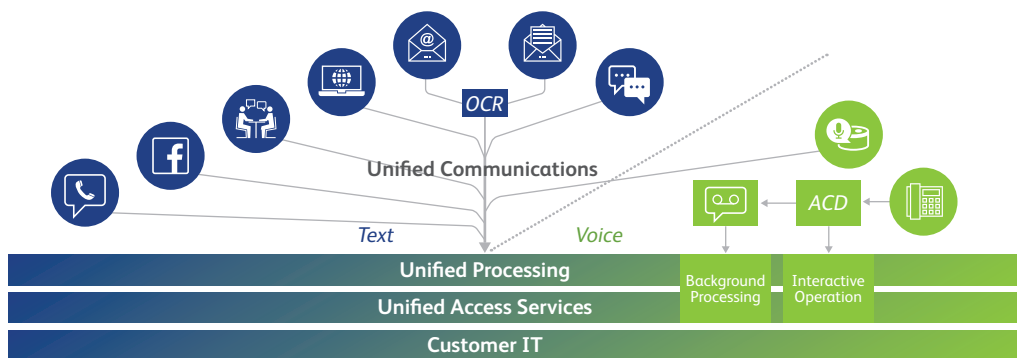


Professionalisierung des Kundenkontaktmanagements

Herausforderungen des Kundenkontaktmanagements

Es existiert mittlerweile für Kunden und Marktpartner eine Vielzahl an Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme mit einem Unternehmen. Allein bei den textbasierten Kanälen sind neben den klassischen Möglichkeiten wie Brief, Mail, Fax und Kundenportal eine Vielzahl weiterer Kanäle hinzugekommen (WhatsApp, Facebook, Twitter, Alexa, ...).



Viele Unternehmen setzen dabei für jeden Kanal auf Einzellösungen, die schlecht bis gar nicht miteinander vernetzt sind. Eine Folge hiervon ist das Fehlen einer konsistenten und vor allem aktuellen Kontaktgeschichte, die Voraussetzung für eine kompetente und effiziente Fallbearbeitung ist. Es entsteht das Risiko, dass Kunden bei Anfragen über unterschiedliche Kanäle unterschiedliche Aussagen zu ihren Anliegen erhalten. Indikatoren hierfür sind eine niedrige First-Fix-Rate, lange Bearbeitungszeiten und ein niedriger Net Promoter Score.

In Branchen mit starkem Wettbewerb – wie beispielsweise der Energiewirtschaft – sind positive Kundenerfahrungen essenziell, um Kunden zu gewinnen und halten zu können. Ein gutes Kontaktmanagement kann maßgeblich dazu beitragen, sowohl die Wahrnehmung durch den Kunden zu verbessern, als auch die Mitarbeiter im Kundencenter zu entlasten.

Komplexitätsreduktion durch die Entflechtung der Kanal-, Prozess- und Zugriffsebene

Eine smarte Kommunikations-Plattform bündelt die Kundeninformationen aus den existierenden Datensilos der Bestands-IT und stellt sie aktuell und konsistent an einer Stelle zur Verfügung. Dies hat eine Vielzahl von Vorteilen:

- Der Fallbearbeiter hat alle für die Bearbeitung erforderlichen Informationen konsistent und aktuell verfügbar.
- Die Anzahl der in der Fallbearbeitung benutzten IT-Systeme kann reduziert werden.
- Dies reduziert die Einarbeitungszeit für Kundencenter-Mitarbeiter und reduziert ggf. auch die Lizenzkosten für Drittsysteme.
- Die Bearbeitung der Anliegen kann standardisiert und unabhängig vom gewählten Kanal erfolgen, da alle für die Fallbearbeitung erforderlichen Information konsistent und zentral vorliegen.

Facts

- Die Zahl der Kommunikationskanäle wächst rasant.
- Viele Unternehmen setzen dabei je Eingangskanal auf Einzellösungen, die kaum miteinander vernetzt sind.
- Multi- oder Omni-Channel-Management Systeme bieten die Möglichkeit, Kundenanfragen unabhängig vom Eingangskanal zu bündeln und erlauben eine aktuelle und konsistente Sicht auf den Kunden.
- BearingPoint kann dabei helfen, die Anforderungen besser zu verstehen, bei Architektur-/Technologiefragestellungen zu unterstützen und die erforderlichen Prozesse zur Implementierung aufzusetzen.

Multi-Channel-Management zur Komplexitätsreduktion

Die Vielzahl an Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme durch den Kunden führt zu einer Vielzahl an unterschiedlichen Eingangskanälen. Eine hohe Belastung der Kundencenter-Mitarbeiter sowie eine schlechtere Customer Experience sind die Folge. Ein Multi-Channel-Management System kann helfen, die Komplexität zu reduzieren und Bearbeitungsprozesse zu vereinheitlichen, indem alle Anfragen unabhängig vom Eingangskanal auf einer smarten Kommunikation-Plattform gebündelt werden.

- Der Wegfall oder das Hinzukommen von Kanälen hat keine Auswirkung auf bestehende Prozesse oder IT-Systeme und erzeugt somit keine Implementierungskosten.
- Der Zugriff auf die Datensilos der Kunden-IT erfolgt einheitlich und transparent für alle Prozesse.

Darüber hinaus verfügt mittlerweile eine Vielzahl existierender Multi-Channel-Plattformen über KI-basierte Sprachanalysekomponenten, die aus natürlichem Sprachtext automatisiert das Kundenanliegen identifizieren sowie die für die Bearbeitung erforderlichen Informationen extrahieren. Standardanfragen, wie z.B. eine Abschlagsänderung, können so auch automatisiert verarbeitet und beantwortet werden. Für komplexere Anfragen kann das System dem Bearbeiter vorgefertigte Antwortbausteine bereitstellen, um auch hier die Bearbeitungszeit zu verkürzen.

Der weitere Nutzen ergibt sich aus der Möglichkeit, die eingehenden Anfragen last- und skillbasiert Kundencenter-Mitarbeitern zuordnen zu können. Hierdurch lassen sich beispielsweise Lastspitzen glätten (bei erhöhtem Lastkaufkommen im Kundencenter, z.B. nach der Ankündigung einer Preiserhöhung) und externe Dienstleister transparent in die Fallbearbeitung einbinden.

Zahlen & Fakten aus Beispielprojekt

Je nach Ausgangssituation können erhebliche Effizienz- und Qualitätssteigerungen in der Kundenkommunikation erzielt werden. In einem energiewirtschaftlichen Unternehmen mit rund 700.000 Serviceanfragen pro Jahr ergaben sich folgende Effekte:



Die Investitionen in ein Projekt zur Etablierung eines Multi-Channel-Managements amortisieren sich i. d. R. innerhalb des ersten Jahres und führen zu dauerhaften Einsparungen, bei gleichzeitiger Verbesserung der Kundenwahrnehmung (gemessen über Net Promoter Score).

Ein weiterer positiver Effekt ist die Entlastung der Kundencenter-Mitarbeiter von eintönigen Aufgaben, die automatisierbar sind. Die hierdurch gesteigerte Mitarbeiterzufriedenheit im Kundencenter verringert den Knowhow-Verlust durch Kündigung. Dies macht sich u. a. auch in der Reduktion des Aufwands für die Einarbeitung neuer Kundencenter-Mitarbeiter bemerkbar.

BearingPoints Expertise in der Energiewirtschaft

BearingPoint verfügt über umfangreiche Expertise in Bezug auf die Wertschöpfungskette der Energiewirtschaft sowie die angrenzenden Querschnittsbereiche. Die langjährige Branchenerfahrung im Customer Service hilft BearingPoint, Anliegen und Bedarfe des Kundenkontaktmanagements im Kern zu verstehen und passgenaue Lösungen bereitzustellen. BearingPoint stellt eine Vielzahl an Leistungen und Produkten zur Professionalisierung im Kundenkontaktmanagement bereit und berät produktunabhängig.

Über BearingPoint

BearingPoint ist eine unabhängige Management- und Technologieberatung mit europäischen Wurzeln und globaler Reichweite. Das Unternehmen agiert in drei Geschäftsbereichen: Der erste Bereich umfasst das klassische Beratungsgeschäft, dessen Dienstleistungsportfolio People & Strategy, Customer & Growth, Finance & Risk, Operations und Technology umfasst. Im Bereich Business Services bietet BearingPoint Kunden IP-basierte Managed Services über SaaS hinaus. Im dritten Bereich stellt BearingPoint Software-Lösungen für eine erfolgreiche digitale Transformation sowie zur Erfüllung regulatorischer Anforderungen bereit und entwickelt gemeinsam mit Kunden und Partnern neue, innovative Geschäftsmodelle. Zu BearingPoints Kunden gehören viele der weltweit führenden Unternehmen und Organisationen. Das globale Netzwerk von BearingPoint mit mehr als 10.000 Mitarbeitern unterstützt Kunden in über 75 Ländern und engagiert sich gemeinsam mit ihnen für einen messbaren und langfristigen Geschäftserfolg.

www.bearingpoint.com

Fakt ist: Erst eine Integration unterschiedlichster Services, Technologien oder Kanäle macht die Qualität im Kundenservice aus. Kunden erwarten eine lückenlose Multikanalbetreuung. Aber wie stellt man gleichzeitig alle Information der Kanäle gebündelt zur Verfügung?

Wir haben die Antwort!

Kosteneffizienz

Multi-Channel-Management-Projekte amortisieren sich je nach Ausgangssituation innerhalb des ersten Jahres.



Kontakt

Marion Schulte
Partner
Marion.schulte@bearingpoint.com

Thomas Gschoßmann
Senior Manager
[Thomas.gschoßmann @ bearingpoint.com](mailto:Thomas.gschoßmann@bearingpoint.com)