Digitaler Kundenservice

Von der **Theorie** zur **Praxis** – Umsetzung einer **Digital Strategy** im Service

Die Entwicklung einer Digital Strategy für den Kundenservice ist für 95 Prozent der Unternehmen wichtig. Doch die theoretischen Überlegungen in praktische Lösungen umzuwandeln, stellt viele Service-Bereiche vor eine große Herausforderung, zumal sich knapp 60 Prozent der Unternehmen in Deutschland nicht gut auf die Digitalisierung vorbereitet fühlen.

Vor allem kundennahe Bereiche, wie der Customer Service sind von der Digitalisierung und den gestiegenen Anforderungen der Kunden betroffen.

Anforderungen der Kunden an den Customer Service

So hat die stetig zunehmende Nutzung von Smartphones und somit die ständige Erreichbarkeit, die Anforderungen an den Kundenservice in den vergangenen Jahren erhöht. Eine schnelle Reaktion auf Anfragen, der Wunsch nach individueller und persönlicher Ansprache sowie das Anbieten einer Vielzahl von (digitalen) Servicekanälen, sind für die Kundenzufriedenheit entscheidend. Diesen Anforderungen kann ein Service mit den klassischen Lösungen nicht mehr gerecht werden. Es gilt, eine passgenaue Strategie für das eigene Unternehmen zu erarbeiten, die sich mit neuen Möglichkeiten beschäftigt und den Kunden klar in den Fokus stellt.

Sind die internen Ressourcen begrenzt, kann auch auf die Unterstützung von externen Beratern gesetzt werden, die zusätzlich zu ihrer Expertise oftmals auch neue spannende Aspekte durch ihren externen Blick mit einbringen sowie Best Practices aus der Praxis.

Mögliche Lösungsansätze für die Praxis

Es gibt unzählige Lösungsansätze, die Unternehmen für den Weg zur digitalen Transformation wählen können und die ihren digitalen Kundenservice sinnvoll unterstützen: So kann die nachhaltige Nutzung von Wissen in mehreren Service-Kanälen eine passende Lösung sein oder auch die Integration von digitalen Sprachassistenten oder Chatbots. Das Anbieten von Live-Videos und Chats kann ebenso ein Schritt zur Digitalisierung des Service darstellen, wie das proaktive Hinweisen auf Service-Probleme, beispielsweise über die sozialen Medien oder einen Self Service.

Bei Betrachtung der vielen Möglichkeiten wird deutlich, dass die Lösungsansätze für jedes Unternehmen spezifisch auf den Ergebnissen der eigens entwickelten digitalen Strategie aufbauen müssen, um auf das festgelegte Zielbild einzuzahlen. Praktische Ansätze, die für alle Unternehmen passend sind, gibt es leider nicht. Deshalb ist der erste Schritt, die theoretische Entwicklung der Digitalisierungsstrategie, so entscheidend. Ist diese planbar, erlebbar und umsetzbar, ist der zweite Schritt, diese in die Praxis zu übertragen, deutlich einfacher und auch erfolgreicher.

WEBINAR

Webinar „Digitaler Kundenservice – Von der Theorie zur Praxis"

Viele spannende Praxisbeispiele zur Bewältigung der Digitalisierung stellen die Experten von unymira in einem Webinar vor. Außerdem erfahren Sie:

- wie Sie den Schritt von der Theorie zur Praxis erfolgreich meistern.
- wie Customer Service-Bereiche idealerweise bei der Entwicklung und Umsetzung einer Digital Strategy vorgehen.

Jetzt ansehen: insights.unymira.com/webinar-digital-strategy oder scannen Sie den QR-Code mit Ihrem Smartphone.