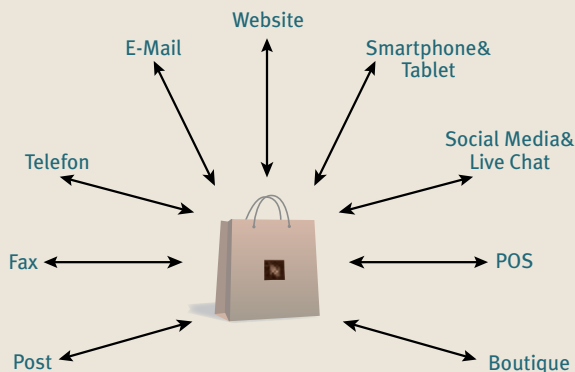


Manfred Völker

OMNICHANNEL ...

... nur ein Schlagwort oder der Schlüssel zum (langfristigen) Erfolg?



Betrachtet man den Kundenservice im Allgemeinen über die vergangenen Jahre, kann man beobachten, dass die Lücke zwischen der Erwartungshaltung des Kunden und des Service-Angebotes immer weiter auseinanderklafft.

Der Kunde wählt für seine Kontakthanfrage die für ihn günstigste Zeit, das zu diesem Zeitpunkt bequemste Mittel und erwartet dann auch noch eine prompte Erledigung seines Anliegen sowie einen konsistenten Informationsgehalt über alle Kanäle. Auf der anderen Seite steht der oft überforderte Agent, denn im Gegensatz zum Kunden hat er keine Zeit, langwierige Recherchen bezüglich des aktuellen Anliegen/Problems anzustellen. Darüber hinaus sitzen ihm immer kürzer werdende AHTs im Nacken, in denen er immer höhere Qualität liefern soll. Der Widerspruch liegt auf der Hand.



Im Customer Relationship Center werden jährlich über eine Million Kundenanfragen bearbeitet.

Privilegierte Kundenbeziehung bei Nespresso

Aber es geht auch anders, wie das Beispiel von Nespresso sehr gut aufzeigt, denn im Vordergrund stehen Qualität und die «privilegierte Beziehung zum Konsumenten». So ist das Customer Relationship Center (CRC) nahtlos in die Omnichannel-Strategie des Unternehmens eingebunden und dient als erste Anlaufstelle für alle Fragen rund um den Kaffeegenuss.

Als weltweit implementierte Plattform dient eine Lösung von Avaya, die zentral administriert über 1400 Arbeitsplätze bietet, von denen etwa 140 den Schweizer Markt betreuen und in 2014 mehr als eine Million Kundenkontakte bearbeiteten. Auch erkannt hat man den hohen Wert eines Contactcenter-Mitarbeiters, denn das Know-how wird durch täglichen Umgang mit Kunden und deren diverseste Probleme, Anfragen und Wünschen immer weiter aufgebaut und vertieft. «Das CRC ist die Universität des Unternehmens, welches sich von einer Auftragsentgegennahme zu einer Service- und Loyalitätsplattform entwickelt», so Maurizio Bardella, Club Director Nespresso Schweiz.

Generell zeigen einschlägige Befragungen auf, dass der Kunde in erster Linie sein Anliegen erledigt wissen will und das in bester verfügbarer Qualität. Auf Seiten der Contactcenter-Betreiber kann man mittlerweile ein Umdenken beobachten. Neben der persönlichen Ansprache kommen vermehrt Self-Service-Alternativen zum Einsatz, um den Servicegrad zu erweitern und Engpässe abzufedern.

Auch bei Nespresso werden neben dem CRC einige Self-Service-Kanäle angeboten, wie Internet-Portale oder Smartphone-Apps. Wichtig hierbei ist aber, dass alle Kanäle miteinander verbunden sind, um den Nutzen einer Omnichannel-Strategie zu optimieren und vor allem einen Mehrwert für den Kunden zu schaffen. ■

Avaya Switzerland GmbH
 Hertistrasse 31
 8304 Wallisellen
 +41 44 878 1414
 avayach@avaya.com
 www.avaya.ch

