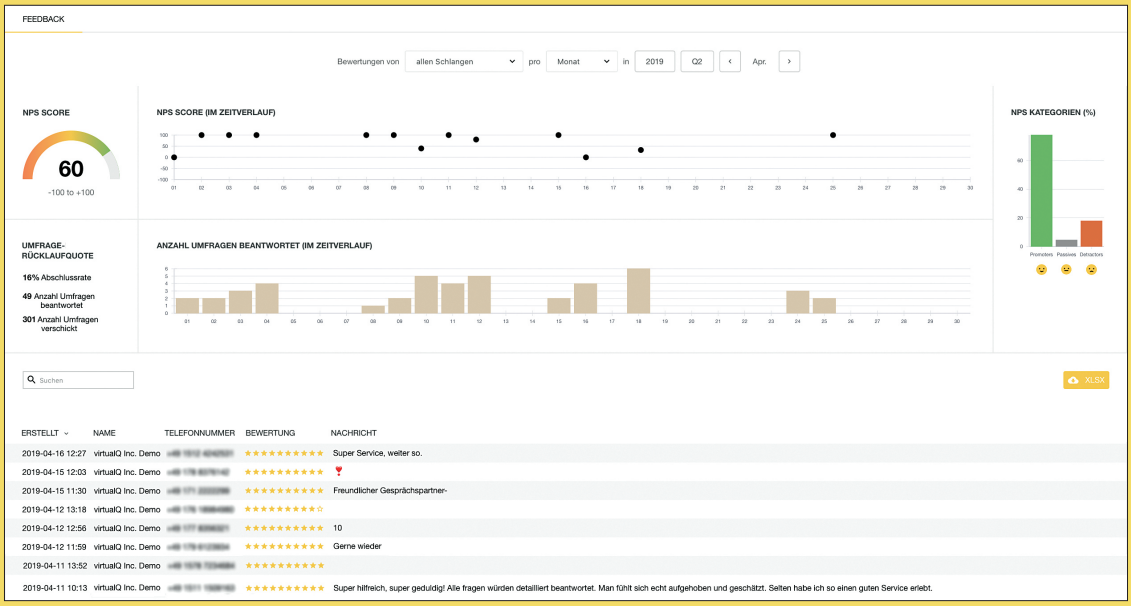


ABB. 1: ANSICHT AUS DEM KUNDEN-DASHBOARD ZU DEN ERGEBNISSEN DES VIRTUALQ NET PROMOTER SCORES (NPS).

ABB. 2

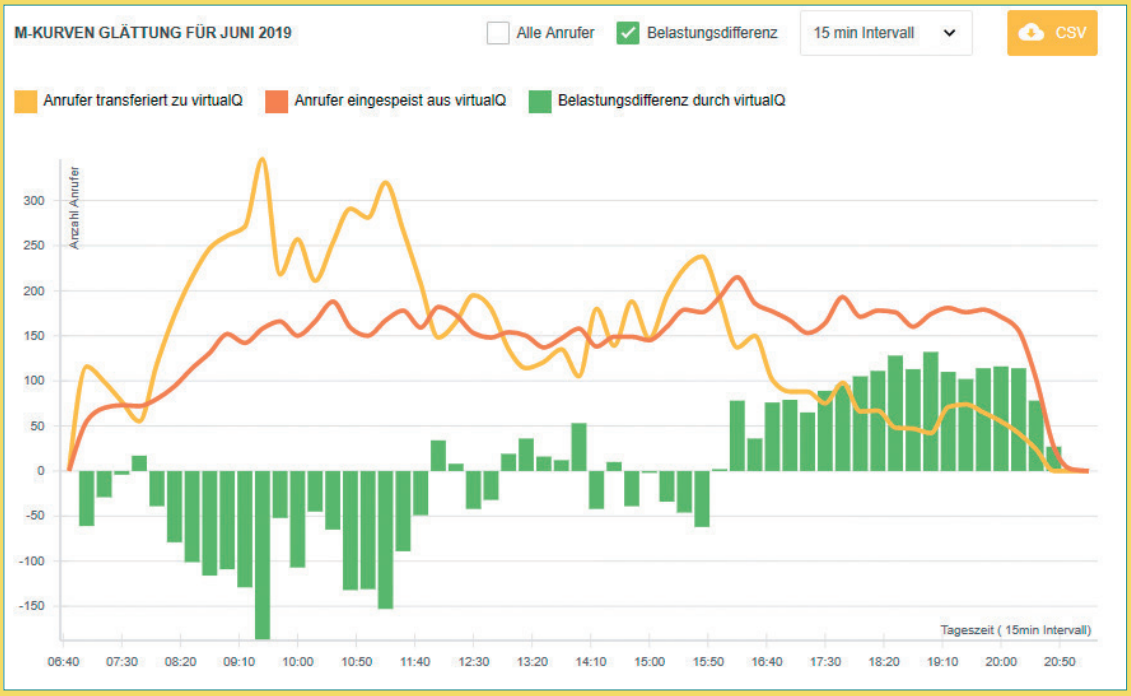


ABB. 2: PEAK-GLÄTTUNG IM TAGESVERLAUF DURCH VIRTUALQ (KUNDEN-DASHBOARD-ANSICHT).

Die **innovative virtualQ Sprachintelligenz (AI)** ist wiederum auf die Optimierung der „PreCall-Journey“ ausgelegt – also das Kundenerlebnis vor dem eigentlichen Gespräch mit Ihrem Service-Mitarbeiter. So können Sie die Anliegen Ihrer Anrufer einfach und bequem vorqualifizieren und den Kundendialog für Ihre Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen entspannter gestalten. Das intelligente Sprachdialog-System von virtualQ macht sich dabei auf einzigartige Art und Weise die Möglichkeiten künstlicher Intelligenz zunutze. Im Dialog mit der virtualQ Sprachintelligenz können Ihre Kunden viele Anliegen direkt, ohne Zeitverzug und unter Einhaltung höchster Qualitätsstandards klären. So entlastet die Voice-Lösung Ihre Service-Agenten und schafft Raum für die Lösung komplexerer Kundenanfragen.
Dank des **selbsterklärenden virutalQ Dashboards** sind Sie in der Lage, abhängig von Ihren aktuellen und individuellen Unternehmens- und Servicezielen die virtualQ-Lösungen schnell und unkompliziert einzurichten und Ergänzungen wie das **virtualQ Net Promoter Score (NPS) Feature** zu aktivieren, um direkt Kundenfeedback einzusammeln. Bei Bedarf können Sie die Einstellungen für Ihre Contact Center im Dashboard tagesaktuell und eigenständig an sich verändernde Rahmenbedingungen anpassen. So können Sie selbst bei unerwarteten Geschehnissen innerhalb Ihres Service Centers schnell und flexibel agieren und Sondersituationen entspannt begegnen. Selbstverständlich stehen Ihnen die geschulten, erfahrenen virtualQ-Projektmanager bei Fragen jederzeit unterstützend zur Seite.

Customer Centricity-Erfolgsrezept auf den Punkt gebracht

Fassen wir zusammen: In Zeiten, in denen die Abwanderung Ihrer Kunden zu einem Ihrer Wettbewerber nur einen Mausklick entfernt ist, benötigen Sie ein Alleinstellungsmerkmal, mit dem Sie aus der Masse herausstechen, Kunden für sich begeistern und sie langfristig binden. Während Produkte und Dienstleistungen austauschbar geworden sind, erlebt der Kundenservice seine Sternstunde – **moderner, kundenzentrierter Customer Service hat heute das Zeug zum Alleinstellungsmerkmal, das Kunden zu Fans werden lässt**. Unternehmen, die das verstanden haben, verfolgen mehr und mehr eine Customer Centricity-Strategie: Jegliches Denken und Handeln im Unternehmen wird auf die Gewohnheiten und Wünsche der Kunden ausgerichtet und der Customer Care-Bereich erfährt endlich die Aufmerksamkeit, die er schon lange verdient. Am Beispiel des Erfolgs-Start-ups virtualQ haben wir gesehen, wie eine Customer Centricity-Strategie, die sich durch sämtliche Unternehmensbereiche zieht und bei der Customer Success (der Erfolg und die Zufriedenheit jedes einzelnen Kunden) im Fokus steht, aussehen kann.

Dennoch sind rundum positive Serviceerlebnisse, durch die sich Anrufer mit ihren Bedürfnissen und Wünschen verstanden und ernstgenommen fühlen, heutzutage leider

noch immer keine Selbstverständlichkeit. Für Ihr Service Center stellt dies die Chance dar, durch erstklassigen Service wirklich aufzufallen – doch dafür müssen Sie wissen, was Ihre Kunden wirklich wollen. Dieses Wissen generieren Sie am besten durch das Ansammeln und Auswerten qualitativer und quantitativer Daten: Am Beispiel von virtualQ haben wir aufgezeigt, wie riesige Datenmengen durch eine gut aufgestellte Data Analysis-Abteilung systematisch genutzt und eingesetzt werden können, um Lösungen zu entwickeln, die ideal zu den Verhaltensmustern und Bedürfnissen von Contact Centern und Anrufern passen. Da virtualQ verstanden hat, dass nicht jedes Unternehmen inhouse über genügend Expertise in puncto Datenanalysen verfügt, gehen die virtualQ-Services über das Lösungsportfolio von Warte- und Rückrufservices (dynamischer Call Back) und Sprachintelligenz (AI) hinaus; auf Wunsch werden unternehmensspezifische Daten der virtualQ-Kunden ausgewertet und gemeinsam Maßnahmen abgeleitet. Das virtualQ Net Promoter Score Feature ist ein weiteres Beispiel, wie virtualQ durch den regelmäßigen Austausch zwischen dem Customer Success Team und den virtualQ-Kunden Bedürfnisse auf Anwenderseite identifiziert und passgenaue Lösungen entwickelt. So ist diese Produkterweiterung für virtualQ-Kunden einfach und schnell aktivierbar und ermöglicht es, dauerhaft und unkompliziert „Zufriedenheitschecks“ auf Anruferseite durchzuführen.

Customer Centricity ist also kein Hexenwerk, erfordert aber ein Umdenken auf Unternehmensseite.

www.virtualq.io

AUTOR: -/RED