



Unternehmenskommunikation im Zeitalter der neuen Normalität



Inhaltsverzeichnis

- | Einleitung
- | Der neue Arbeitsplatz: Telearbeit im Trend
- | Für die Zukunft gerüstet |
- | Remote-Dienste neu aufgestellt
- | Service, den die Kunden erwarten
- | Lernen aus einer einzigartigen Erfahrung
- | Kundenerfahrung in einer neuen Dimension



Einleitung

„So etwas hat es noch nie gegeben“: Dieser Satz war in der ersten Hälfte des Jahres 2020 in aller Munde.

Leben, Einkaufen, Arbeiten: Nichts war mehr wie vorher. Mit Beginn der globalen Gesundheitskrise waren ganze Unternehmen quasi von jetzt auf gleich gezwungen, ihre Türen zu schließen, und die Menschen wurden aufgefordert, zu Hause zu bleiben.

Auch die geschäftliche Kommunikation gehörte zu den vielen Bereichen, die durch diese neuen Lebens- und Arbeitsbedingungen auf den Kopf gestellt wurden. Viele Contact Center hatten Mühe, dem massiven Anstieg der Nachfrage standzuhalten. Gleichzeitig stellten etliche Unternehmen fest, dass sie nicht auf einen Betrieb vorbereitet waren, bei dem das klassische Büro keine Option mehr war.

Nun, wo die Welt sich langsam vom Pandemie-Schock erholt und die Länder sich allmählich wieder öffnen, geht es für Unternehmen darum, einen Plan zu haben. Wirtschaftslenker und Marktführer von heute müssen Wege finden, genau die Erfahrungen zu liefern, die Kunden und Mitarbeiter erwarten.

Wie Unternehmen fortan kommunizieren, wird die Weichen für ihre Zukunft stellen.



Der neue Arbeitsplatz: Telearbeit im Trend

Der durch die Pandemie bedingte Lockdown hat in den Unternehmen auf vielen Ebenen einen massiven Wandel angestoßen. Von jetzt auf gleich waren Telearbeit und Homeoffice das Gebot der Stunde. Die Unternehmen erkannten, dass es nur einen Weg gab, wie der Betrieb trotz Krise weiterlaufen konnte: Die Mitarbeiter mussten die Möglichkeit erhalten, von zu Hause aus zu arbeiten.

Obwohl die Umstellung auf die Telearbeit (in Anbetracht der Umstände) vielerorts relativ reibungslos funktionierte, gibt es doch einige Fallstricke, die Entscheider kennen sollten. Beim Aufbau einer Arbeitsumgebung, in der remote gearbeitet wird, muss strukturiert und planvoll vorgegangen werden.

Trotz der schwierigen Umstände lag für die Unternehmen in der Pandemie auch die Chance, die Vorteile von Telearbeit für sich zu entdecken.¹ Es ist im Übrigen wenig wahrscheinlich, dass wir danach wieder komplett zu den alten Verhältnissen zurückkehren werden. Der Arbeitsplatz ist nun faktisch kein fest definierter Ort mehr. Mit einer Internetverbindung und den richtigen Kommunikationsdiensten kann ein Team standortunabhängig produktiv sein.

Die Entscheider in der Wirtschaft erkennen im Rahmen ihrer Vorbereitung auf die neue Situation bereits, dass die Telearbeit auch in Zukunft eine wertvolle Strategie sein wird. Der perfekte Zeitpunkt also, um die Tools aufzubauen, die Ihre Teams für eine flexible, langfristig funktionierende Arbeitsumgebung benötigen.

Bei der Rückkehr ins Büro sollte das Ziel nicht sein, dass alle so schnell wie möglich wieder an ihrem Schreibtisch sitzen. Das wäre ohnehin nicht möglich, denn von staatlicher Seite ist in vielen Ländern eine langsame „Rückkehr zur Arbeit“ geplant. Nehmen Sie sich stattdessen die Zeit und überlegen Sie, welche Hilfsmittel Ihren Mitarbeitern in den letzten Monaten die besten Dienste geleistet haben.

Stellen Sie sich die Frage, wie Sie Ihre Remote-Infrastruktur verbessern können, damit die Arbeitsbedingungen für Ihre Mitarbeiter optimal sind. Das Feedback Ihrer Teams – in Verbindung mit den Daten zur Benutzerakzeptanz, die Sie über Ihre kollaborativen und cloudbasierten Tools erheben – ist hier besonders wertvoll.

¹ <https://www.weforum.org/agenda/2020/06/coronavirus-covid19-remote-working-office-employees-employers>



Für die Zukunft gerüstet

Experten gehen davon aus, dass in absehbarer Zukunft zumindest zum Teil weiterhin remote gearbeitet wird. Das wird vermutlich für mehr als [zwei Fünftel der Mitarbeiter²](#) in den Unternehmen gelten. Sie haben es vielleicht in den letzten Monaten schon festgestellt: Das Arbeiten per Fernzugriff hat viele Vorteile. Abgesehen von der betrieblichen Kontinuität in Krisenzeiten bieten ein cloudbasierter Arbeitsplatz und Telearbeit auch das Potenzial, die Produktivität und Mitarbeiterzufriedenheit zu steigern.

Mit der richtigen Telearbeitsstrategie können Unternehmen auch ihre Gemeinkosten reduzieren. Das ist in diesen unsicheren wirtschaftlichen Zeiten geradezu unerlässlich. Aber verfügen Sie auch über die richtige Technologie?

Eins ist wichtig: Sowohl die Telefonie in Unternehmen als auch die Zusammenarbeit im Team sind in dieser neuen Umgebung ausschlaggebend. Es handelt sich aber dennoch um zwei verschiedene Aspekte.

- **Telefonie:** Ein Großteil der geschäftlichen Kommunikation wird auch weiterhin über die Sprache laufen. Ihre Teams benötigen, wenn sie von zu Hause aus arbeiten, Zugang zu denselben Geschäftstelefonie-Tools, die ihnen im Büro zur Verfügung standen. Nutzen Sie Ihre bestehende Kommunikationsinfrastruktur, wo immer Sie können, und ziehen Sie den Umstieg in die Cloud in Erwägung: Das erhöht Ihre Flexibilität. Je nach Aufgabenbereich ist es möglicherweise sinnvoll, Ihre Teams auch mit effizienten Tischtelefonen oder Softphones auszustatten. Fördern Sie die Mobilität: Ermöglichen Sie Ihren Mitarbeitern flexiblen Zugang zu Sprachnachrichten, Anrufverwaltung und anderen Tools.
- **Zusammenarbeit:** Eine Strategie für eine optimierte Zusammenarbeit bedeutet eine Investition in [Unified Communications \(UC\)](#) und [Unified Communications as a Service \(UCaaS\)](#). Bevor Sie sich in der neuen Normalität einrichten, sollten Sie über die Frage nachdenken, wie Sie Ihrer Belegschaft die Dienste für eine erfolgreiche Zusammenarbeit bereitstellen. Ein cloudbasierter Ansatz hilft, sich hier zukunftssicher aufzustellen. Möglicherweise ist es sinnvoll, kollaborative Offline- und Online-Tools zu kombinieren. Offline könnte etwa die gemeinsame Nutzung von Dateien oder Besprechungsräume bedeuten. Online-Tools sind u. a. Videoanrufe und Bildschirmfreigabe.

² <https://www.computerweekly.com/news/252481579/Coronavirus-More-than-two-fifths-of-employees-likely-to-continue-remote-working-after-pandemic>

Remote-Dienste neu aufgestellt

Der weltweite Lockdown im Zuge der Pandemie hat deutlich gemacht, wie hoch der Bedarf an digitalen Diensten ist, die effizientes Arbeiten möglich machen. Viele Unternehmen waren gezwungen, von jetzt auf gleich ihre Türen zu schließen. Der Kundendienst musste jedoch weitergehen. Viele Unternehmen, insbesondere in der Reise-, Gesundheits- und Einzelhandelsbranche, erhielten Tausende von Anfragen.

Zwar ist seit den Lockerungen der Druck in der Regel nicht mehr so dramatisch hoch: Aber doch benötigen Sie eine Strategie, um den Kundendienst effizienter zu gestalten. Dazu gehört auch, einen Weg zu finden, wie man die Kunden mit einer remote und verteilt arbeitenden Belegschaft weiterhin gut bedienen kann.

Für den Erfolg in der neuen Normalität ist Folgendes wichtig:

- **Geeignete Ausstattung der Mitarbeiter:** Mitarbeiter mit Kundenkontakt benötigen die gleichen Anwendungen für Kommunikation und Kundendienst wie im Büro. Durch die Cloud-Technologie wird es einfacher, in jeder Umgebung dieselbe Technologie bereitzustellen.
- **Verstärkter Mehrkanal-Ansatz:** Anfragespitzen, die sich durch eine Zunahme beim Anrufaufkommen bemerkbar machen, führen zu längeren Anrufwarteschlangen. Einige Kunden springen dann womöglich ab und fragen die Dienstleistung anderswo nach. Es braucht Multichannel-Fähigkeiten, um in jeder Umgebung eine gleichbleibend gute Kundenerfahrung zu gewährleisten.
- **Integration in Geschäftsanwendungen:** Jede Strategie für zukünftige digitale Services muss bestehende Anwendungen berücksichtigen, die die Mitarbeiter bereits nutzen. Dies könnte etwa ein Dienst sein,

der sich in Ihr CRM- oder Ticketing-Tool integrieren lässt.

- **Mehr Optionen zur Selbstbedienung:** Kunden, denen die Serviceleistungen eines Unternehmens nicht so schnell zur Verfügung stehen, wie sie es gerne hätten, könnten sich entscheiden, die Selbstbedienung zu nutzen. Dafür müssen die richtigen Tools zur Verfügung stehen. Etwa intelligente Chatbots für Websites und IVR mit intelligentem Routing für Sprache.
- Verbesserte Zusammenarbeit im Backend: Agenten sind effizienter, wenn sie als Team zusammenarbeiten. Mit einer guten Lösung für die Zusammenarbeit ist es möglich, komplexe Probleme gemeinsam anzugehen. Die Integration mit UCaaS durch offene APIs und CPaaS-Lösungen (Communications Platform as a Service) ist sehr wichtig. Es bedeutet, dass Sie das Backend und Frontend Ihrer Kommunikationsstrategie verknüpfen können.



Service, den die Kunden erwarten

Bereits vor der Coronakrise waren nach Untersuchungen von PwC 59 % der Kunden weltweit der Meinung, dass in der Servicestrategie der meisten Unternehmen inzwischen der menschliche Faktor zu kurz kommt, und 75 % der in der gleichen Studie befragten Kunden gaben an, dass sie weiterhin mit einem Menschen, und nicht mit einer Maschine, Kontakt haben möchten.³

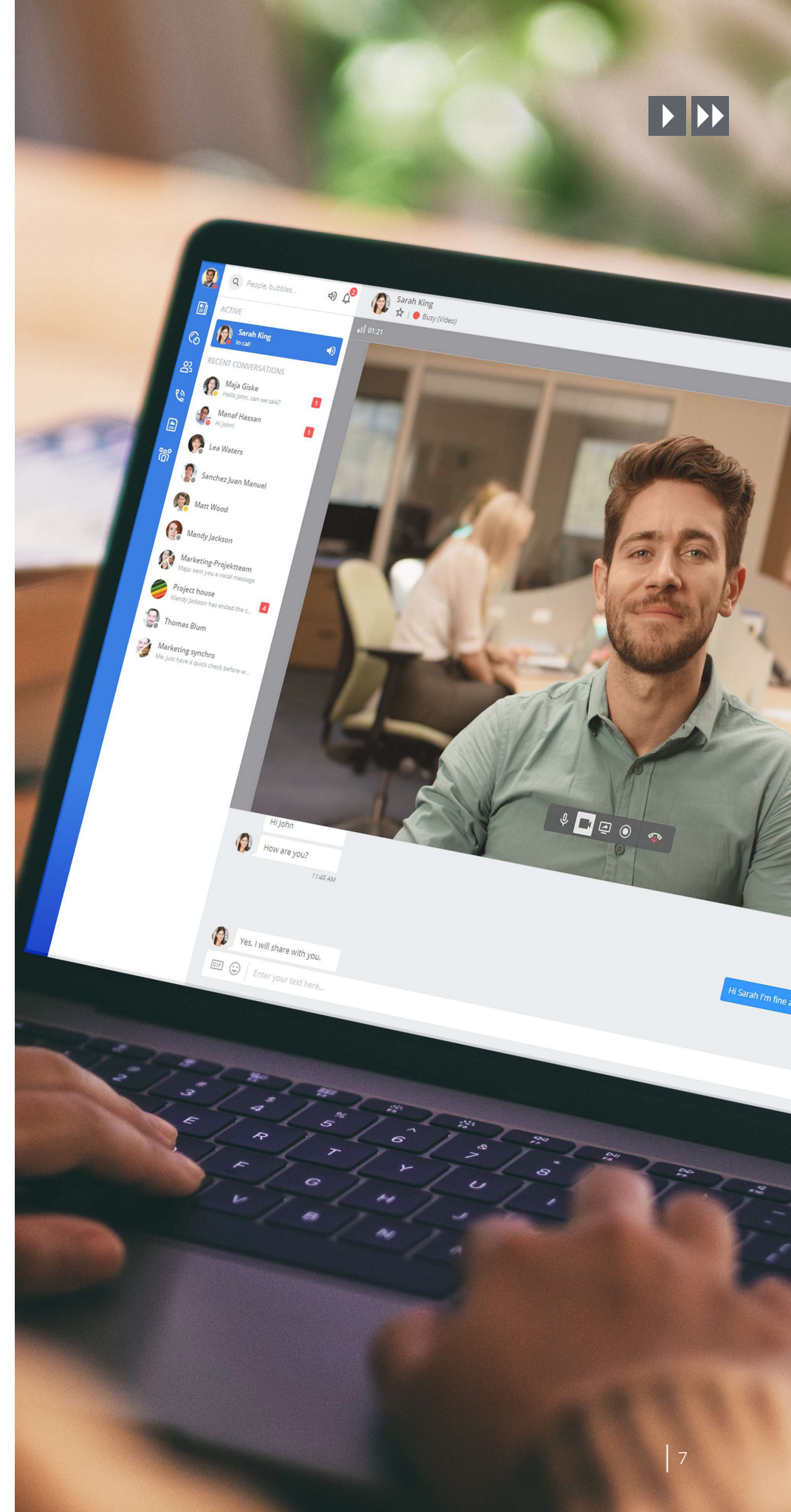
Mit der richtigen Mischung aus Selbstbedienung und Unterstützung über mehrere Kanäle können Sie die Bedürfnisse aller Kunden besser erfüllen. Achten Sie nur darauf, dass Sie nicht, allein aus Kostengründen, zu viel automatisieren. In der aktuellen Situation wird die menschliche Note in der Kundeninteraktion wahrscheinlich notwendiger denn je sein.

Auf dem Weg in eine noch unbekannte Zukunft werden sich die Unternehmen fragen müssen, was die Kunden heute und morgen von ihnen brauchen. Selbstbedienung hat für die Kunden in der ersten Phase der Rückkehr an den Arbeitsplatz möglicherweise keine Priorität. Später, wenn sich das Leben wieder normalisiert haben wird, kann es jedoch durchaus sein, dass Selbstbedienung wieder mehr nachgefragt wird, wenn dies eine Zeitersparnis in der Interaktion bedeutet.

Für den Beziehungsaufbau und die Stärkung der Kundenloyalität in den Monaten und Jahren nach der globalen Gesundheitskrise wird eine Analyse der Customer Journey wie gewohnt der erste Schritt sein. Die Daten in Ihren UC- und Contact Center-Tools liefern Ihnen Erkenntnisse darüber, was Ihre Kunden am dringendsten brauchen. Weltweit sitzt das Geld nicht mehr so locker: Da ist es wichtiger denn je, dass Unternehmen neue Wege finden, ihre Kunden an sich zu binden.

Intelligente Tools, die Sie zur Verbesserung der Qualität Ihrer Kundengespräche einsetzen, wie z. B. Client Analytics und Chatbots, können wertvolle Einblicke bieten. Unterschätzen Sie nicht, wie viel Potenzial in Ihren Daten liegt. Diese Datengrundlage kann Ihnen unter anderem helfen, Prognosen zu treffen.

³ <https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/publications/consumer-intelligence-series/pwc-consumer-intelligence-series-customer-experience.pdf>





Lernen aus einer einzigartigen Erfahrung

Die aktuelle Pandemie ist eines der einschneidendsten Ereignisse der jüngeren Geschichte. Und gleichzeitig auch eine Chance für Unternehmen, zu lernen und daran zu wachsen.

Praktisch die gesamte Branche für Markt- und Wirtschaftsanalysen ist sich einig, dass sich die Welt in den letzten Monaten drastisch verändert hat. Die kontaktlose, digitale Kundenansprache und -bindung ist auf dem Vormarsch – in einem atemberaubenden Tempo. Jetzt sind die Unternehmen am Zug: Sie müssen sich auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden einstellen, die sich viel schneller als erwartet verändert haben.

Wir wissen nicht, wie die Zukunft nach der Pandemie aussehen wird. Aber die Entwicklung der letzten Monate liefert einige wichtige Erfahrungswerte dafür, wie man sich am besten auf die Zukunft vorbereitet. Unternehmen sollten sich genau jetzt die Frage stellen, wie sie für die nächste Krise gewappnet sind. Schließlich ist die Zukunft nie in Stein gemeißelt. Es könnte in nur wenigen Jahren die nächste Finanzkrise geben oder eine weitere Gesundheitskrise ausbrechen.

Aus dem, was in den letzten Monaten funktioniert hat, lässt sich viel lernen. Zum Beispiel auch, wo noch Potenzial für eine bessere Vorbereitung auf die Zukunft besteht. Die vorrangige Aufgabe für viele Unternehmen im Moment: Strategien für die Telearbeit zu entwickeln. Telearbeit ist ganz eindeutig keine bloße Zukunftsmusik mehr. Unternehmen müssen auf Telearbeit vorbereitet sein: Nur so lässt sich betriebliche Kontinuität in Zukunft zuverlässig gewährleisten.

Daneben ist es wichtig, die Kundenerfahrung zu überdenken. Wie soll sie in den kommenden Jahren gestaltet werden? In vielen Fällen führt der Weg über eine Strategie der digitalen Transformation. Seit Jahren ist eine hervorragende Kundenerfahrung der wichtigste Faktor, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Jetzt aber wissen wir mit absoluter Gewissheit, dass ein Service der Spitzenklasse ein Unternehmen am Leben hält, wenn alles andere ins Wanken gerät.



Kundenerfahrung in einer neuen Dimension

Neben der Telearbeit zählen in der neuen Normalität vor allem die Kunden- und die Mitarbeitererfahrung. Es gibt vier Erfolgsfaktoren:

- **Cloud:** Alle Dienstleistungen, die Unternehmen künftig anbieten, müssen von überall und jederzeit zugänglich sein. Diese Flexibilität bietet nur eine Cloud.
- **Informationen:** Alle Daten, von den Aufzeichnungen im Archiv bis hin zu Sentiment-Analysen und Kundenprofilen, sind wertvoll. Damit lässt sich jede Interaktion in einen Kontext stellen.
- **Mobilität:** Alle Dienstleistungen müssen von jedem Endgerät aus zugänglich sein. Die Kunden müssen Sie auch über das Smartphone erreichen können.

- **Miteinander (Zusammenarbeit):** Wenn Mitarbeiter im Backend effektiv zusammenarbeiten, können sie den Kunden bessere Erfahrungen bieten.

Unternehmen jeder Größe haben jetzt die Chance, herauszufinden, was für sie funktioniert und was nicht. Prozesse, die sich überholt haben, müssen neu gestaltet werden. Es wird neue Ziele geben, z. B. wie man Mitarbeiter vernetzt und aus der Ferne dafür sorgt, dass es ihnen gut geht. Denn schließlich ist für positive Kundenerlebnisse vor allem auch die Erfahrung Ihrer Mitarbeiter entscheidend.

Wenn die Mitarbeiter von Ihnen nicht die notwendige Unterstützung erhalten, können sie auch die Bedürfnisse Ihrer Kunden nicht erfüllen. In den letzten Monaten sind die Sicherheit und das Wohlbefinden der Mitarbeiter

ganz klar in den Fokus gerückt. Auch in Zukunft wird es oberste Pflicht der Unternehmen sein, sich um ihre Mitarbeiter zu kümmern.

Wer ins Büro zurückkehrt, muss einen sicheren Arbeitsplatz vorfinden, der womöglich noch einladender als zuvor ist. Es muss mehr Warn-, Benachrichtigungs- und Notfalllösungen geben, damit es gelingt, Probleme direkt anzugehen. Es wird neue Ansätze geben müssen, etwa bei der Frage, ob und wie Geräte und Terminals gemeinsam genutzt werden. Die Führungsebene wird sich über den Schutz der Gesundheit ihrer Mitarbeiter Gedanken machen müssen.

Wenn Sie diese Gelegenheit nutzen, um den Schritt ins neue Zeitalter der Kommunikation zu gehen, und zwar gut informiert und im Wissen, wie und wo Sie wachsen müssen – dann bietet sich Ihnen ein nahezu unbegrenztes Potenzial.



Wir sind Alcatel-Lucent Enterprise.

Wir vernetzen alle Bereiche mit den für Sie passenden Technologien. Mit globaler Präsenz und lokalem Fokus liefern wir Netzwerk- und Kommunikationssysteme für vielfältige Einsatzzwecke.