



Quo Vadis Kommunikation 2015...?



Herzlich willkommen !

Sie dürfen dieses eBook als PDF-Datei in unveränderter Form an Kunden, Freunde, Bekannte weitergeben oder als Bonusprodukt kostenlos auf Ihre Website stellen. Der Inhalt darf in keiner Weise verändert werden.

Die Weitergabe gegen Entgelt ist untersagt.

Alle Rechte liegen beim Herausgeber.

Inhalt

Vorwort	3
Teil 1: Mensch	5
1 work@home – Vorteile und Nutzen der alternierenden Telearbeit.....	5
2 Moderner Spitzenkaffee und „Erfolgreiches Contactcenter“- ein starkes Team!.....	11
3 Telearbeit im Spannungsfeld des Datenschutzes.....	14
4 Gute Arbeitsbedingungen für gute Mitarbeiter	21
5 Steigerung von Produktivität, Planungseffizienz und Mitarbeiter-zufriedenheit mit professionellem Workforce Management	28
Teil 2: Qualität	33
6 Was bei Kundenbefragungen fehlt und die 5x5 Mythen im Kundenkontakt	33
7 Datenparadies Internet oder warum personenbezogene Daten schützenswert sind!	44
8 Coaching, Coach & iPad - die Revolution im Coaching-Prozess	52
9 E-Mail Response Management: Kundenzufriedenheit durch schnelle und kompetente E-Mail Beantwortung - 5 Tipps	58
Teil 3: Service.....	62
10 Der Schatz im Silbersee – oder: Ach, das gibt es?!.....	62
11 Pilotierung als Innovationstreiber: Was ein Lab wirklich kann	67
12 Wege in eine neue digitale Service-Ökonomie	72
13 Gespräch oder App? Experten entwerfen die Zukunft der Kundenkommunikation.....	76
14 Best Practice: Customer Engagement im Contact Center	80
Teil 4: Multichannel.....	85
15 Wie sie Dateninseln überwinden und die Durchgängigkeit von Prozessen sicherstellen.....	85
16 Optimale Erreichbarkeit durch Standortübergreifende Vernetzung hybrider Kommunikationssysteme	94
17 Konsumentenerwartungen an Online-Serviceangebote in Echtzeit und das Feedback der Kundenberater.....	101
18 Kundenservice 2.0 – Was ist das überhaupt?	107
19 Moderne Kundeninteraktion dank WebRTC	110
20 Mit mehrstufigen E-Mail Marketingkampagnen neue Kunden gewinnen – ein Praxisbericht für den Mittelstand	114
21 Das klassische Telefon stirbt - das Internet übernimmt.....	117

Vorwort

Im privaten Umfeld skypen Oma und Opa mit den Enkeln. Freunde verabreden sich via WhatsApp und Co. Neue Kommunikationsmedien sind in unserem Alltag angekommen. Viele Konsumenten erwarten hier auch in der Interaktion mit Unternehmen mehr als Telefon, Brief und Email. Der Druck steigt hier auch die Nutzung von Kommunikationskanälen auszubauen. Für viele Dialogbereiche gibt es exzellente Lösungen. Die Herausforderung ist es aber, die Vielfalt an möglichen Kommunikationskanälen sinnvoll zu orchestrieren und in die Prozesse zu integrieren.

Zu viele Bearbeitungsschritte sind aus Kundensicht abgeschnitten oder isoliert. Der Kunde hat heute kein Verständnis mehr dafür, dass ein Vorgang nicht abschließend bearbeitet werden kann, weil der Kundenberater keinen Zugriff auf diese Anwendung oder Daten hat oder ihm die Entscheidungskompetenz fehlt.

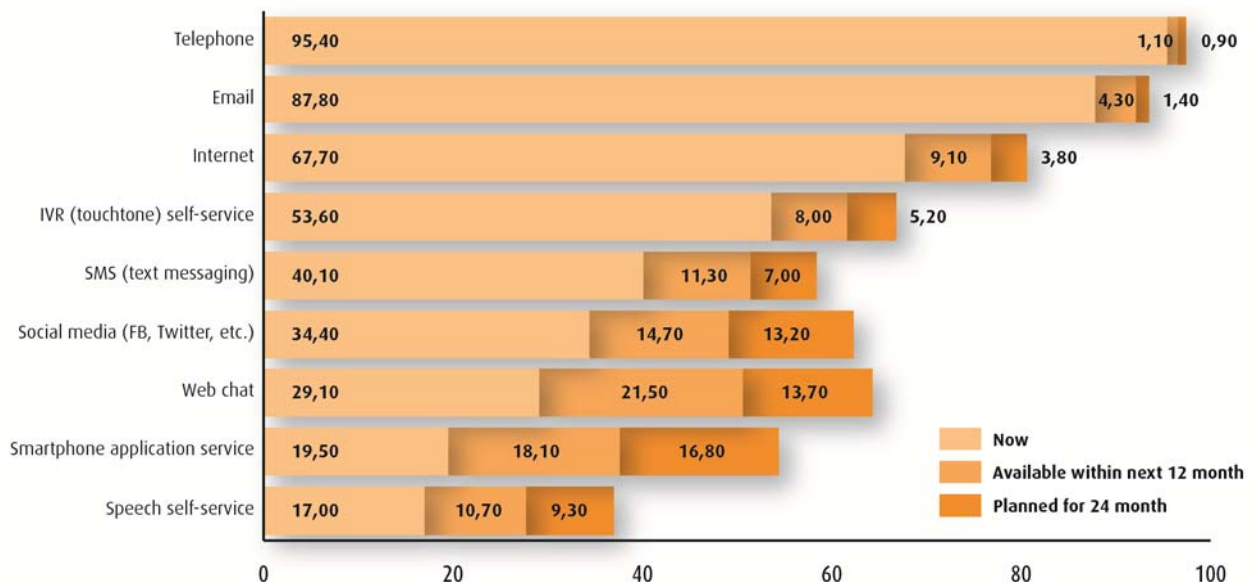
Die digitale Transformation ermöglicht völlig neue Geschäftsmodelle und bedroht sicher geglaubte Geschäftsgrundlagen. Apps wie Uber oder MyTaxi wirbeln die Taxibranche durcheinander. Marktführer wie Kodak, Erfinder der Digitalkamera, sind vom Markt verschwunden.

Channel management 2013/2014 Report sample question

What channels are managed by the contact centre (in %)?



Quelle: dimensions data's 2013/14 global contact centre benchmarking



Weltweit reagieren auch Contact Center auf diesen Trend und bauen die Kontaktkanäle auf. Spannend bleibt, welche neuen Service- und Kommunikationskonzepte in Zukunft entstehen werden. Die

Anforderungen an Mitarbeiter werden sich von der rein sprachlichen zunehmend zur schriftlichen Kommunikation verändern. Videotelefonie gewinnt an Bedeutung. Was bedeutet das für das Erscheinungsbild und Arbeitnehmerdatenschutz?

Auf der anderen Seite macht das das Leben aber auch spannend. Kommunikation von Mensch zu Mensch, sinnvolle Self-Service-Angebote und viel Raum für Kreativität werden die nächsten Jahre in der CC Branche prägen.

Die nachfolgenden Fachartikel geben Impulse und Gedankenanstöße aus dem jeweiligen Kompetenzbereich. Die Texte möchten zum Nachdenken anregen, damit Sie die für Sie geeignete Lösung finden. Diese Themen wurden am 04.11.2014 in Vorträgen und Workshops auf der jährlichen Veranstaltung „Erfolgreiches Contactcenter“ im Congresspark Hanau behandelt. Die Vortragsfolien stehen unter <http://www.Erfolgreiches-Contactcenter.de> zum Download zur Verfügung.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre



Markus Grutzeck

(Herausgeber & Veranstalter – Erfolgreiches Contactcenter)



19 Moderne Kundeninteraktion dank WebRTC

Autor: Jörg Emonts

Zusammenfassung

Mit dem WebRTC-Standard wurden Technologien zur Echtzeitkommunikation per Video, Chat, Sprache und Co-Browsing in den normalen Webbrowser integriert. Mit einem Klick - z.B. auf den Service-Button einer Webpage – wird dem Online-Kunden eine ganz neue Welt des interaktiven Kundenservice eröffnet.

Der Kunde kann sich direkt von der Webseite mit einem freien Agenten verbinden lassen. Er hat die Möglichkeit, per Video, Sprache oder Chat Unterstützung zu erhalten. Dies kann etwa beim Ausfüllen von erklärungsbedürftigen Formularen, wie z.B. dem Online-Abschluss einer KFZ-Versicherung sehr hilfreich sein. Zudem können Beratungs- und Verkaufsgespräche über die integrierte Co-Browsing Funktionalität in optimaler Art und Weise unterstützt werden.

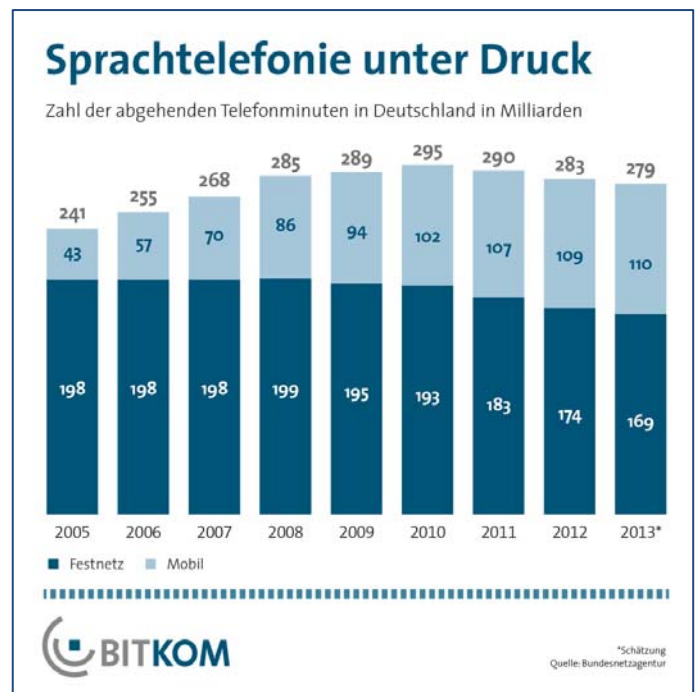
Die Umwälzung in der Telekommunikation findet statt – es wird weniger telefoniert!

Laut einer aktuellen Studie des Hightech-Verbandes BITKOM verändert sich das Kommunikationsverhalten der Bundesbürger. Es wird zunehmend weniger telefoniert, dafür werden Messaging-Dienste, Chats und Video-Telefonate stärker genutzt.

Die BitKom-Studie basiert auf Daten der Bundesnetzagentur und zeigt einen eindeutigen Trend, der sich zukünftig noch verstärken wird.

Es wird zunehmend weniger telefoniert! Ich möchte hier nicht dramatisieren, aber wir sollten erkennen, dass der telefonische Kundenservice schrittweise durch interaktive Online-Services ersetzt wird. Viele Konsumenten lehnen es bereits heute ab, sich bei auftretenden Problemen und Fragen zu Produkten, Verträgen oder Dienstleistungen per Telefon mit dem

Kundenservice eines Unternehmens in Verbindung zu setzen. Der WebRTC Standard wird diese Ent-



wicklung noch beschleunigen, da er die Nutzung neuer Kommunikationsformen für den Anwender so stark vereinfacht, dass er sie mit nur einem Mausklick nutzen kann.

Was ist WebRTC?

WebRTC (Web Real-Time Communication, deutsch „Web-Echtzeitkommunikation“) ist ein beim World Wide Web Consortium (W3C) in Standardisierung befindlicher offener Standard für Echtzeitkommunikation (VoIP, Chat, Video-Telefonie) innerhalb eines Webbrowsers - ohne das eine zusätzliche Software implementiert werden muss. WebRTC dient der Aufnahme, Kodierung und Peer-to-Peer-Übertragung von Multimedia-Inhalten und Dateien zwischen Webbrowsern in Echtzeit. Die Standardisierung wird maßgeblich betrieben und unterstützt von Google, Mozilla sowie der Opera Software ASA. WebRTC beinhaltet die interaktive, klangtreue Sprach- und Videowiedergabe sowie den Datenaustausch. Zudem ist WebRTC quelloffen, kostenlos, mit gesicherter Übertragung und bereits heute in den meisten Browser-Versionen verfügbar.

Bedeutung von WebRTC im Contact Center

Für eine neue wegweisende Technologie sind die Vorteile von WebRTC für ein Contact-Center nicht leicht zu erkennen. Dies hängt vor allem damit zusammen, das WebRTC standardmäßig nur eine Peer-to-Peer Verbindung zulässt. Dies ist für ein Contact-Center natürlich so nicht nutzbar. Hier setzen intelligente Tools, wie z.B. Click2Interact der ARKTIS GmbH an. Mit Click2Interact wurde der WebRTC-Standard um die Anforderungen eines modernen Contact-Center-Betriebs erweitert. Click2Interact erlaubt die Vermittlung, der über das Internet gestellten Kundenanfragen, an den passenden Agenten. Hierfür nutzt Click2Interact die bereits vorhandene ACD-Technologie und kann somit die Service-Anfrage wie einen gewöhnlichen Sprachanruf über die ACD an spezifische Agentengruppen vermitteln. Alle ACD Funktionalitäten wie Nutzung des Wartefeldes, Weiterleitung der WebRTC-Anfrage oder auch ein entsprechendes Reporting stehen mit Click2Interact weiterhin in vollem Umfang zur Verfügung.

Durch die zusätzlichen multimedialen Möglichkeiten gewinnt das Service-Center an Bedeutung. So kann z.B. die Videoübertragung genutzt werden, um eine direkte Online-Legitimation inkl. Personalausweis-Identität von Personen rechtssicher und nachweisbar festzustellen. Die Identitätsprüfung per Video am heimischen PC wurde inzwischen von der Finanzaufsicht BaFin (1/2014) genehmigt. Dem

aufwändigen Postident-Verfahren mit seinen hohen Kosten und Abbruchquoten wird mit dieser neuen Möglichkeit sicherlich weder der Online-Kunde noch der Anbieter nachtrauern.



Fazit:

Im Servicefall spielen Telefonnummer oder E-Mail Adresse für Online-Nutzer keine Rolle mehr. Sie erwarten den Service über das Medium, mit dem sie per Smartphone, Tablet oder Computer zu jeder Zeit eng vernetzt sind, dem Internet. Aufgrund der ständigen Online-Präsenz hat sich aber nicht nur die Erwartungshaltung sondern auch das Kommunikationsverhalten verändert. Online-Nutzer erwarten eine direkte Lösung ihrer Fragestellung und keine Hotline-Nummer oder gar einen Rückruf. Für diese neuen Anforderungen helfen die alten Call Center Ansätze nicht mehr weiter.

Durch den intelligenten Einsatz von WebRTC im Contact-Center können heute die Service-Lösungen geschaffen werden, die den Erwartungen der Online-Nutzer gerecht werden. D.h. die intuitive direkte Nutzung von Video-, Text-Chat, Telefonie oder Co-Browsing im Servicefall. Dazu benötigt er keinerlei zusätzliche Installationen oder gar Anmeldung wie z.B. bei Skype. Die Integration von WebRTC in Standardbrowser hat eine Einfachheit in der Multichannel-Kommunikation geschaffen, die eine neue Dimension im Kundenservice eröffnet.

WebRTC live ausprobieren

Wer WebRTC selbst erleben möchte, kann dies ganz einfach über den folgenden Link ausprobieren:

www.webrtc-demo.de

Einfach die WebRTC-Demo starten und live erleben, wie interaktiver Onlinedialog heute funktioniert.

Über den Autor: Jörg Emonts



Jörg Emonts

Vertriebsleiter Süd der ARTIS GmbH. Bereits seit 1994 in der Call Center Technologie zu Hause, hat er eine Reihe namhafter Kundeninteraktionslösungen maßgeblich gestaltet und kennt die Herausforderungen aus den realisierten Projekten. Seit 2013 arbeitet er im Vertrieb und Business Development der ARKTIS GmbH, einem der führenden unabhängigen Lösungshäuser für IT-Netzwerke, Kommunikation und Sicherheitstechnik in Deutschland.

Kontakt:



ARKTIS GmbH

Jörg Emonts
Schwedenstr. 9
13359 Berlin

Tel: +49 (89) 2009 4414

eMail: emonts@arktis-gmbh.de

Web: www.arktis-gmbh.de

eBook "Erfolgreiches Contactcenter 2014"

Das eBook "Erfolgreiches Contactcenter 2014" enthält Fachartikel von Referenten und Lösungsanbietern der Veranstaltung "Erfolgreiches Contactcenter 2014", die am 04.11.2014 im Congresspark Hanau stattgefunden hat.

Die Folien der Workshops und Vorträge stehen unter der Veranstaltungswebsite

www.erfolgreiches-contactcenter.de

zum Download zur Verfügung. Die Referenten und Autoren der vorliegenden Fachartikel wollen Callcenter-Managern und Verantwortlichen in Servicecentern helfen, sich auf die Herausforderungen der nahen Zukunft einzustellen. Rezeptlösungen gibt es nicht. Aber die Beiträge liefern Gedankenanstöße und geben Impulse zum eigenen Nachdenken.

Im Namen der Autoren wünsche ich Ihnen eine unterhaltsame Lektüre.

Ihr
Markus Grutzeck

Herausgeber:

Grutzeck-Software GmbH
Hessen-Homburg-Platz 1
63452 Hanau
Germany
Tel.: +49 (0) 6181 - 9701-0
Fax: +49 (0) 6181 / 9701-66
Email: info@grutzeck.de
Web: www.grutzeck.de

ISBN: 978-3-941952-14-0

