

Konversation ist Trumpf:

9 Möglichkeiten, mit Messaging
neue Kundenerlebnisse zu schaffen



Inhalt

- 3 Die Revolution des Messagings
- 4 Conversational Business ist im Kundenservice angekommen
- 5 Support umzuwandeln
 - 5 Bieten Sie einen Omnichannel-Kundensupport
 - 6 Modernes Messaging auf Ihrer Website und in Ihren Apps
 - 7 Veranlassen Sie die Kunden, innerhalb der Konversation selbst aktiv zu werden
 - 8 Integrieren Sie Chatbots, um Self-Service im großen Maßstab zu verbessern
 - 9 Beginnen Sie die Konversation mit Ihrem Kunden
- 10 Eine Konversation, an der alle teilhaben können
- 11 Sprechen Sie Ihre Kunden in ihrer Landessprache an
- 12 Teilen Sie die Konversation mit Ihren Mitarbeitern
- 13 Steuern Sie den Konversationsfluss

Die Revolution des Messagings

Im Laufe der letzten 10 Jahre hat das Messaging die Art und Weise, wie wir in unserem Privatleben mit Freunden und Verwandten kommunizieren, grundlegend verändert. Messaging-Apps wie Facebook Messenger und WhatsApp machen es uns leicht, unabhängig vom Standort mit anderen in Kontakt zu treten und wichtige Inhalte mit uns nahestehenden Menschen zu teilen. Im Gegensatz zum Live-Chat ist das Messaging auf vielfältige, kontinuierliche und ausgesprochen benutzerfreundliche digitale Verbindungen ausgelegt.

Aber diese Messaging-Revolution hat auch die Erwartungen der Kunden verändert. Die Kunden auf der ganzen Welt gehen heute einfach davon aus, dass sie mit den Marken auf dieselbe benutzerfreundliche und bereichernde Art und Weise in Verbindung treten können, wie sie das in ihrem persönlichen Leben tun.

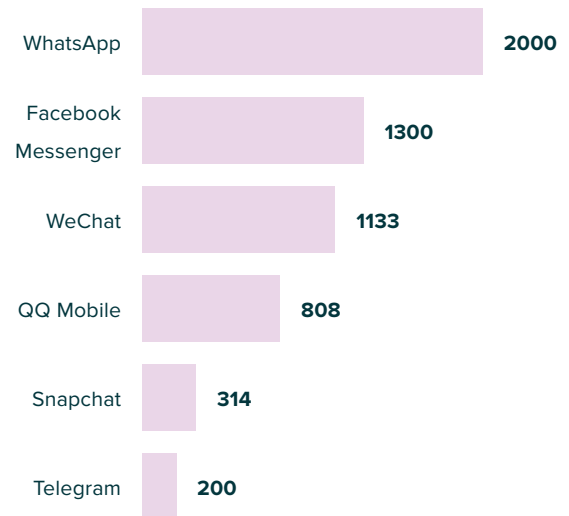
Die großen Marken haben das schnell aufgenommen und bemühen sich darum, über das Messaging eine persönliche Beziehung zu ihren Kunden aufzubauen. Auf allen Kanälen, die ihre Kunden nutzen, müssen sie präsent sein und bei jeder Interaktion darauf achten, dass sie sich persönlich und mühelos anfühlt. Mit dieser neuen, globalen Nachfrage nach Business-to-Consumer-Messaging treten Unternehmen wie Facebook, Google und Apple gegeneinander an, um maßgeschneiderte Messaging-Angebote für Unternehmen anzubieten.

9 von 10

Kunden möchten mit den Marken über Messaging kommunizieren.

[Quelle](#)

Die beliebtesten Messaging-Apps nach monatlich aktiven Nutzern (in Millionen):



Mit jedem neuen Kanal, den die Kunden nutzen, suchen die Marken eine Möglichkeit, um auch weiterhin ein nahtloses Kundenerlebnis zu bieten. Sinnvolle Inhalte und miteinander verbundene Kundendaten bieten Ihrem Kunden ein umfassendes Bild ihrer Beziehung zu Ihrem Unternehmen. Stellen Sie sich vor, dass Ihre Produkte, die Bestellungen und vieles mehr den Kunden als Teil eines interaktiven In-App-Erlebnisses präsentiert werden könnten.

Die steigenden Erwartungen der Kunden sorgen dafür, dass die Unternehmen nach einer neuen Art von Messaging-Lösung suchen, um den Kontakt mit den Kunden zu pflegen. Um diese Erwartungen zu erfüllen und zukunftssicher zu gestalten, wenden sich die Marken integrierten Messaging-Plattformen zu, die ihnen das beste Kundenerlebnis bieten, unabhängig davon, wo die Kunden sich gerade befinden. Diese Plattformen vereinen die Nachrichten aus allen Kanälen in eine fortlaufende Konversation und bieten den Entwicklern die Werkzeuge und die Flexibilität, um ein Messaging-Erlebnis zu bieten, das sich auch skalieren lässt. Das Ergebnis? Eine bessere Kundenbindung, höhere Kundenzufriedenheit und eine gute Kommunikation mit dem Kunden.

Conversational Business ist im Kundenservice angekommen

Conversational Business bringt die Marken dazu, auf ganz neue Art und Weise mit den Kunden zu kommunizieren. Das auf Messaging basierte Kundenengagement bietet sowohl Kunden als auch Agenten eine verbesserte Benutzerfreundlichkeit und Flexibilität, die diese Konversation dann jederzeit weiterführen können.

Führende Marken, die Automatisierung, Chatbots und ein sinnvolles Messaging einführen, reduzieren nicht nur den betrieblichen Aufwand, sondern regen die Kunden auch dazu an, selbst Lösungen zu finden und selbstständig zu handeln. All dies geht dann direkt von der Messaging-Schnittstelle aus. Mit Conversational Business wird es den Marken möglich, über den Support hinauszugehen und neue Möglichkeiten zu schaffen, das Engagement der Kunden zu fördern, sie zu konvertieren und Geschäfte abzuschließen.

Ein auf Konversation basiertes Kundenerlebnis mit einer offenen Messaging-Plattform

[Sunshine Conversations](#) ist die derzeit fortschrittlichste Messaging-Plattform für Conversational Business, die derzeit auf dem Markt erhältlich ist. Mit der Plattform erhalten Sie eine einfache API, die Nachrichten aus allen Kanälen auf einem einzigen Kundenprofil und einem Konversationsstrang vereint. Mit leistungsfähigen SDKs für Web und Mobilgeräte können Sie außerdem ein modernes, In-App-Messaging auf jedem Gerät einrichten, um das Konversationserlebnis mit den Produkten und den Services, die Ihre Kunden täglich nutzen, zu verbessern.

Sunshine Conversations ist offen und flexibel, sodass Sie das vordefinierte Erlebnis mit Automatisierung, Chatbots und Erweiterungen verbessern können, die weit über das Konversationsfeld hinausgehen. Bringen Sie dann eine beliebige Geschäftsperson oder ein beliebiges System mit einer gemeinsamen Ansicht des Kunden in den Thread ein. Indem Sie die Kundenkonversation in einer einzigen Ansicht vereinen, können Sie die Macht der Daten dieser Konversation nutzen, um den Support bei jedem Schritt der Customer Journey in ein Conversational Business zu eskalieren.

Hier zeigen wir Ihnen 9 Möglichkeiten, eine offene Messaging-Plattform wie Sunshine Conversations zu nutzen, um den Support in ein Conversational Business umzuwandeln.



Mit Sunshine Conversations den Support zum Conversational Business machen

1 Bieten Sie einen Omnichannel-Kundensupport

Unvernetzte Konversationen auf Ihrer Website, Ihren mobile Apps und Kanälen auf den Sozialen Netzwerken, machen es nicht leicht, den Kunden zu identifizieren, wenn er Kontakt mit Ihnen aufnimmt. Ohne eine vereinte Ansicht früherer Kundenkonversationen, fehlen dem Team, das für die Kundeninteraktion zuständig ist, jedes Mal wichtige Inhalte.

Mit Sunshine Conversations können Kunden Sie über ihre bevorzugten Kanäle kontaktieren und nahtlos die Kanäle wechseln. Eine vereinte API, die sich mit Dutzenden der bekanntesten Messaging-Kanäle verbindet, bedeutet auch, dass Ihre Messaging-Strategie zukunftssicher ist. Sie können jederzeit Kanäle hinzufügen, wenn Sie wachsen und dennoch die Konversation mit dem Kunden in einem einzigen Strang zusammenfassen.



So können Unternehmen der Medien- und Unterhaltungsindustrie den Kunden die Freiheit geben, über ihren bevorzugten Streaming-Service von jeder App oder jedem Gerät aus mit dem Support in Kontakt zu treten. Mit Sunshine Conversations können die Agenten die Konversation jederzeit wieder aufnehmen. Sie sehen vergangene Konversationen aus unterschiedlichen Kanälen, die miteinander verbunden werden und können so Probleme deutlich schneller lösen.



Finanzdienstleistungsunternehmen können Gespräche über öffentliche Kanäle wie Facebook Messenger beginnen. Bevor Informationen über persönliche oder regulierte Finanzdaten ausgetauscht werden, wechseln die Kunden dann auf das native Messaging einer Website oder einer mobilen App der Marke, um eine vollständige End-to-End-Verschlüsselung und Compliance zu gewährleisten.

2 Modernes Messaging auf Ihrer Website und in Ihren Apps

Die Kunden erwarten heute, dass die Website und Apps eines Unternehmens dieselbe Art von reichhaltigen Erfahrungen bieten wie zum Beispiel die der Branchenführer Facebook Messenger und Apple Business Chat. Das bedeutet, dass Ihre digitalen Möglichkeiten eine stabile, asynchrone Konversation ermöglichen sollten, die über reinen Text hinausgeht.

Mit Sunshine Conversations erhalten Sie die neuesten und besten Messaging-Trends, die nativ auf SDKs für Ihre Website und Anwendungen aufgebaut sind. Jetzt können Sie ein stabiles, asynchrones Messaging auf der Website, Android und iOS bieten und dabei Lesebestätigungen, Schreibindikatoren und umfangreiche Inhaltsarten wie GIFs, schnelle Antworten und Standortfreigabe nutzen.



So können zum Beispiel Telekommunikationsanbieter ihren Kunden mit einer modernisierten Kundenerfahrung auf ihrer Website mehr Komfort bieten und gleichzeitig den Personalbestand optimieren. Kunden können laufende Konversationen über neue Dienstleistungen führen oder um Unterstützung bitten, wenn nicht mehr erwartet wird, dass die Reaktion sofort erfolgt.



App-Hersteller können Messaging direkt in ihr Produkt einbetten, um den Support zu erleichtern. Der gesamte Konversationsverlauf ist immer verfügbar, und die Möglichkeit, Bilder und Links zu Artikeln in der Hilfe zu versenden, erleichtert die Fehlerbehebung auf beiden Seiten.

Veranlassen Sie die Kunden, innerhalb der Konversation selbst aktiv zu werden

In einem sitzungsbasierten Chat können Kunden kaum mehr als sofortige Antworten auf grundlegende Fragen erwarten. Die Kunden von heute suchen nach Chaterfahrungen, die es ihnen ermöglichen, selbst aktiv zu werden und sich gleichzeitig über den gesamten Kundenlebenszyklus mehr einzubringen.

Mit Sunshine Conversations erhalten Sie Zugriff auf bereichernde Nachrichtenarten wie Karussells, Formulare und Picklisten und Entwicklerwerkzeuge, um eingebettete Erlebnisse zu schaffen, die den Kunden dabei helfen, während des gesamten Kundenlebenszyklus aktiv zu werden. Gehen Sie über das Konversationsfeld mit Webview-basierten Erweiterungen hinaus, die den Kunden dabei helfen, Reservierungen zu buchen, Termine zu vereinbaren und Zahlungen abzuschließen, ohne die Messaging-App zu verlassen.



Online-Händler können Apps für Kunden erstellen, um mit Stylisten zu chatten, in denen sie sich Karussells mit personalisierten Outfits und Accessoires-Empfehlungen ansehen können. Dann können die Kunden ihren Kauf innerhalb der Konversation abschließen und so die Umsätze aus der Anwendung steigern.



Restaurants bieten den Kunden die Möglichkeit, über Picklisten und schnelle Antworten eine Tischreservierung vorzunehmen. Kunden können über Listen und Formulare sogar die Art des Tisches und ihren bevorzugten Standort des Tisches innerhalb des Lokals auswählen.

Integrieren Sie Chatbots, um Self-Service im großen Maßstab zu verbessern

Der Aufstieg von Chatbots und KI hat eine große Chance für Unternehmen eröffnet, ihre Kundeninteraktionen zu automatisieren und zu rationalisieren, wenn sie weiter wachsen. Ohne diese Tools verpassen Unternehmen die Chance, Aufgaben von geringerer Komplexität zu automatisieren, die Betriebskosten zu senken und den Agenten die Möglichkeit zu geben, sich auf das Gespräch von Mensch zu Mensch zu konzentrieren.

Mit Sunshine Conversations können Sie KI und Chatbots in Ihre Messaging-Anwendungen integrieren, um automatisierte und dennoch personalisierte Erlebnisse zu liefern, die Ihr digitales Erlebnis von den anderen abheben.

Die Konversations-API bietet Ihnen die Möglichkeit, Daten von Dritten zu nutzen, um die einzelnen Konversationen in einen Kontext zu stellen und einen maßstabsgetreuen Self-Service zu bieten.



Finanzdienstleister können Chat-Bots in ihre Websites und nativen Apps integrieren, die Kunden bei Routineaufgaben wie der Überprüfung ihres Kontostandes, Zahlungen, Überweisungen und sogar bei der Überprüfung ihrer Online-Kreditwürdigkeit unterstützen.



Versicherungsgesellschaften können KI und Bots verwenden, um Kunden bei der Erstellung von Angeboten für die Kfz-Versicherung zu unterstützen, die auf den im Gespräch gesammelten Informationen wie Fahrzeuginformationen, Kilometerstand, Fahrverlauf und Führerschein basieren.

5 Beginnen Sie die Konversation mit Ihrem Kunden

Im digitalen Zeitalter werden die Kunden leicht abgelenkt und es kann zu einer Herausforderung werden, sie während des gesamten Kundenlebenszyklus zu engagieren. Die Unternehmen brauchen Zugriff auf Werkzeuge, die die Probleme der Kunden voraussehen und die Kundenbindung verbessern.

Sunshine Conversations bietet Ihnen die Möglichkeit, [eine Konversation](#) mit Ihren Kunden aufzunehmen und die Nachrichten automatisch in ihrem bevorzugten Kanal anzuzeigen. Steigern Sie das Engagement und die Zufriedenheit Ihrer Kunden mit personalisierten Messaging-Touchpoints über die gesamte Customer Journey hinweg, unabhängig davon, ob Sie einen oder viele Kunden haben.



Telekommunikationsanbieter können Eskalationen verhindern, indem sie Kunden proaktiv über Datenüberlastungen benachrichtigen und mit Upgrade-Optionen zusätzliche Einnahmen erzielen. Sie können Kunden auch proaktiv über dienstleistungsrelevante Unterbrechungen oder anstehende und überfällige Zahlungen beraten.



Online-Händler können die ausgehende Nachrichtenübermittlung mit ihren Kunden nutzen, um personalisierte Werbeaktionen anzubieten und sie nach dem Abschluss einer Transaktion zurück zum Warenkorb zu leiten.

Eine Konversation, an der alle teilhaben können

Moderne Kundenbeziehungen sind komplex und umfassen oft mehrere Parteien innerhalb und außerhalb des Unternehmens. Neue Marktplätze und Gig-Economy-Unternehmen sind entstanden, die zu einer Nachfrage nach der Verbindung von Käufern und Verkäufern, der Unterstützung von Kundengruppen und der Förderung komplexer Zusammenarbeit zwischen internen Teams geführt haben. Da es keine Möglichkeit gibt, fragmentierte Einzelgespräche zusammenzubringen, werden Kunden und Unternehmen gleichermaßen im Dunkeln gelassen.

Mit Sunshine Conversations können Sie alle Entscheidungsträger in einer einzigen Konversation vereinen und ihnen dabei die vielfältigen Möglichkeiten des modernen Messaging näherbringen. [Multiparty for Sunshine Conversations](#) verwaltet die Teilnehmer und überwacht die Konversationen, um Ihnen die volle Kontrolle über jedes mehrseitige Kundensupportproblem zu geben.



Marketplace-Unternehmen können Käufer mit Verkäufern und Fahrgäste mit Fahrern in Verbindung bringen. Sie bieten ihren Unternehmen gleichzeitig die Möglichkeit, Gespräche aktiv oder passiv zu überwachen und bei Bedarf einzugreifen, um Eskalationen und Streitigkeiten zu bewältigen.



Finanzunternehmen können Makler oder Portfoliomanager über jeden beliebigen Kanal mit Kunden verbinden. Mit Multiparty for Sunshine Conversations steuern Sie beide Seiten der Konversation und können jederzeit darauf zugreifen, um Berichte zu erstellen oder die Compliance einzuhalten.

Sprechen Sie Ihre Kunden in ihrer Landessprache an

Die Globalisierung des Kundensupports in jeder von den Kunden gesprochenen Sprache kann eine Herausforderung darstellen. Unternehmen müssen in der Lage sein, den Kontext und die Absicht jedes Kundenproblems klar zu verstehen, um ein transparentes und nahtloses Kundenerlebnis zu bieten.

Mit Sunshine Conversations können Unternehmen Botschaften mit wertvollem Kontext übersetzen und bereichern, um jede Unterstützungsinteraktion zu rationalisieren. Integrieren Sie Dienstleistungen von Drittanbietern wie z. B. bidirektionale Sprachübersetzung und Intentionserkennung, um die Kundenstimmung vorherzusagen und zu verstehen, was Ihr Kunde Ihnen wirklich sagen möchte.



Unternehmen im Gastgewerbe und Hotelketten können Nachrichten von internationalen Reisenden in Echtzeit übersetzen, um dem Hotelpersonal den Kontext und die Möglichkeit zu geben, in der Landessprache zu antworten.



Telekommunikationsanbieter können die natürliche Sprachverarbeitung nutzen, um die Stimmung der Kunden zu verstehen und die besten nächsten Maßnahmen oder eine automatische Eskalation zu empfehlen, um die Wahrscheinlichkeit einer Abwanderung zu verringern.

Teilen Sie die Konversation mit Ihren Mitarbeitern

Die Explosion der neuen Kanäle und der Softwareangebote für die Kundenbindung hat es den Marken immer schwerer gemacht, die Beziehung zu ihren Kunden zu verstehen. Mit zunehmender Größe der Unternehmen schafft dieser Ansatz Gesprächssilos, die Ihre Kunden dazu zwingen, sich zu wiederholen und Verkaufs-, Support- und Marketingteams auf verschiedenen Seiten zu belassen.

Sunshine Conversations vereinheitlicht Gespräche über mehrere Kanäle, bietet eine ganzheitliche Sicht auf den Kunden und ermöglicht Ihnen die gemeinsame Nutzung von Kundeninformationen in Ihrem Unternehmen. Die Aufrechterhaltung eines beständigen Konversationsfadens bedeutet, dass die Teams stets Zugang zu den Daten haben, die für die Verbesserung der Kundenerfahrung und die Verringerung unerwünschter Reibungen erforderlich sind.



Bankunternehmen können den Überblick über ihre Kunden behalten, wenn sie über eine Vielzahl verschiedener Kanäle wie WhatsApp, Facebook und das Internet nach Unterstützung suchen. Je nach Kontext kann eine Kundenanfrage zu Hypothekenzinsen entweder an den Vertrieb, das Marketing oder den Support weitergeleitet werden, bleibt aber als Teil eines kontinuierlichen Gesprächs mit dem gesamten Unternehmen bestehen.



Einzelhandels- und Fertigungsunternehmen können die Nachrichtenübermittlung nutzen, um ihre Kunden auf dem Weg der Bestellungen durch die Wertschöpfungskette auf dem Laufenden zu halten. Wenn sich die Kunden dann mit einem Problem zurückziehen, hat jeder eine Sicht auf jede Nachricht, die auf dem Weg zum Kunden gesendet wurde, um eine vereinfachte Lösung zu finden.

Steuern Sie den Konversationsfluss

Mit der Einführung von Chatbots, Automatisierung und einer abteilungsübergreifenden Messaging-Infrastruktur wird die Kontrolle jedes Kundengesprächs zu einer Herausforderung. Unternehmen suchen nach einer Möglichkeit, die Regeln für die Zusammenarbeit zentral zu definieren und die Übergabe zwischen den Teams und die Automatisierung über die Systeme hinweg zu rationalisieren, um somit die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Mit Orchestration for Sunshine Conversations können Sie alle Konversationsstränge zwischen Bots, Kanälen und Ihrer gesamten Software zur Kundenbindung zentral zusammenführen und verwalten. Verwenden Sie Schlüsselwörter, bedingte Logik und Sentiment, um eine Messaging-Erfahrung der nächsten Generation zu schaffen, das nahtlos, aber auch persönlich bleibt.



E-Commerce-Anbieter können Bots verwenden, um Routinekarten umzuleiten, und dann Anfragen mit höheren Berührungspunkten (komplett mit Gesprächsverlauf) an einen Live-Verkäufer zur Unterstützung weiterleiten. Dann kann der Gesprächskontext Kundensegmente aktualisieren, sodass Marketingteams gezieltere Upsell-Kampagnen aufbauen können.



Liefer- und Logistikunternehmen können ereignisbasierte Daten verwenden, um den genauen Standort einer Bestellung zu kennen und Gespräche automatisch an das richtige Team, z. B. das Personal im Restaurant oder einen zugewiesenen Lieferfahrer, zu eskalieren.

Sind Sie bereit für Ihre Reise ins Conversational Business?

Auf www.zendesk.de/conversations erfahren Sie mehr

Lesen Sie unseren [Bericht über das Messaging](#)