

## CRM – Qualität im Kundenservice

# Gemeinsam zu neuen Galaxien im Kundendialog

Keine Frage: Der Anspruch an den Kundenservice kennt kaum Grenzen. Der moderne Konsument will orts- und zeitunabhängig, über möglichst viele Kanäle, unkompliziert, schnell und erfolgreich kommunizieren. Eine Liaison zwischen Kundeninteraktionslösungen und Customer Relationship Management (CRM) schafft die Voraussetzungen für einen perfekten Kundendialog am Point of Sale.

Verbraucher schätzen keine Probleme, sie wollen Lösungen. Und diese möglichst freundlich, schnell und vor allem mit der erforderlichen Fachkompetenz. Wer diese K.o.-Kriterien nicht erfüllt, darf sich über Kunden- und Umsatzverlust nicht wundern. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Umfrage der Enghouse AG. Stimmt der Service, so die Umfrage, dürfen es auch ruhig zusätzliche Kommunikationskanäle sein. Neben dem Telefon und der E-Mail auch Chat, Self Service, Online-Foren oder Wissensplattformen im Internet.

Intelligente Kundeninteraktionslösungen mit einem ausgereiften Omnichannel-Konzept vermeiden böse Überraschungen im Kundenservice von Contact Centern und Dienstleistern. Sie vermeiden lange Wartezeiten, bieten Self Service, Cloud Computing, Sprachanalyse in Echtzeit und eine Kommunikation, mit der der Kunde – zum Beispiel via Skype for Business – praktisch von einem zum anderen Kanal fliegend wechseln kann.

Für die optimale Beziehung zwischen Unternehmen und Kunden sind neben Lösungen für die Kundeninteraktion auch solche für die Kundenpflege geboten (CRM, Customer Relationship Management). CRM-Systeme dokumentieren unter anderem verlässlich Informationen, ordnen diese einem Kunden eindeutig zu und analysieren Kunden und deren Kaufverhalten. Die Integration von Contact Center-Software und CRM-System erlaubt die Konsolidierung von Kommunikationsdaten und kundenbezogenen Informationen an einem Punkt. Durch die Personalisierung von Informationen und Daten ist es möglich, Kunden individualisierte und ihren Wünschen entsprechende Leistungen anzubieten.

Obwohl die Grenzen zwischen CRM- und Kundeninteraktionslösungen zunehmend verschwimmen – es gibt noch viel zu tun. Laut einer Umfrage des Marktforschungsunternehmens Frost & Sullivan von 2015 hat lediglich jedes dritte Contact Center ein CRM-System integriert.

Ein wichtiger Schritt in Richtung Kundenbindung und -zufriedenheit ist Enghouse Interactive mit der Integration der renommierten CRM-Software von Salesforce.com in die eigene Kundeninteraktionslösung „Voxtron Communication Center“ (VCC) gelungen (siehe Kasten). Damit untermauert Enghouse die steigende Bedeutung von CRM-Systemen, die dem Agenten im Contact Center alle Informationen über den Kunden im Handumdrehen zur Verfügung stellen können. Integriert mit Ihrer CRM-Datenbank erkennt die Routing-Engine den Kunden in jedem Kanal (Anruf, Chat, E-Mail usw.) via einer eindeutigen Customer ID und leitet ihn schnell und effizient an den zuständigen Mitarbeiter weiter. Das reduziert nicht nur die Anrufbearbeitungsdauer, sondern sorgt für eine personalisierte und mühelose Kundenerfahrung.

Übrigens: In Fragen des Datenschutzes kann bei der Integration von CRM-Systemen Entwarnung gegeben werden. Ein Großteil der deutschen Verbraucher steht laut Enghouse-Umfrage einer Speicherung personenbezogener Daten positiv gegenüber – vorausgesetzt, es dient dem Kundenservice.

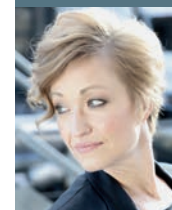
### STARKE KOMBINATION

#### Lückenloser Kundenservice

Durch die Integration der bewährten Lösung von Salesforce.com, einem der weltweit führenden Hersteller und Anbieter von CRM-Systemen, in die Kundeninteraktionslösung „Voxtron Communication Center“ (VCC) haben Anwender eine ausgereifte Lösung mit vielen Kombinationsmöglichkeiten. VCC hat sich mit dieser Baustein-Erweiterung zu einem noch wirkungsvolleren Instrument im Kundendialog entwickelt. Mit dieser Kombination, bestehend aus CRM und Unfied Communications, gibt Enghouse Dienstleistern eine Lösung für einen nahtlosen Kundenservice an die Hand. Zusätzlich ist in VCC die Echtzeit-Sprachanalyse-Software „ELSBETH VocalCoach“ (EVC) integriert. Aufgrund ihrer vollautomatisierten Qualitätssicherung und sofortigen Gesprächsoptimierung sorgt EVC für Zufriedenheit und Loyalität auf Kundenseite. Ebenfalls in VCC eingebunden ist die „Quality Management Suite“ (QMS). In Kombination mit EVC bietet QMS unter anderem Anruf- und Bildschirmaufzeichnung sowie deren Analyse, um die Kundeninteraktion auszuwerten und somit die Qualität des Services deutlich zu verbessern.

#### Astrid Pocklington

##### AUTOR



Astrid Pocklington  
ist Marketing Manager bei  
Enghouse Interactive.

[www.englishouseinteractive.de](http://www.englishouseinteractive.de)