

# Vom Kundenservice zum herausragenden Kundenerlebnis

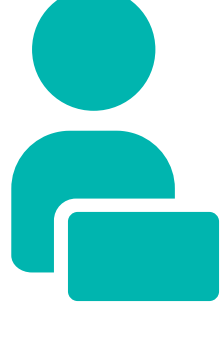
Die Geschwindigkeit des Wandels hin zu einer Welt, die auf digitalem Austausch basiert, zwingt (private und öffentliche) Unternehmen und Organisationen dazu, ihre Strategien rund um das Kundenerlebnis auf den Prüfstand zu stellen. Dabei müssen sie nicht nur die neuen Kommunikationsformen berücksichtigen, sondern auch digitale Medien und soziale Netzwerke.

Diese neue Ära der digitalen Kommunikation stellt die Unternehmen vor einige Herausforderungen: Sie müssen Ressourcen und Budgets optimieren, eine schnelle Reaktion und die Lösung von Problemen beim ersten Anruf in den Vordergrund stellen und die gesamte Belegschaft in die Kundendienststrategie einbeziehen, um ein hervorragendes Kundenerlebnis zu schaffen.

## Optimierung von Ressourcen und Budget, um erstklassigen Kundenservice zu bieten

67%

der Kunden ziehen den Self-Service einem Gespräch mit einem Unternehmensvertreter vor.<sup>1</sup>



54%

der Unternehmen nutzen laut Gartner eine Form von Chatbot, VCA oder eine andere KI-Plattform für Anwendungen mit Kundenkontakt.<sup>2</sup>



89%

Rund **89 %** der Kunden geben an, dass sie bei alltäglichen Problemen Zugang zu einem Self-Service-Portal erwarten.<sup>3</sup>



### Geschäftsergebnisse

Chatbots und Voicebots ermöglichen einen Self-Service außerhalb der Öffnungszeiten. Die heutigen Spracherkennungsfunktionen gestalten die Interaktionen menschlicher, ohne die Dialogfähigkeit aufzugeben. Und bei Kunden, die einen menschlichen Kontakt benötigen, sorgen intelligentes Routing und KI für einen erstklassigen Service.

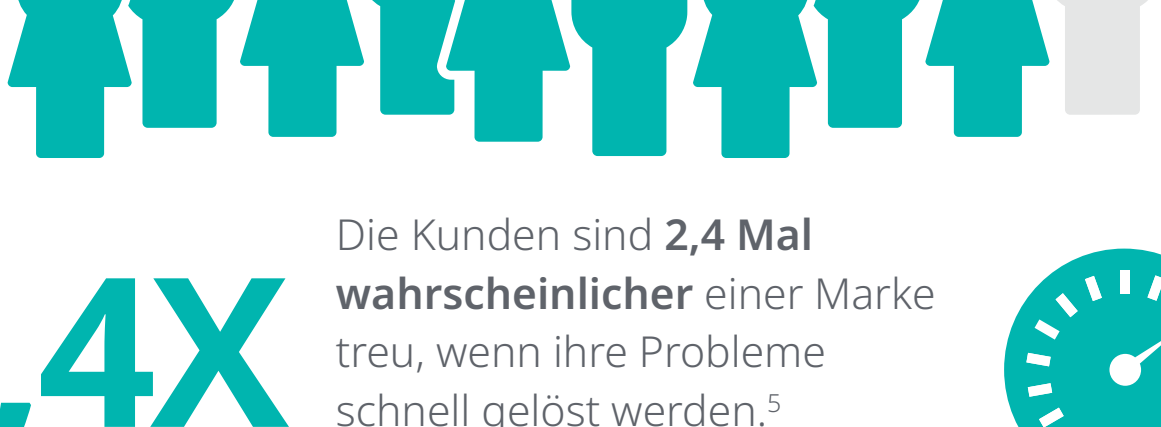
[Laden Sie unser E-Book](#)

[„Verbesserung des Kundenerlebnisses im Zeitalter der digitalen Kommunikation“ herunter, um mehr über dieses Thema zu erfahren.](#)

## Priorität auf schnelle Reaktionen und Lösung

90%

der Kunden erachten eine „sofortige“ Antwort als wichtig oder sehr wichtig, wenn sie eine Frage an den Kundendienst stellen.<sup>4</sup>



2,4X

Die Kunden sind **2,4 Mal wahrscheinlicher** einer Marke treu, wenn ihre Probleme schnell gelöst werden.<sup>5</sup>



### Geschäftsergebnisse

Die Reaktionszeit auf Kundenanfragen ist ein wichtiges Kriterium, an dem Kunden Unternehmen messen. Eine schnelle und präzise Reaktion ist für jedes Unternehmen von zentraler Bedeutung, wenn es Kunden binden und neue Kunden gewinnen, sich von der Konkurrenz abheben, seine Chancen verbessern und die Kontinuität des Geschäftsbetriebs gewährleisten will.

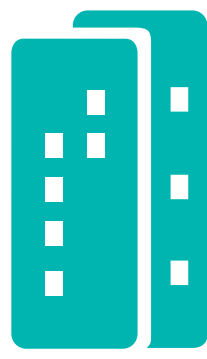
[In unserem E-Book](#)

[„Verbesserung des Kundenerlebnisses im Zeitalter der digitalen Kommunikation“ erfahren Sie mehr über die Lösung von Problemen direkt beim ersten Anruf.](#)

## Einbindung der gesamten Belegschaft in eine globale Kundendienststrategie

60%

Bis 2026 werden **60 %** der großen Unternehmen auf das Gesamterlebnis setzen, um ihre Geschäftsmodelle zu verändern und ein erstklassiges Niveau der Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit zu erreichen.<sup>6</sup>



85%

der Kunden erwarten einheitliche Interaktionen zwischen den Abteilungen.<sup>7</sup>



71%

der Kunden geben an, dass die Mitarbeiter des Unternehmens einen wesentlichen Einfluss auf ihre Zufriedenheit haben.<sup>8</sup>



### Geschäftsergebnisse

Zur Bewältigung von Geschäftsspitzen ist es wichtig, die gesamte Belegschaft einzubeziehen, damit jederzeit eine größtmögliche Kundenzufriedenheit gewährleistet ist. Die Unternehmensleitung muss vor allem dafür sorgen, dass die Strategie zur Kundenzufriedenheit von allen Mitarbeitern geteilt, verinnerlicht und akzeptiert wird.

[Weitere Informationen finden Sie in unserem E-Book:](#)

[„Verbesserung des Kundenerlebnisses im Zeitalter der digitalen Kommunikation“](#)

## Berücksichtigung der Interaktionspräferenzen mehrerer Generationen

95%

der Erwachsenen im Alter von 18-34 Jahren folgen einer Marke wahrscheinlich über Kanäle in sozialen Medien.<sup>9</sup>



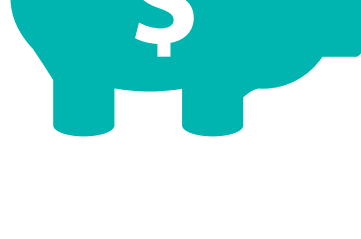
97%

der Gen Z-Konsumenten geben an, dass soziale Medien inzwischen ihre wichtigste Inspirationsquelle für Einkäufe sind.<sup>10</sup>



\$1.298 Milliarden

Laut Statista wird der weltweite Umsatz mit sozialen Apps bis Ende 2023 1,298 Milliarden US-Dollar erreichen.<sup>11</sup>



### Geschäftsergebnisse

Das Management von Endkundenbeziehungen erfordert eine Omnichannel-Strategie. Nur so können Bestandskunden gehalten und neue Kunden wie beispielsweise die Millennials gewonnen werden, die regelmäßig digitale Kanäle nutzen.

[Weitere Informationen zu Omnichannel-Strategien finden Sie in unserem E-Book: „Verbesserung des Kundenerlebnisses im Zeitalter der digitalen Kommunikation“.](#)

## Zusammenfassung

Durch die beschleunigte digitale Transformation und innovative Technologien erhält das Kundenerlebnis neue Impulse.

Unternehmen und Organisationen, die sich für eine Transformation entscheiden, werden gut gerüstet sein, um ihre Kundendienstzentren in Zentren der Kundenzufriedenheit umzuwandeln.

[Besuchen Sie unsere Webseite](#) und erfahren Sie, wie Unternehmen mithilfe der Alcatel-Lucent Customer Service-Lösungen eine neue Dimension der Kundenzufriedenheit erreichen können.

#### Quellen

- <sup>1</sup> Auf der Suche nach Self-Service, Zendesk, Mai 2023.
- <sup>2</sup> Gartner Predicts Chatbots Will Become a Primary Customer Service Channel Within Five Years, Gartner, Juli 2022.
- <sup>3</sup> Statista, 2023.
- <sup>4</sup> Live Chat Exposes a Fatal Flaw in Your Go-to-Market, Hubspot, Januar 2021.
- <sup>5</sup> What's The ROI Of CX Transformation?, Forrester, Januar 2021.
- <sup>6</sup> Top Strategic Technology Trends for 2022, Total Experience, Gartner, Oktober 2021.
- <sup>7</sup> State of the connected customer, Salesforce.
- <sup>8</sup> Experience is everything. Get it right, PWC.
- <sup>9</sup> Why customers follow brands, Marketingsherpa, November 2015.
- <sup>10</sup> Gen Z And The Rise Of Social Commerce, Forbes, Mai 2021.
- <sup>11</sup> Social commerce sales worldwide, Statista, 2023.