23.08.2016 – 13:31 Uhr

Personalisierung vs. Automatisierung: Der Kampf um die Seele des Kontaktzentrums

London (ots/PRNewswire) -

Kundendienstleiter fragen sich nach wie vor, wie sie einem immer anspruchsvolleren Kundenstamm hervorragenden Service bieten können. Das ist keine neue Frage, und es ist klar, dass die Kunden als Individuen behandelt werden möchten; wie aber lässt sich dies mit starkem Kostendruck und hohen Volumina vereinbaren? Wie treffen Kundendienstleiter eine Wahl zwischen der wachsenden Personalisierung und der gleichzeitigen Automatisierung in unserer zunehmend digitalen Welt? Was sind die Vorzüge und Herausforderungen?

Dies sind die wesentlichen Fragen, die in einem neu erschienenen Bericht unter dem Titel Personalisierung vs. Automatisierung: Der Kampf um die Seele des Kontaktzentrums (http://bit.ly/2bActZb) beantwortet werden, der sich mit genau diesen Problemen auseinandersetzt und Rat und Vorschläge dazu liefert, in welche Bereiche Kundendienstleiter am ehesten investieren sollten. Sie können den Bericht hier abrufen: http://bit.ly/2bActZb

Er enthält Beiträge von solchen Größen wie Tech-Gigant Apple und Forschungsarbeiten von CX Network und Call Center IQ und taucht dadurch ein in die großen Themen, die das Wesen des Kontaktzentrums einem Wandel unterwerfen.

Wie also kann man einen hervorragenden Kundendienst mit Selbstbedienung betreiben? Wie lässt sich ein sinnvolles personalisiertes Erlebnis schaffen? Wie kann Verhaltensforschung zu besserem Kundendienst führen? Und wie können Sie die Kraft von Automatisierung UND Personalisierung wirklich nutzen?

Hier ein kleiner Vorgeschmack auf das, was der Bericht zu bieten hat:

Steven Van Belleghem, ein Befürworter des Fokus auf den Kunden, führte eine weltweite Studie durch, die zu dem Ergebnis kam, dass eine ansehnliche Minderheit von 40 % es bevorzugen würde, während einer Transaktion NICHT mit einer Person zu sprechen. Zur selben Zeit sind die Erwartungen an das Serviceniveau gestiegen und die Mehrzahl der Kunden verlangt, dass Anfragen und Beschwerden innerhalb von vier Stunden beantwortet werden. Van Belleghem meinte dazu: "Die Schlussfolgerung ist ganz klar: Die Mehrzahl der Kunden bevorzugt eine Selbstbedienungslösung, die als Rückversicherung einen persönlichen Kontakt auf Anfrage des Kunden anbietet."

Mit zum Nachdenken anregenden Artikeln über die Macht der Personalisierung, die Effizienz der Automatisierung, wie man das richtige Gleichgewicht zwischen Personalisierung und Automatisierung findet und etliches mehr bietet dieser Bericht einige Top-Tipps dazu, wie man auf der Kundendienstkurve die Vorreiterrolle beibehält!

Sie können die englische Fassung unter dem Titel Personalization vs Automation: The Battle For The Heart Of The Contact Center (http://bit.ly/2bActZb) (http://bit.ly/2bActZb), erstellt von Executive Customer Contact (http://bit.ly/2bdlgyH), im Vorfeld des strategischen Führungskräftetreffens herunterladen, das vom 13. bis 14. Oktober 2016 in Miami, Florida (USA) stattfindet.

Weitere Informationen bzw. einen Antrag auf Ihre Einladung zum Besuch der Exchange, bei der 70 C-Level-Führungskräfte und VPs/Leiter von Kundendienst, Kontakt, Erfahrung und Betrieb von Fortune-500-Unternehmen zusammentreffen, um die praktischen Auswirkungen der zunehmenden Kundenbindung und -loyalität in diesen extrem umkämpften Märkten zu besprechen (von Unternehmen wie Adidas, Citi, EA, Choice Hotels, United Healthcare, UPMC, Just Energy, um nur einige zu nennen), erhalten Sie auf http://bit.ly/2bdlgyH, telefonisch unter +44(0)207-368-9484 oder per E-Mail an exchangeinfo@iqpc.com .

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100013456/100791781 abgerufen werden.