

Das neue Kundenerlebnis

© 2023 Cisco und/oder Partnerunternehmen. Alle Rechte vorbehalten.

 **webex**
by CISCO

Die Kundenerwartungen haben sich verändert

Die Kundenservicebranche befindet sich an einem entscheidenden Punkt in ihrer Geschichte. So wie die Pandemie das hybride Arbeitsmodell beschleunigt hat, so hat sich auch die Art und Weise, wie Kunden mit Unternehmen in Kontakt treten, von Grund auf verändert. In dieser neuen Realität erwarten Kunden, mit Unternehmen über jeden digitalen Kanal interagieren zu können, nicht nur über das Telefon. Und falls sie doch einmal zum Telefonhörer greifen, um mit dem Kundenservice zu sprechen, erwarten die Kunden, dass Sie wissen, wer sie sind und was sie von Ihrem Unternehmen brauchen.

Der Kundenservice ist das neue Aushängeschild

Als weitere Folge davon, dass die Welt scheinbar über Nacht virtuell geworden ist, werden die Kundenservicezentren zur wichtigsten Anlaufstelle. Doch damit die Kundenserviceteams ihre Aufgaben erfolgreich erfüllen können, müssen sie sofort erkennen, was ein Kunde braucht, bevor das Thema zu einem gravierenden Problem im weiteren Verlauf der Kundenbeziehung wird.

Mehr denn je müssen Unternehmen heute jeden Kontaktpunkt mit personalisierten Angeboten ausstatten, die die Erwartungen der Kunden übertreffen. Ohne dieses Qualitätsniveau riskieren selbst etablierte Marken, über Nacht die Treue ihrer Kunden zu verlieren – eine Treue, die durch jahrelange harte Arbeit erworben wurde.

Wer an diesem entscheidenden Punkt versagt, verschafft seinen Konkurrenten einen entscheidenden Vorteil.

Die besten Kundenerlebnisse entstehen, wenn Agenten einen historischen Kontext über den Kunden haben und mit den richtigen Ressourcen ausgestattet sind, um ihn zu unterstützen. Sie müssen zudem über intuitive Tools für die Zusammenarbeit verfügen, um Hilfe von anderen Teams zu erhalten, damit die Wünsche des Kunden schnell erfüllt werden können.

All dies bedeutet, dass der Kundenservice nicht mehr nur eine Abteilung in der hintersten Ecke eines Unternehmens ist. Der Kundenservice ist nun das Aushängeschild, und die Kundenservice-Agenten sind maßgeblich für den ersten Eindruck der Kunden.

Aber nicht alle Unternehmen sind für den Erfolg in diesem wichtigen Bereich gerüstet. Häufig fehlt ihnen die Technologie, mit der sie ihre Kunden besser unterstützen können.

Wenig zweite Chancen: weshalb Kundenerlebnisse neu gestaltet werden müssen

Noch nie stand mehr auf dem Spiel als heute.

43

Studien haben gezeigt, dass Menschen im Durchschnitt 43 Tage ihres Lebens in Warteschleifen verbringen. Das entspricht mehr als 1.000 Stunden Warteschleifenmusik.

[Mehr erfahren](#)

1 von 2

Kunden geben an, dass ihre Erlebnisse mit dem Kundenservice mangelhaft sind.

[Mehr erfahren](#)

59 %

der Kunden sagen, dass sie bereit wären, sich von einem Unternehmen, das sie eigentlich schätzen, nach 2 bis 3 negativen Erlebnissen abzuwenden.

[Mehr erfahren](#)

32 %

geben an, dass sie sich bereits nach nur einem einzigen negativen Kontakt von einem Unternehmen abwenden würden.

[Mehr erfahren](#)

Wie können Sie diese Herausforderung also bewältigen?

Kundentreue ist der Schlüssel zum Erfolg Ihres Unternehmens. Und Kundentreue verdient sich ein Unternehmen, indem es Probleme schnell, effizient und mit möglichst geringem Aufwand für den Kunden löst.

Erfolgreiche Unternehmen setzen all diese Strategien um: zuhören, einbeziehen, erweitern, lernen und anpassen.





Zuhören

Sammeln Sie wichtige Informationen und erstellen Sie umfassende Kundenprofile.

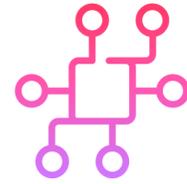
Zuhören bedeutet, die Interaktionen und Aktivitäten Ihrer Kunden zu verstehen, sodass Sie Schwierigkeiten proaktiv erkennen können, bevor sie zu Problemen werden. Dadurch verringert sich die Zahl der Kundenanrufe. Wenn der Kunde dann anruft, wissen Ihre Mitarbeiter genau, was er braucht und wie sie die Angelegenheit lösen können.



Einbeziehen

Treten Sie mit Ihren Kunden in Kontakt, und zwar wie, wann und wo diese es wünschen.

Die Interaktion mit Ihrem Unternehmen sollte sich daran orientieren, wie die Kunden gerne kommunizieren, unabhängig davon, ob sie Textnachrichten oder eine Messaging-App bevorzugen. Kunden, die Self Service bevorzugen, sollten rund um die Uhr Zugang zu virtuellen Agenten haben.



Erweitern

Schaffen Sie durch KI und Zusammenarbeit „Superagenten“.

Der Agent sollte nie das Gefühl haben, auf einer einsamen Insel gestrandet zu sein. Stattdessen sollte er über Instrumente und organisatorische Unterstützung verfügen, um Kundenprobleme schnell lösen zu können.

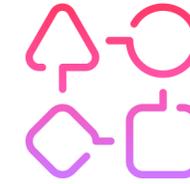
Mit diesen Ressourcen schaffen Sie Superagenten, die einen besseren und effizienteren Kundenservice bieten.



Lernen

Nutzen Sie die zur Verfügung stehenden Einblicke, um Kundenerlebnisse zu optimieren.

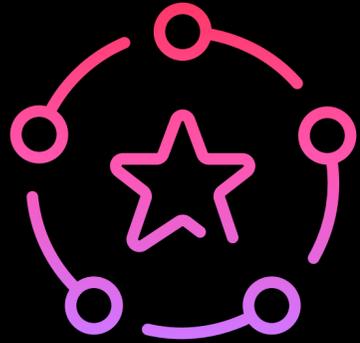
Um ein hervorragendes Kundenerlebnis zu bieten, müssen Sie aus Ihren Kundenkontakten lernen und kontinuierlich die Verbesserungen ermitteln und priorisieren, die den größten Einfluss auf die Zufriedenheit und die Kosten haben.



Anpassen

Automatisieren Sie Customer Journeys mit wenig oder gänzlich ohne Code.

Sie müssen die gewonnenen Erkenntnisse über Kunden in geschäftliche Erfolge umwandeln. Unabhängig davon, ob Sie Entwickler haben oder nicht, sollten Sie in der Lage sein, die Customer Journey schnell entsprechend anzupassen.



Wenn diese fünf Kompetenzen zusammenkommen, entsteht ein positiver Kreislauf. Sie hören Ihren Kunden zu, interagieren mit ihnen auf die Art und Weise, die sie sich wünschen, erweitern die Möglichkeiten von Agenten, um ein optimales Angebot zu bieten, lernen, was zu verbessern ist, und passen sich an, indem Sie Verbesserungen schnell und ohne Programmieraufwand einführen.

So unterstützt Webex die 5 Kompetenzen für ein hervorragendes Kundenerlebnis



Zuhören

Stellen Sie die Customer Journey in den Mittelpunkt. Der Webex Daten-Service für die Journey bietet Ihnen die Möglichkeit, alle Kundeninteraktionen über sämtliche Kanäle und Anwendungen hinweg zu erfassen, auch wenn es sich um Anwendungen von anderen Anbietern als Cisco handelt. Er überführt fragmentierte Daten in eine einheitliche Ansicht, sodass Sie Ihre Kunden proaktiver unterstützen können.

Stellen Sie sich vor, ein Kunde beginnt einen Kaufvorgang oder einen Antrag, kann den Prozess aber aus irgendeinem Grund nicht abschließen. Bevor der Kunde den Vorgang frustriert abbricht, erkennt ein Chatbot dies und fragt, ob der Kunde Hilfe benötigt, um ihn dann sofort an einen Live-Agenten weiterzuleiten – einen Agenten, der genau weiß, was das Problem ist und wie es zu lösen ist.

Anstatt eine schlechte Erfahrung zu machen (wodurch der Kunde möglicherweise abwandert), wurden mehrere „magische“ Momente geschaffen, und Ihr Kunde ist zufrieden. Alles beginnt mit dem Zuhören.



Einbeziehen

Kunden sollten mit Ihnen kommunizieren können, wie sie mit ihren Freunden kommunizieren. Alles muss einfach und ungezwungen sein. Das bedeutet, dass Ihre Kunden die Möglichkeit haben sollten, zu wählen, wie sie mit Ihnen in Kontakt treten möchten. Möglicherweise wollen sie eine Messaging-App wie Facebook Messenger oder WhatsApp nutzen oder Textnachrichten verwenden, um einen Anruf zu vermeiden. Das muss ohne Aufwand möglich sein.

Wie bei einer Unterhaltung mit Freunden sollten Kundengespräche genau dort fortgesetzt werden, wo sie aufgehört haben. Dazu benötigen Ihre Agenten jedoch ein nahtloses System, das diese Interaktionen miteinander verknüpft. Genau das bekommen sie mit [Webex Contact Center](#).

Wir stellen all diese Informationen in einem einzigen Posteingang zur Verfügung, damit der Agent sie sofort zur Hand hat. Im Agent Desktop von Webex Contact Center können die Agenten Transkripte aller Interaktionen sehen, unabhängig davon, welcher Kanal verwendet wurde.

Einheitliches Agentenerlebnis

The screenshot displays the Webex Contact Center agent desktop. The interface is divided into several sections:

- Agent Profile:** Carlos Smith, Ticketing_Queue, 00:08. Status: Available, 25:23, SJ.
- Contact Information:**
 - Phone Number: +1-412-288-3782
 - Email Address: carlos.smith@gmail.com
 - Frequent Flyer #: Flight 123
 - Address: 2629 Driftwood Road, Oakland, CA 94612
 - Toll-free Number: +1-800-900-8989
 - Channel Path: SMS
 - Queue Name: Ticketing_Queue
 - Option: Call me
- Live Transcript:** Shows a chat conversation with a chat bot and a customer agent.
 - Chat Bot (11:13 AM):** Flight 123 to San Jose now departs at 5:05 pm and arrives at 6:00pm.
 - Chat Bot (11:14 AM):** Reply 1 to stay on the flight. Reply 2 to see other flights. Reply 3 to receive a call from a customer support agent.
 - Carlos Smith (11:15 AM):** Reply 3
 - Sandra Jefferson (11:16 PM):** Hi Carlos, This is Laura with Airline. I apologize that your flight to San Jose was delayed. I will be helping to find other alternatives.
- Flight Booking Summary:**
 - Source: Salt Lake City
 - Destination: Oakland
 - Date: 30th of September
 - Flight Number: 123 (Delayed)
- Agent Actions:** Hold, Consult, Transfer, Pause Recording, End.

Omnichannel-Kundenerlebnis

The screenshot shows a mobile messaging app interface for AnyAirline. The customer's journey is highlighted with a red box:

- Message 1 (9:41):** Flight 123 to San Jose now departs at 5:05 pm and arrives at 6:00pm. Reply 1 to stay on the flight. Reply 2 to see alternative flights. Reply 3 to receive a call from a customer support agent.
- Date Separator:** Thur, Sept 30, 11:01 AM
- Message 2 (11:01 AM):** Hello Carlos. Your AnyAirline flight is now confirmed. Please follow this link to check your booking details: <http://anyairline.com/YQU1C123QISQUmDYMos1Y8>

The interface includes a back arrow, a search icon, a profile icon, and a bottom navigation bar with a camera icon, a microphone icon, and a text input field labeled "To: Bluesky Airline".

Erweitern

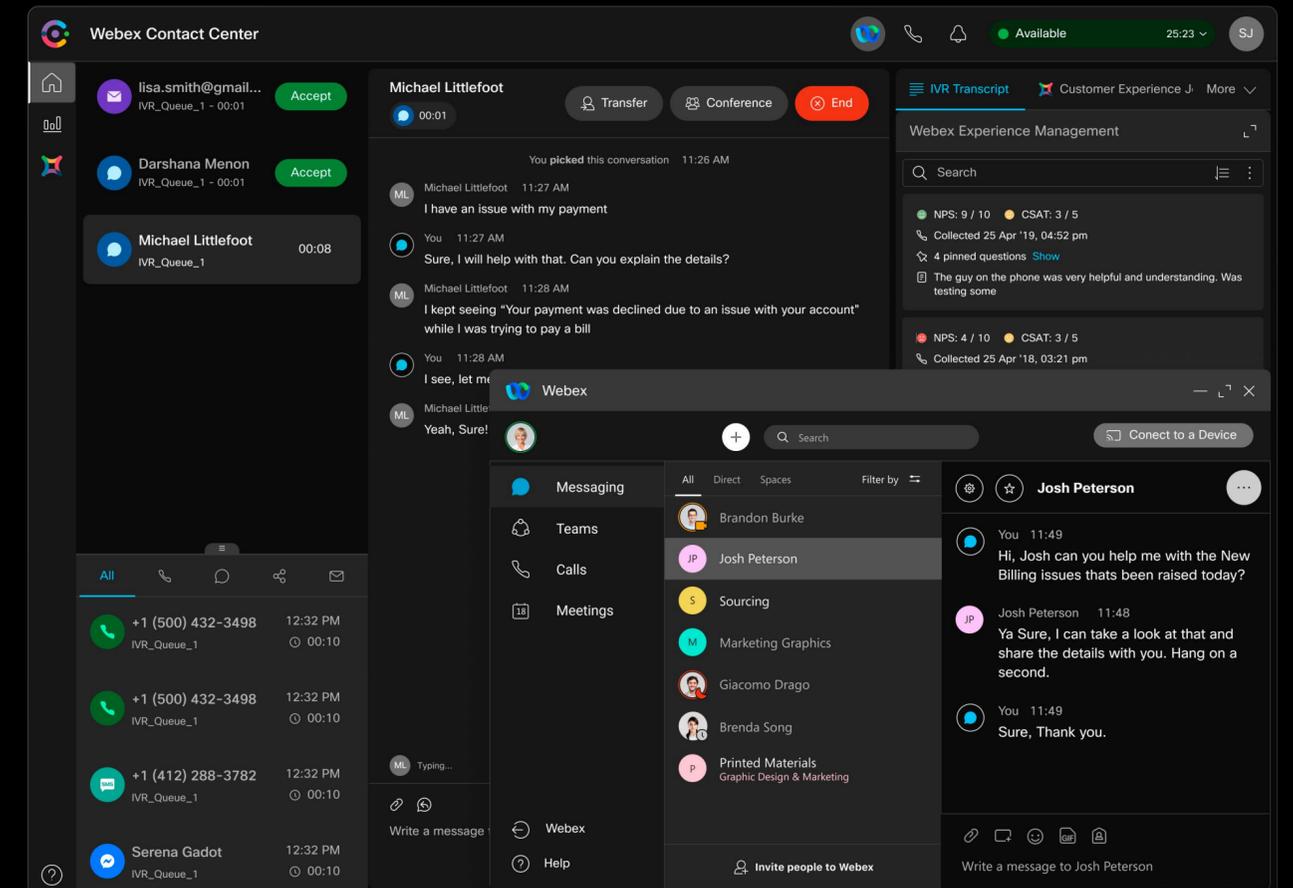
Sie können dieselbe KI-Technologie nutzen, die auch in der [Webex Suite](#) zum Einsatz kommt, um Ihren Agenten zu helfen, produktiver zu arbeiten.

Zunächst entfernen wir Hintergrundgeräusche, sodass die Stimmen von Kunden und Agenten ganz klar zu hören sind. Anschließend erstellen wir aus den Audiodaten Echtzeit-Transkripte. So kann sichergestellt werden, dass das Gesagte auch erfasst wurde. Und schließlich interpretiert das System mithilfe der Technologie zur Absichtserkennung die zugrunde liegende Bedeutung und die Absicht des Kunden, sodass das System die richtige Aktion koordinieren kann. Diese Fähigkeit schafft Möglichkeiten zur Automatisierung, damit ein Kunde gar nicht erst in der Warteschleife landen muss.

Allerdings lässt sich nicht jedes Kundenproblem so einfach lösen. Wenn der Agent Hilfe bei der Lösung eines Problems benötigt, kann

er die [Webex App](#) nutzen, um in Echtzeit auf das umfassende Fachwissen innerhalb des Unternehmens zuzugreifen. Er kann mit diesen Fachleuten in Form von Nachrichten, Meetings oder Anrufe zusammenarbeiten. Dieses gemeinsame Know-how hilft den Agenten, Probleme schneller zu lösen, und verbessert ihr Wissen und ihre Effizienz.

Wenn Agenten sich nicht mehr isoliert und für die richtige Unterstützung der Kunden schlecht ausgestattet fühlen, steigt ihre Zufriedenheit, die Kundenbindung nimmt zu und die Fähigkeit der Agenten, Probleme selbst zu lösen, verbessert sich. Sind die Mitarbeiter selbst zufrieden, können sie auch Ihre Kunden besser zufriedenstellen.



Lernen

Einblicke auf allen Ebenen.

Kunden

Wenn es um das Kundenerlebnis geht, ist gut nicht gut genug. Nutzen Sie das Kundenfeedback, um Einblicke zu gewinnen, Ergebnisse zu optimieren und die Kundenzufriedenheit zu steigern.

Agenten

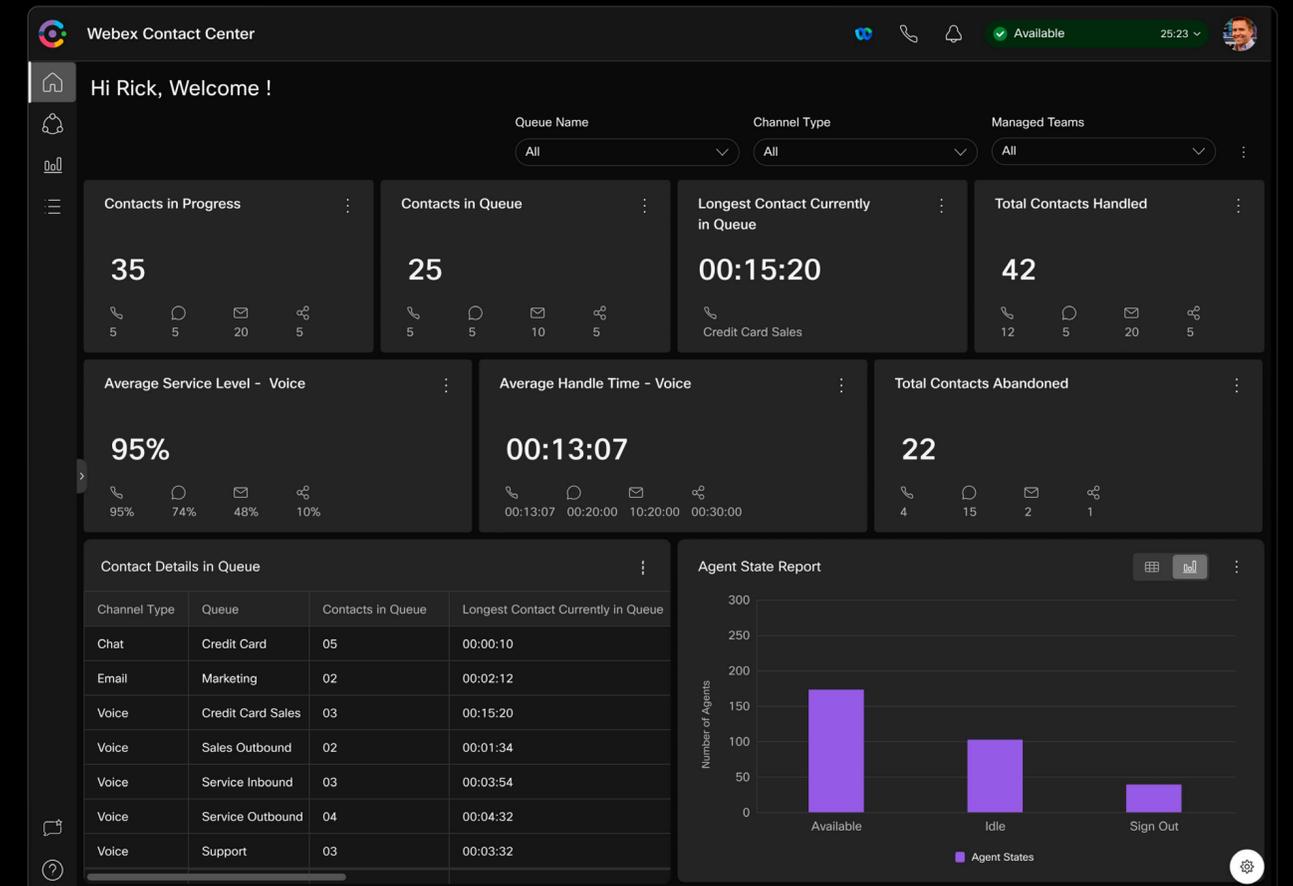
Sorgen Sie dafür, dass die Vorgesetzten die Transparenz und Einblicke erhalten, die sie benötigen, um Agenten zu unterstützen und Geschäftsziele zu erreichen. Der Supervisor Desktop bietet wichtige Highlights, Informationen zur Performance und entscheidende Einblicke, damit Vorgesetzte auf dem Laufenden bleiben, konstruktiv mit Agenten zusammenarbeiten und ein Team aufbauen können, das ein hervorragendes Kundenerlebnis ermöglicht.

Betriebsmanagement

Mit Webex Control Hub können Sie Ihre Collaboration-Anwendungen problemlos verwalten und in Echtzeit einsehen. Diagnostizieren Sie technische Probleme wie schlechte Telefoniequalität, Netzwerkverbindungen oder sogar Probleme mit dem Headset eines Agenten und verwalten Sie Ihr Cloud Contact Center von einer zentralen Stelle aus.

Wir vereinfachen auch die Integration wichtiger CRM-Anwendungen wie Microsoft Dynamics, Salesforce, Zendesk und mehr.

Ihr Unternehmen profitiert von nahtlosen Arbeitsabläufen und einer vollständig integrierten Lösung.



Anpassen

Sie sollten in der Lage sein, das, was Sie aus den Interaktionen und Aktivitäten Ihrer Kunden gelernt haben, schnell in die Tat umzusetzen, um deren Journey und Erlebnisse zu verbessern.

Genau wie andere CPaaS-Plattformen ermöglicht [Webex Connect](#) Ihren Entwicklern, die Kommunikation mithilfe von APIs und SDKs in Ihre Anwendungen und Systeme einzubetten.

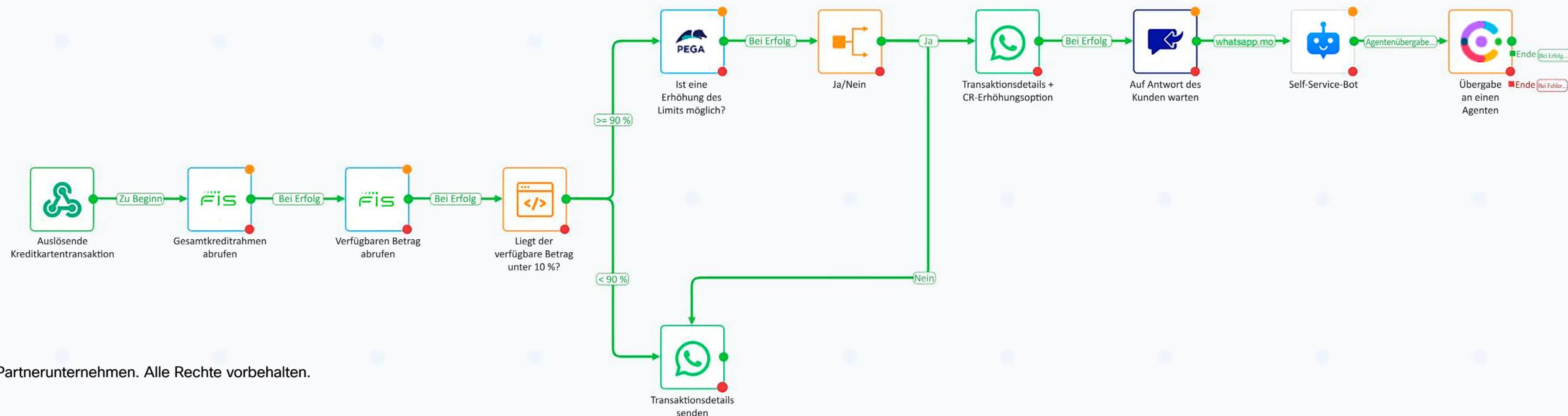
Für Entwickler bietet die Plattform eine Vielzahl von programmierbaren Kommunikationsmöglichkeiten, darunter SMS und Sprache sowie neuere Kanäle wie WhatsApp, Apple Business Chat, Videoanrufe in der App und mehr. Doch damit enden die Gemeinsamkeiten.

Webex Connect bietet darüber hinaus visuelle Funktionen mit wenig oder gänzlich ohne

Code, welche die Erstellung und Änderung von Arbeitsabläufen vereinfachen. Es ermöglicht Unternehmensanalysten, automatisierte Prozesse zu erstellen, die Ihre Kundeninteraktionen mit Ihren operativen Systemen wie CRM-, Finanz- und Abrechnungssystemen verbinden. Dadurch können Sie schnell einen orchestrierten Prozess aufbauen, ohne dass dies zu einem langen und kostspieligen IT-Projekt wird. Die

Plattform verfügt außerdem über integrierte Mess- und Abrechnungsmodule. Diese ermöglichen sowohl verbrauchsabhängige als auch Festpreise, die unabhängig von der Webex Suite-Lizenzierung anwendbar sind.

[Probieren Sie es selbst aus!](#) Erleben Sie, wie einfach Sie Ihre Enterprise-CPaaS-Plattform in Betrieb nehmen können.



Warum die bekanntesten Marken der Welt beim Kundenerlebnis auf Webex vertrauen

Viele der größten und bekanntesten Marken der Welt schaffen mithilfe von Webex außergewöhnliche und magische Kundenerlebnisse. Wir bieten die branchenweit umfassendste ganzheitliche Plattform für Kundenerlebnisse während der gesamten Customer Journey. Sie zeichnet sich durch eine Reihe integrierter Anwendungen aus, die alle auf einer gemeinsamen Grundlage und einem gemeinsamen Journey-Daten-Service aufbauen.

Mit Webex ist all das möglich, denn es verfügt über direkt integrierte, umfangreiche Funktionen für Zusammenarbeit, Anrufe, Nachrichten, künstliche Intelligenz und vieles mehr.



Was kann Webex for das Kundenerlebnis tun?

Webex by Cisco ist die führende Lösung für bessere Kundenerlebnisse. Dieses Thema ist bereits seit Jahren einer unserer Schwerpunkte. Die Zahlen [sprechen für sich](#).

3,6 Millionen
Agenten

262 % ROI
in 3 Jahren mit
Webex Contact Center

36.000
Unternehmen

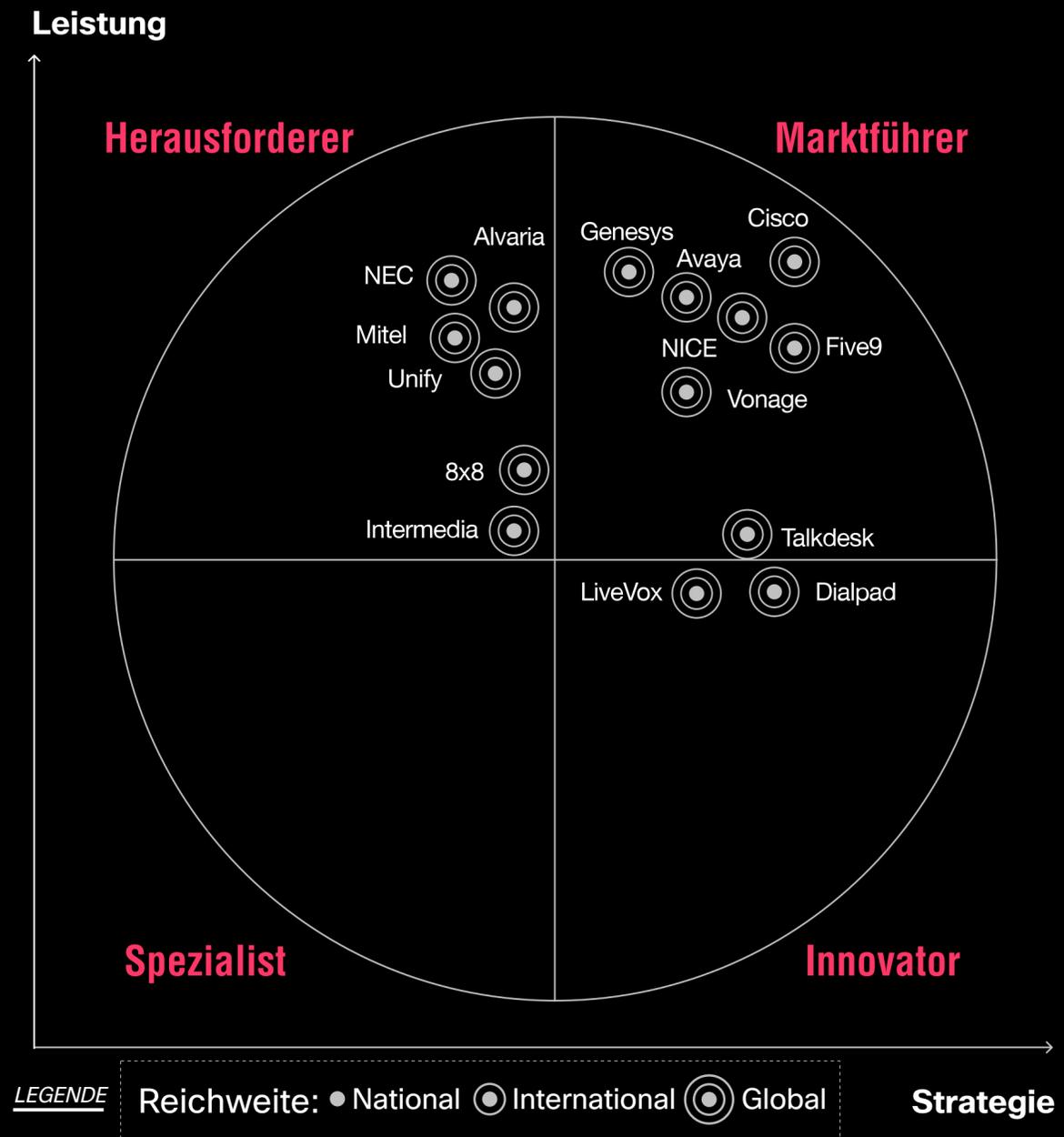
5 Mrd. Interaktionen
pro Jahr

The Aragon Research Globe™

Cisco wird mit Webex Contact Center im Bericht „The Aragon Globe for the Intelligent Contact Center, 2022“* als Marktführer genannt

*The Aragon Research Globe™ for Intelligent Contact Centers, 2022.
Copyright © 2022 Aragon Research Inc. und/oder Partnerunternehmen. Alle Rechte vorbehalten. Aragon Research und der Aragon Research Globe sind Marken von Aragon Research Inc.

The Aragon Research Globe™ for the Intelligent Contact Center, 2022 (Stand 11.03.2022)



Kundenreferenzen

- [T-Mobile](#) modernisiert den Kunden-Support mit Webex Contact Center
- [Vodafone](#) steigert die Reaktionsquote von Kampagnen um 25 %
- [Cambridge University](#) reduziert in ihren Krankenhäusern Terminversäumnisse um 27 %



Erleben Sie es in Aktion!

Webex ermöglicht großartige
Kundenerlebnisse.



© 2023 Cisco und/oder Partnerunternehmen. Alle Rechte vorbehalten. Cisco, das Cisco Logo, Webex by Cisco und Webex sind Marken oder eingetragene Marken von Cisco und/oder Partnerunternehmen in den Vereinigten Staaten und anderen Ländern. Eine Liste der Cisco Marken finden Sie auf der Cisco Website. Die genannten Marken anderer Anbieter sind Eigentum der jeweiligen Inhaber. Die Verwendung des Begriffs „Partner“ impliziert keine gesellschaftsrechtliche Beziehung zwischen Cisco und anderen Unternehmen. (2106R)

