

Drei Fragen an Karsten Kleiner

Über Exzellenz im Kundenservice und wie sich diese erreichen lässt, sprachen wir mit Karsten Kleiner, Gründer und Geschäftsführer der gleichnamigen Unternehmensberatung.

CallCenterProfi: Seit über 22 Jahren unterstützen Sie Kundenservice-Organisationen bei der Optimierung ihrer operativen Prozesse. Mit Blick auf diese Zeitspanne: Was war, ist und bleibt in diesem Zusammenhang besonders wichtig und was zeichnet einen guten Kundenservice aus?

Karsten Kleiner: Seit jeher ist der Kundenservice darauf ausgerichtet, die Kundenzufriedenheit sicherzustellen. Kunden erwarten, dass ihnen bei Problemen oder Fragen vollständig, zuverlässig und idealerweise fallabschließend geholfen wird. Stoßen Kunden jedoch genau dann, wenn etwas schiefgeht oder nicht ihren Erwartungen entspricht, auf lange Wartezeiten und einen Service, der wenig bis gar nicht erreichbar ist, führt dies zu Ärger, Frust und letzten Endes zu Kundenverlust.

In der digitalisierten Welt erwarten Kunden sofortige Hilfe an den von ihnen bevorzugten Touchpoints. Hierzu müssen Unternehmen die aktuellen Nutzergewohnheiten kennen und die entsprechenden Kontaktpunkte etablieren. Ein effektiver Kundenservice baut auf intelligenten Abläufen und durchdachten Strukturen auf. Eine einheitliche Wissensdatenbank, die relevante prozessuale Informationen enthält, und Mitarbeiter, die darin geschult sind, diese zu nutzen, sind unerlässlich, um eine nahtlose Betreuung möglich zu machen.

Einen guten Kundenservice zeichnet sich durch folgendes aus:

- **Der Kundenservice muss erreichbar sein** und das in einer relativ kurzen Zeitspanne. Kunden sollten nicht unnötig lange in der Warteschleife hängen oder tagelang auf Antwort warten.
- **Top ausgebildete Mitarbeiter**, die den Fall professionell, schnell und am besten abschließend klären können und dem Kunden effektiv weiterhelfen.

- **Ein Kundenservice sollte maximal zuverlässig sein**, sodass es egal ist, wann und wie oft ein Kunde sich vielleicht auch wegen desselben Problems an ihn wendet: Jeder Anruf – jedes Erlebnis – sollte gleichmäßig und konsistent bearbeitet werden, unabhängig davon, welcher Mitarbeiter dieses betreut.

Ein wirklich erstklassiger Kundenservice handelt darüber hinaus auch proaktiv. Das bedeutet, er nutzt aufschlussreiche Daten, die er bestenfalls über den Kunden gesammelt hat, um diesen eigeninitiativ weiterzuhelfen.

CallCenterProfi: Wie unterstützen Sie die Unternehmen konkret bei der Umsetzung?

Karsten Kleiner: Wir sind eine spezialisierte Unternehmensberatung, die sich auf Customer Care & Operations konzentriert. Unser Portfolio umfasst Projektmanagement, Executive Interim Management, Reorganisation und Due Diligence. Als branchenübergreifende Experten setzen wir unser Know-how ein, um anspruchsvolle Projekte zur Prozessautomatisierung umzusetzen, durchdachte Strukturen zu schaffen und die Digitalisierung voranzutreiben. Auf diese Weise helfen wir unseren Kunden, spezifische Herausforderungen im Kundenservice erfolgreich zu meistern.

CallCenterProfi: Aktuell hält sich Künstliche Intelligenz als Hypethema im Umfeld Kundenservice. Was meinen Sie? Sind die Erwartungen zu hoch gesteckt?

Karsten Kleiner: KI ist definitiv stark im Kommen und wird mit Sicherheit zukünftig zu vielen Veränderungen führen. Hier lohnt es sich jedoch, genau hinzuschauen und zu hinterfragen, in welchen Bereichen des Kundenservices KI tatsächlich einen



„Wer den Stellenwert des Kundenservice nicht erkennt, ist schon insolvent!“

sinnvollen Nutzen erfüllt und auch in puncto Qualität bereits zuverlässig eingesetzt werden kann.

Denn: Gut gemeint ist nicht gleich gut gemacht. Bei allem, was künftig möglich wird, dürfen wir nicht aus den Augen verlieren, dass die Ressource Mensch als emotionaler Verbindungswert eine tragende Rolle erfüllt. Es gibt Bereiche im Kundenservice, in denen die zwischenmenschliche Kompetenz und Interaktion bewusst erhalten bleiben sollte, anstatt sie durch KI zu ersetzen, nur weil eventuell die Option dazu besteht. Bevor wir also Mensch durch Maschine austauschen, fragen wir uns am besten ganz ehrlich: Was erwartet und möchte der Kunde und wo darf es weiterhin „menscheln“. <

KONTAKT



Karsten Kleiner
ist Geschäftsführer und
Gründer der Karsten Kleiner
Consulting GmbH.

Tel.: +49 (0) 152 262 10 741

Mail: k.kleiner@karstenkleiner-consulting.de

Web: www.karstenkleiner-consulting.de