

Fünf Trends, die 2016 die Kundenzufriedenheit revolutionieren

Utl.: Künstliche Intelligenz (KI), Internet der Dinge (IoT) und Mobile verändern den Dialog mit den Kunden =

Frankfurt/Main (ots) - Interactive Intelligence Group Inc. (Nasdaq: ININ), weltweiter Anbieter von Cloud Services für Customer Engagement, Unified Communications und Collaboration prognostiziert die fünf Trends, die den Kundenservice im Jahr 2016 grundlegend verändern werden. Wie die Marktforscher von Gartner herausgefunden haben, planen beeindruckende 89 Prozent der Unternehmen, 2016 in erster Linie über die Kundenzufriedenheit mit den Wettbewerbern um Kunden zu konkurrieren. Dies ist eine drastische Steigerung im Vergleich zu 2014 (36 Prozent) und 2015 (58 Prozent).¹ "Es ist offensichtlich, dass Unternehmen ihre Priorität auf den Kundenkontakt legen. Die Trends, die wir identifiziert haben, sind für die Unternehmen höchst relevant, um in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben", sagt Dr. Donald E. Brown, Gründer und CEO von Interactive Intelligence. "Bemerkenswert ist, dass ein starker Fokus auf den Themen Cloud, Analytics und Big Data liegt. Diese bilden die Grundlage für fast alles, was im Zusammenhang mit der Kundenzufriedenheit steht und werden wichtige Komponenten jeder erfolgreichen Strategie für die Kundenbeziehung sein."

1. Kundenorientierung bricht die Silos zwischen Contact Centern, Unternehmen und externen Interessengruppen auf

In der heutigen kundenorientierten Welt liegen die Kundenbeziehungen zunehmend in der Verantwortung jedes einzelnen Mitarbeiters. Zu den größten Herausforderungen dieser neuen gemeinsamen Verantwortung zählt, die Mitarbeiter für den direkten Kontakt mit Kunden vorzubereiten.² Dies macht es notwendig, digitale Arbeitsabläufe voranzutreiben. Konvergente Systeme müssen Kundenbindung, Kommunikation und Zusammenarbeit unterstützen. Cloud-Services spielen dabei eine wichtige Rolle. Die digitalen Arbeitsabläufe helfen nicht nur die Barrieren zwischen den Contact Centern und Unternehmen zu beseitigen, sondern auch zwischen Organisationen und ihren Partnern, Lieferanten und Kunden. Sie sorgen für schnellere Reaktionszeiten und einen verbesserten Wissensaustausch.

2. Das Internet der Dinge (IoT) erweitert die Omnichannel-Erfahrung

Das explosionsartige Wachstum der Vernetzung von Geräten, der Drahtlos-Technologie, des Cloud-Computing und modernster Analytik führt das Internet der Dinge (IoT) von der Vision zur Realität. Heute nutzen laut Forrester Research, ein Drittel der Unternehmen IoT-Lösungen. Ein weiteres Drittel plant dies für 2016.³ Aber wie setzen Unternehmen IoT ein, um den Kundenservice zu verbessern, ohne ein weiteres Silo zu schaffen? Optimierte Verfahren für die Einbindung von IoT-Lösungen in Contact Center sind wichtig, wenn Unternehmen ein nahtloses Kundenerlebnis über alle Kanäle bieten möchten.

3. Künstliche Intelligenz (KI): Maschinen-Lernen ist Realität

Die Anwendungen, die auf künstlicher Intelligenz basieren, sind explosiv gewachsen. Fortschrittliche Spracherkennung stützt sich z.B. stark auf KI. Sie wird im Contact Center schon seit Jahren zum Monitoring genutzt und steuert die Signale zum Einschreiten des Supervisors. Aktuelle KI-Entwicklungen haben das Wachstum des maschinellen Lernens beschleunigt. So wird der globale Markt für intelligente Maschinen bis 2019 laut BCC Research auf fast 15,3 Milliarden US-Dollar wachsen, bei einer Wachstumsrate von 19,7 Prozent pro Jahr (CAGR 2014-2019).⁴ Lernende Maschinen können Unternehmen dabei helfen, Muster zu erkennen und das Kundenverhalten vorherzusagen. Unternehmen werden dies zunehmend nutzen, um Kunden proaktiv anzusprechen. Sie können damit das Contact Center wesentlich effizienter und intuitiver betreiben. Außerdem wird es möglich werden, dialogorientierte Sprachroboter einzusetzen, die als virtuelle Agenten und Koordinatoren dienen.

4. Digital Natives bekommen endlich einen hochentwickelten Kundenservice, um weitergehenden Self-Service zu nutzen

Der zunehmende Einfluss der sogenannten Millennials auf den Kaufprozess erhöht sprunghaft die Nachfrage nach einem Kundenservice, bei dem sich der Kunde selbst hilft. Das Bedürfnis nach anspruchsvolleren Self-Service-Angeboten (z.B. über Internet und Smartphones) ist eine Herausforderung für viele Unternehmen, wenn es darum geht, Millennials eine Kundenerfahrung zu geben, die ihre Ansprüche erfüllt. Dies bietet insbesondere für Start-ups sowie für kleine und mittelständische Unternehmen große Chancen. Diese Unternehmen sind in der Regel agiler als ihre größeren Pendanten und viele leben eine Kultur, die das Thema 'Selbermachen' bereits beinhaltet. Dadurch können sie diese Strategien schneller umsetzen.

5. Alles ist mobil

Das Thema der Mobilität ist 2016 nichts Neues mehr. Die Menschen lernen aber immer besser, alles über ein mobiles Gerät zu erledigen. Laut den Marktforschern von Ovum kommt heutzutage fast die Hälfte aller eingehenden Anrufe in Call-Centern von mobilen Geräten.⁵ Im Jahr 2016 ist die Entwicklung von Anwendungen für mobile Geräte somit nicht mehr nur Beiwerk, sondern sie steht an erster Stelle. Die Herausforderung ist es, ein Erlebnis zu schaffen, das den Dialog auf die neuen Kanäle überträgt. Kunden von mobilen Apps müssen ohne Barrieren zum persönlichen Kontakt wechseln können.

Mehr zu diesen Themen erfahren Sie auch am Stand von Interactive Intelligence auf der CCW 2016 - Europas größten Kongressmesse für Kundenservice, Kommunikation und Call Center. Weitere Informationen unter <http://c3.inin.com/CCW-2016-Berlin>

~

1 Sorofman, Jake; McLellan, Laura. Gartner Finds Importance of Customer Experience on the Rise - Marketing Is on the Hook, Gartner, Sept. 29, 2014.

2 Snow, Richard. Next Generation Customer Engagement Benchmark Research, Ventana Research, 2014.

3 Gillett, Frank E.; Pelino, Michele; Shields, Tyler. Predictions 2016: IoT's Impact Inside Companies, Forrester Research, Nov. 16, 2015.

4 Smart Machines: Technologies and Global Markets, BCC Research, May 2014. 5 Dawson, Keith. 2016 Trends to Watch: Contact Centers, Ovum, Oct. 20, 2015.

~

~

Rückfragehinweis:

Muehlhausen Marketing und Kommunikation
Rüdiger Mühlhausen
Tel.: +49 (0) 8024 6499974
ruediger.muehlhausen@muehlhausen-marketing.de
www.muehlhausen-marketing.de

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/DE28860/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER

INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0004 2016-02-16/08:01

160801 Feb 16

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20160216_OTS0004