



Guide für den Zendesk-Bericht zu Kundenerlebnis-Trends 2019

Wie können Sie sicherstellen, dass Ihr Supportteam bei den größten Trends im Kundensupport für 2019 mithält? Wir zeigen Ihnen, was Ihr Team in jedem Bereich tun sollte.



03

Omnichannel-Support

08

Entwicklung mit einer offenen Plattform

13

Proaktive Interaktion

17

AI im Kundensupport

21

Die Voraussetzungen für ein erfolgreiches Team schaffen

Fünf Schritte zum Omnichannel-Erfolg:

- 01** Führen Sie einen integrierten Omnichannel-Ansatz für den Kundensupport ein.
- 02** Seien Sie proaktiv beim Aufbau Ihres Help Centers und beim Ausbau des Self-Service auf allen Kanälen.
- 03** Stellen Sie sicher, dass Live-Kanäle – insbesondere Telefonsupport – in eine einzige Lösung integriert sind.
- 04** Konzentrieren Sie sich darauf, die Erwartungen Ihrer Kunden bezüglich Reaktionen und Lösungen zu erfüllen.
- 05** Bieten Sie Ihren Kunden den richtigen Kanal zur richtigen Zeit an und geben Sie den Agenten den vollständigen Kontext.

01 Führen Sie einen integrierten Omnichannel-Ansatz ein

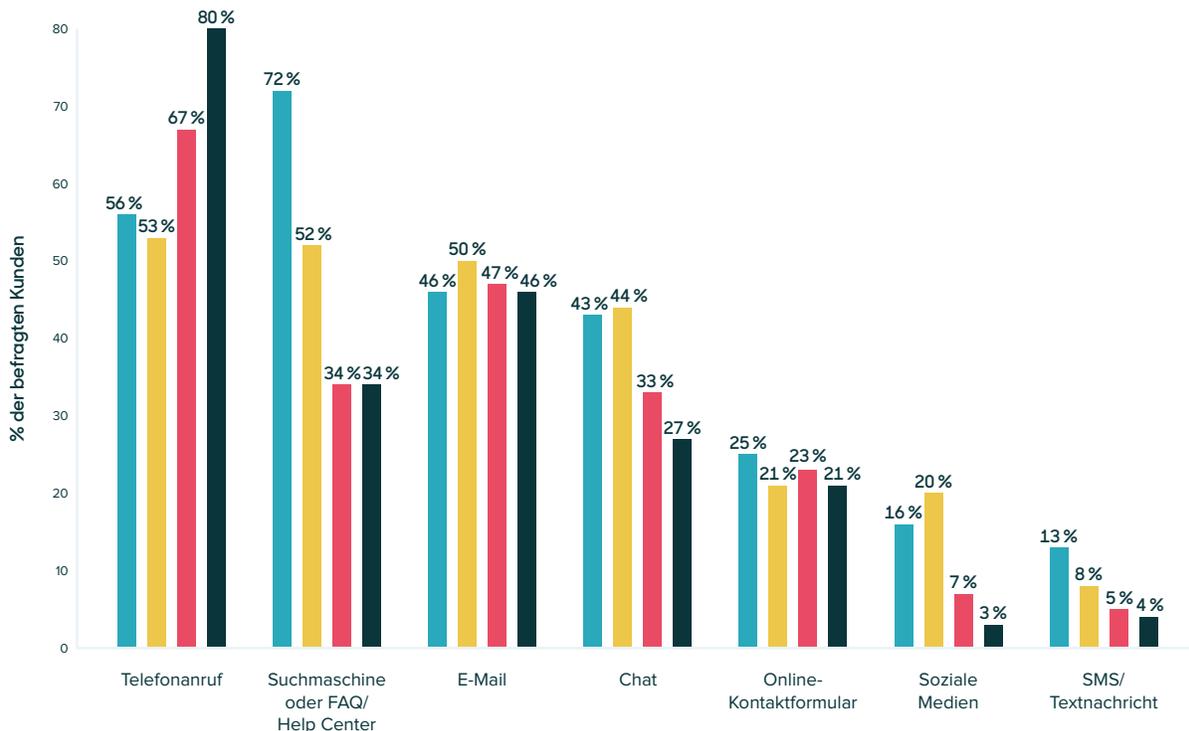
Die meisten Unternehmen wollen schnell Kanäle hinzufügen. In der Regel starten sowohl B2C- als auch B2B-Unternehmen im ersten Monat etwa drei Kanäle. Unternehmen sollten ihr Verständnis für häufige Kundenfragen und -präferenzen nutzen, um ihre Rollout-Strategie über E-Mail, Webform, Self-Service und Live-Kanäle wie Chat und Telefon zu informieren.

Schauen Sie sich unsere Erkenntnisse zu Kundenpräferenzen an. Welche Generationen machen den Großteil Ihres Kundenstamms aus? Wie kann sich Ihr Supportteam an die Präferenzen des Kundenstamms anpassen und ihm Kanäle anbieten, die effiziente Antworten bringen?

Erste Schritte mit Omnichannel-Support

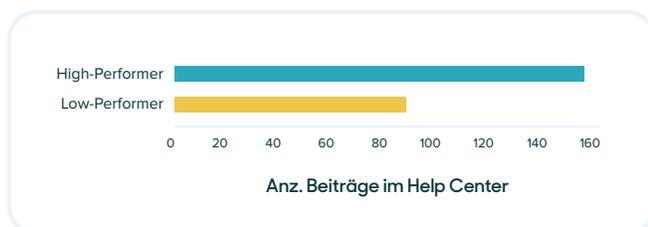
Wie lösen Sie in der Regel Probleme mit einem Unternehmen?

● Gen Z ● Millennials ● Gen X ● Babyboomer



02 Fügen Sie Wissensinhalte hinzu und erweitern Sie den Self-Service

Leistungsstarke Supportteams investieren mehr in den Self-Service. Sie haben 4,5-mal mehr Beiträge in ihren Help Centers und ein durchschnittliches Self-Service-Verhältnis, bei dem Aufrufe von Self-Service Inhalten mit der Gesamtzahl an Tickets in einem Team verglichen werden, die mehr als 30 Mal so hoch ist.



Proaktives Handeln beim Ausbau Ihres Help Centers ist ein Muss. Unternehmen, die sich auf den Aufbau und die Pflege einer soliden Wissensbasis konzentrieren und diese im Laufe der Zeit kontinuierlich verbessern, sehen 23 % niedrigere Lösungszeiten, 20 % weniger Tickets und 2 % bessere Kundenzufriedenheitsergebnisse im Durchschnitt vor.

Diese Organisationen verteilen auch besser die Erstellung von Knowledge Base-Artikeln unter Agenten. Verwenden Sie Funktionen wie Team Publishing und die Knowledge Capture App, um eine verstärkte Wissensbasis in Ihrem Team zu schaffen. Wenn Sie über eine solide Grundlage von Wissensinhalten verfügen, erweitern Sie den Self-Service, indem Sie ihn für andere Kanäle anbieten, z. B. für Ihr Web Widget und den In-App-Support.

Bauen Sie erstklassigen Self-Service auf

03 Integrieren Sie Live-Kanäle vollständig, insbesondere Telefon-Support

Die Nutzung eines integrierten Chat- und Telefonsupports führt zu einer Steigerung der Kundenzufriedenheit um 1,2 % und reduziert die Zeit bis zur ersten Reaktion eines Supportteams um 25 Minuten. Alle anderen Faktoren bleiben dabei konstant.

Da die Kunden die automatisierten Sprachdialogsysteme als Hauptfaktor für schlechte Erfahrungen angeführt haben, ist es besonders wichtig, den Telefonsupport zu integrieren. Dabei sehen wir aber ein klares Problem: 70 % der Führungskräfte geben an, dass sie Telefonsupport anbieten. Dies stimmt jedoch nicht mit dem Anteil der Telefontickets überein, die von Unternehmen, die Zendesk verwenden, protokolliert werden. Bei einem Blick auf Unternehmen, die im vergangenen Jahr Telefonsupport aktiv nutzten, machen Telefontickets immer noch weniger als 20 % der von Supportteams erfassten Tickets aus.

Dies bedeutet, dass Unternehmen, die Zendesk verwenden, ein völlig separates Telefonsystem nutzen, bei dem Telefontickets nicht erfasst werden, Agenten der erforderliche Kontext fehlt und Kunden ihre Angaben wiederholen müssen.

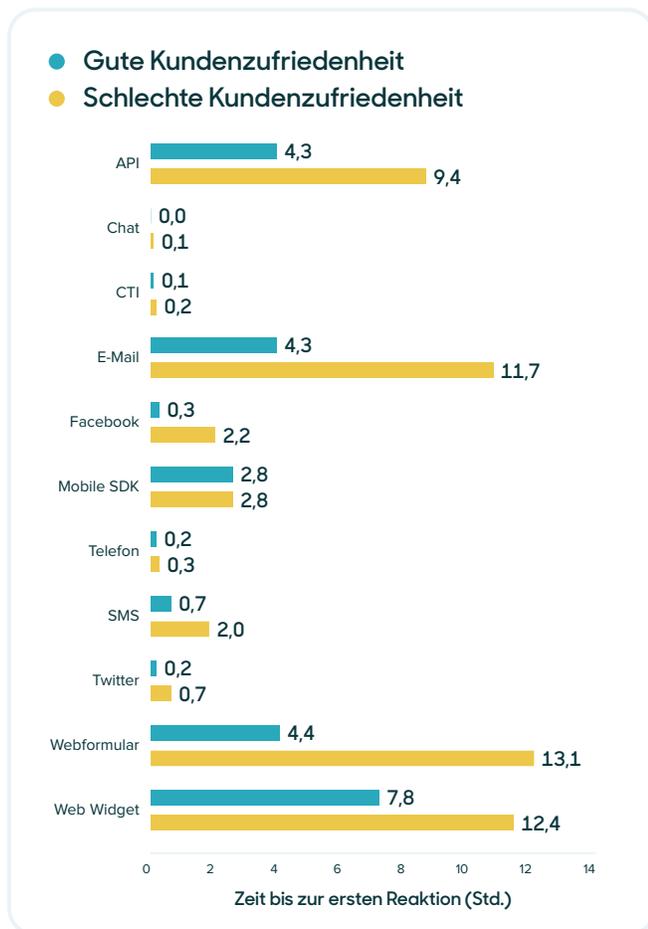
Integrieren Sie Telefonsupport

04 Besetzen Sie die Kanäle mit Mitarbeitern, um die Erwartungen der Kunden zu erfüllen

Kunden haben bestimmte Erwartungen an gute und schlechte Ergebnisse in allen Kanälen. Wir können die Unterschiede in den Erwartungen der Kunden bezüglich guter und schlechter Erlebnisse annähern.

Standard-Supportkanäle wie E-Mail und Webform verzeichnen nach wie vor viel längere Antwort- und Lösungszeiten, selbst wenn Supportinteraktionen von Kunden als positiv bewertet werden.

Mitarbeiter für Omnichannel-Erfolg



05 Bieten Sie den richtigen Kanal zur richtigen Zeit an

Kunden schätzen Effizienz: 54 % geben an, dass die Frage, ob eine Antwort sofort gebraucht wird, den größten Einfluss darauf hat, welche Kontaktmethode gewählt wird. Stellen Sie sicher, dass Sie immer die von Ihren Kunden gewünschten Kanäle anbieten, die je nach Standort und Präferenzen des Kunden variieren.

Der Omnichannel-Support ist ideal für nahtlosen Service über alle Kanäle geeignet, sodass Ihr Supportteam bei sich ändernden Bedingungen strategisch Kanäle hinzufügen oder deaktivieren kann.

Darüber hinaus wird Ihrem Team ermöglicht, Kanäle zu verbinden, sodass die Agenten den richtigen Kontext haben. Ein einheitlicher Agentenarbeitsbereich bedeutet insbesondere, dass Agenten mit einem einzigen Datensatz für einen Kunden arbeiten, sodass sie Einblick haben in Interaktionen wie etwa aufgerufene Help-Center-Beiträge und die vorherigen Kontaktmethoden. Dies führt zu besser informierten Agenten und zu Kunden, deren Anfragen schneller gelöst werden.

Sorgen Sie für bessere Omnichannel-Erlebnisse

Die Omnichannel-Erfolgsgeschichte von Stanley Black & Decker



Stanley Black & Decker setzt den Standard für Werkzeuge und Lagerlösungen. Das Unternehmen hat erkannt, dass sich die Erwartungen der Kunden im Laufe der Jahre gewandelt haben, und suchte nach einem Werkzeug, das es nicht herstellte: Kundenservice-Software.

„Wir hatten Call Center in der Türkei, in Argentinien, Peru und Brasilien, aber diese waren nicht in ein einheitliches Ökosystem integriert“, erklärte Orlando Gadea Ros, ein Business Innovation Manager des Unternehmens.

Gadea hatte Zendesk schon in einem früheren Unternehmen genutzt und wusste daher, dass die neuen Supportteams eine Omnichannel-Lösung benötigten, die Live-Chat, Telefon, E-Mail-Ticketerstellung und eine Wissensdatenbank zur Lösung häufig auftretender Fragen bietet.

Die Geschwindigkeit der Implementierung war wichtig, da die Teams durchschnittlich 10.000 Tickets im Monat bearbeiten. Innerhalb von drei Wochen nachdem sich das Unternehmen für eine Reihe von Zendesk-Produkten entschieden hatte, waren die weltweiten Supportteams von Stanley Black & Decker nach nur einem einzigen Schultag auf allen Kanälen einsatzbereit.

Dank effizienter Workflows konnte das Team die SLA-Reaktionszeit von nur einer Stunde einhalten. Schnellere Antwortzeiten und gestraffte Prozesse sorgen für steigende Kundenzufriedenheit. Der Benchmark des Teams liegt bei 85 % und der Durchschnitt sogar bei fast 90 %.

Priorisieren Sie verbundene Kundendaten in Ihrer Supportplattform:

- 01** Richten Sie Ihre CRM-Plattform so ein, dass Kundendaten verbunden werden und die Agenten entscheidenden Kontext erhalten.
- 02** Verwenden Sie Apps und Integrationen von Drittanbietern, um die IT-Infrastruktur und das Agentenerlebnis zu vereinfachen.
- 03** Optimieren Sie die Agenten-Workflows mit APIs und angepassten Apps, die Kundendaten systemübergreifend integrieren.
- 04** Führen Sie agile Software mit niedriger TCO für Zuverlässigkeit und Agilität ein.
- 05** Treffen Sie Ihre Kunden dort, wo sie sich befinden, indem Sie den Support in Ihre Website oder Ihre mobile App einbetten.

01 Richten Sie Ihre CRM-Plattform ein, um Kundendaten zu verfolgen

70 % der Verbraucher erwarten, dass Supportteams zusammenarbeiten, damit sie sich nicht wiederholen müssen. Führen Sie die folgenden Schritte aus, um zu gewährleisten, dass die Agenten über die erforderlichen Informationen verfügen:

Sammeln Sie die richtigen Daten

Ihre Plattform muss Daten für einzelne Kunden aus verschiedenen Quellen einbeziehen, wenn Ihre Kunden mit Ihrem Unternehmen interagieren. Verfolgen Sie Identifizierungsmerkmale für Kunden, einschließlich E-Mails, Geräte und andere demografische Informationen.

Speichern Sie vollständige Profile für jeden Kunden

Daten müssen in einzelnen Profilen zusammengefasst werden, die Attribute und Demografien mit einem einzelnen Datensatz verknüpfen. Auf diese Weise können Agenten auf diesen vollständigen Informationsspeicher zugreifen und mehrere Geräte können mit einem Kunden verknüpft werden.

Richten Sie Messaging auf spezifische Segmente aus

Segmentieren Sie Kunden, die die Daten verwenden und teilen sie dieses Segment mit anderen Tools, einschließlich derer für E-Mails, Werbeanzeigen und Nachrichten. Mit diesen Tools können Sie Kampagnen optimieren sowie A/B-Tests durchführen und Kunden Empfehlungen geben.

Mit Zendesk Sunshine, unserer neuen offenen und flexiblen CRM-Plattform, können Unternehmen jetzt alle ihre Kundendaten verknüpfen und verstehen, egal, wo diese angesiedelt sind, und für ihre Geschäfte nutzen.

[Mit Zendesk Sunshine geht die Sonne auf](#)

02 Vereinfachen Sie mit Apps und Integrationen von Drittanbietern

Agenten berichteten, dass Zuverlässigkeit und einfache Verwendung die wichtigsten Eigenschaften einer Kundensupport-Lösung sind. Bieten Sie Ihren Agenten mit diesen Apps und Integrationen die Voraussetzungen für Erfolg.

[Apps herunterladen](#)

CRM-Plattformdaten



Segment

Verstehen Sie den gesamten Interaktionsverlauf Ihrer Kunden in Bezug auf Ihr Unternehmen.



Pendo

Erfahren Sie mehr über das Verhalten und Gefühl Ihrer Kunden in Bezug auf Apps.



Stella Connect

Sehen Sie das gesamte bisherige Feedback eines beliebigen Kunden.



Oomnitza

Verwenden Sie den Asset-Management-Chatbot für Anfragen von Mitarbeitern.

Workforce-Management



Tymeshift

Koordinieren Sie Zeiterfassung, Workforce-Management und Tools für die Zeitplanung von Agenten.

Agentenschulung



Lessonly

Bieten Sie Schulungssoftware an, damit Agenten sich das nötige Wissen aneignen.

Qualitätssicherung



MaestroQA

Sorgen Sie dafür, dass Agenten hochwertige Antworten bieten.

Kundenumfragen



SurveyMonkey und Survey Pal

Verfolgen Sie KPIs wie Kundenzufriedenheit und NPS, um die Leistung Ihres Teams abzuschätzen.



03 Integrieren Sie Daten mit APIs und angepassten Apps

Unternehmen, die ihre Supportleistungen mithilfe von APIs ausweiten und Datenquellen integrieren, haben Kunden, die 35 % weniger Zeit mit Warten auf Rückmeldung von Agenten verbringen und bearbeiten Anfragen um 21 % schneller. Gleichzeitig bearbeiten sie dreimal so viele Tickets wie ihre Mitbewerber.

Unternehmen können heute angepasste Apps mithilfe der Developer Tools, die Ihre IT-Organisation kennt und mag, einfach entwickeln. Teams, die über Zendesk verfügen, nutzen die [Custom Objects API](#), um einen neuen Objekttyp zu definieren. Bei einem angepassten Objekt kann es sich um alles Mögliche handeln wie beispielsweise Haushalte oder Kundenbesuche. Diese Information kann in Supporttickets leicht ergänzt werden.

Teams können angepasste Objekte auch in Integrationen oder mit dem Zendesk Apps-Framework nutzen, um bereits bestehende Zendesk Produkt-funktionen zu erweitern.

[Mit der Entwicklung angepasster Apps starten](#)

04 Nutzen Sie Software mit niedriger Total Cost of Ownership (TCO)

60 % der Agenten gaben an, dass die Agilität und Flexibilität ihrer Support-Software eine hohe Priorität darstellt.

Software mit niedriger TCO spart Zeit und Geld und ist gleichzeitig schnell und einfach einsatzfähig. Sie gewährleistet außerdem, dass Agenten und Administratoren sich darauf konzentrieren können, das bestmögliche Kundenerlebnis zu schaffen, anstatt sich mit schwerfälligen, veralteten Systemen und hohen versteckten Kosten aufzuhalten sowie von spezialisierten Administratoren abhängig zu sein.

Unternehmen sollten auf die Optimierung ihres Personals, ihrer Tools und Prozesse bedacht sein. Dies bedeutet Unterstützung der Agenten durch nutzerfreundliche Oberflächen und vereinfachte Workflows. Damit hängt auch die schnelle Integration von Informationen über den Kunden, die Anwendung neuer Apps, die Erweiterung des Support mit Tools, die neue Datenquellen verbinden, sowie das Onboarding neuer Agenten zusammen.

[Support bringt mehr Leistung für weniger Geld](#)

05 Kanäle einbetten, damit der Support zugänglicher wird

Unternehmen können das Web Widget und die Mobile SDK von Zendesk, betrieben von Zendesk Sunshine, nutzen, damit Ihre Entwickler sich nicht mit veralteter markeneigener Technologie auseinandersetzen müssen. Beide Kanäle machen den Zugriff auf den Support überall dort, wo Ihre Kunden mit Ihrem Unternehmen interagieren, einfacher, egal ob über Self-Service, E-Mail oder Chat.

Integrieren Sie Kundendaten schnell und ermöglichen Sie Ihren Agenten, über eine Ansicht zu sehen, wie der einzelne Kunde diese eingebetteten Kanälen über Zendesk nutzt.

Insbesondere die Integration von Self-Service führt zu besseren Ergebnissen. High-Performer machen es Kunden leicht, sich an allen Berührungspunkten selbst zu helfen. 67 % der High-Performer haben Self-Service in ihrem Web Widget oder in ihrer Mobile SDK aktiviert verglichen mit nur 49 % bei den Low Performern.

[Bieten Sie nahtlosen Support](#)

Der Plattformansatz von Reverb zur Individualisierung von Support



Seit 2013 macht Reverb den Kauf, Verkauf und das Lernen über Musikinstrumente leichter. Als Reverb 2015 Zendesk einführte, nutzte das Unternehmen die Software zunächst ohne Anpassungen.

„Wir wendeten Zendesk lange in seiner Standardversion an“, so Crawford Philleo, Manager Customer Engagement Operations. „Als wir dann unseren Betrieb expandierten, wurde es ganz klar, dass wir bei der erweiterten Nutzung einige Anpassungen vornehmen mussten.“

Reverb bedient mittlerweile 10 Millionen Nutzer pro Monat und erfordert eine zuverlässige Plattform, mittels derer das Unternehmen den einzelnen Kunden schnell versteht, indem Agenten zeitnahe und relevante Kundeninformationen zur Verfügung gestellt werden. Dazu nutzt das Unternehmen die Zendesk-API – Kundendaten aus den unternehmenseigenen Systemen werden in Zendesk angezeigt.

„Wir können unseren Agenten jetzt viele hilfreiche Informationen auf effizientere Art und Weise bieten: Kontostatus, welche Zahlungsmodalität der Kunde verwenden will, wie oft uns der Kunde auf der Seite besucht hat“, so Philleo. Damit wurde Reverb ermöglicht, persönlichen Support nach Bedarf zu bieten.

Beginnen Sie, proaktiv mit Kunden zu interagieren:

- 01** Verknüpfen Sie Datenquellen, um von Echtzeitinformationen über Kundenverhalten zu profitieren.
- 02** Finden Sie heraus, wo Kunden auf Probleme stoßen, und sprechen Sie die häufigsten Probleme an.
- 03** Dehnen Sie proaktive Interaktion auf weitere Herausforderungen aus, die Kunden begegnen.
- 04** Testen Sie Ihre Nachrichten, um zu verstehen, wie Sie das Kundenerlebnis verbessern können.
- 05** Optimieren Sie Ihre Nachrichten im Laufe der Zeit mithilfe des etablierten Testframeworks.

01 Verknüpfen Sie Datenquellen, um Kundenverhalten zu verstehen

Die meisten Kunden möchten, dass Supportteams ihre Daten verfolgen, besonders wenn es um kürzliche Interaktionen mit dem Unternehmen geht.

Richten Sie Ihre Datenplattform so ein, dass wichtige Ereignisse der Customer Journey nachverfolgt werden, und nutzen Sie Drittanbieter-Apps und Integrationen, um Supportagenten Zugang zum vollständigen Kundenkontext zu verschaffen.

Mit Zendesk Connect können Sie per CSV-Import oder über eine Integration mit unserer API Daten zu Ihrer Supportlösung hinzufügen.

[Datenquellen jetzt integrieren](#)

02 Finden Sie heraus, wo Kunden auf Probleme stoßen

Zwei Drittel der Agenten geben an, dass sie Kunden proaktiv ansprechen. Allerdings geschieht dies wahrscheinlich manuell und führt zu einer Überlastung des Supportteams.

Sehen Sie sich mithilfe der verknüpften Datenverfolgung an, wo Kunden das Interesse an Produkten verlieren, womit Agenten die meiste Zeit verbringen und wo potenzielle Umsätze verloren gehen. Gewinnen Sie ein Verständnis dafür, wie sich Kunden durch das Onboarding bewegen, welche Anfragen am häufigsten vorkommen und welche Geschäftsbereiche werthaltige Aktionen wie Stornierungen, Produktrückgaben oder Warenkorbabbrüche steuern.

Mit diesen Informationen können Sie auslöserbasierte Kampagnen erstellen, um mit Kunden genau zu dem Zeitpunkt zu kommunizieren, an dem ein Problem auftritt.

[Auslöserbasierte Kampagnen einrichten](#)

03 Stimmen Sie die Nachrichten auf die Customer Journey ab

90 % der Kunden sagen, dass sie Unternehmen, die bei möglichen Problemen proaktiv auf sie zugehen, entweder mit Wohlwollen oder neutral begegnen.

Hier einige Beispiele für Ereignisse, bei denen Ihr Team gezielte Nachrichten an Kunden versenden kann, die vor einer Problemsituation stehen:

- **Onboarding:** Ein Kunde hat ein Konto, aber kein Profil erstellt.
- **Ankündigung einer neuen Funktion:** Ein Stammkunde könnte Interesse an Ihrer neuesten Produktfunktion haben.
- **Warenkorbabbruch:** Ein Kunde hat ein Produkt zu seinem Warenkorb hinzugefügt, es aber nicht gekauft.
- **Kundenbindung:** Ein Kunde hat sein Konto oder Abonnement gekündigt.

[Proaktive Interaktion erweitern](#)

04 Testen Sie Ihre Nachrichten mit einer programm-gesteuerten Software

Richten Sie Zielereignisse, A/B-Tests und Kontrollgruppen ein, um Ihre proaktiven Interaktionsstrategien zum Nachrichtenversand an alle bzw. zum auslöser-basierten Versand besser zu verstehen und abzugleichen.

Der Ausbau eines robusten Nachrichten- und Testframeworks mittels einer Softwarelösung verschafft Agenten mehr Zeit zur Klärung komplizierterer Probleme und gibt Kunden Antworten auf wichtige Fragen, bevor sie sich damit an den Support wenden müssen.

[Ihr Testframework ausbauen](#)

05 Optimieren Sie Ihre Nachrichten nachhaltig

80 % der Kunden befürworten oder sind neutral gegenüber Mitteilungen eingestellt, die zu Bestellungen, Unternehmensnachrichten, zum Vertrieb, zu Antworten auf Fragen und Produkttipps versendet werden. Und Studien haben ergeben, dass sich durch proaktive Interaktion die Kundenbindung langfristig stärken lässt: Laut einem Bericht von Enkata kann ein proaktiver Support die Kundenbindung um 3–5 % steigern.

Ausgehend von einem einfachen Ansatz können Sie Ihre Nachrichten mithilfe Ihres Testframeworks im Laufe der Zeit optimieren, die Treue und Zufriedenheit der Kunden verbessern und Ihre Umsätze maximieren.

Auch wenn Verbraucher an Neuigkeiten zu ihrer Bestellung und an bevorstehenden Verkaufsaktionen das größte Interesse haben, müssen Sie dort nicht Halt machen. Proaktive Interaktion kann viele Formen annehmen – sei es eine SMS, die den Kunden über einen verspäteten Flug informiert, eine E-Mail-Bekanntmachung zu einer neuen Kleiderkollektion oder ein Anruf bezüglich einer abgelehnten Kreditkarte. All das stärkt die Beziehung zu Ihren Kunden.

[Ihre Strategie optimieren](#)

Freshlys proaktiver Support hält die Kunden bei der Stange



Freshly, ein Unternehmen, das Abonnenten gesunde Mahlzeiten direkt an die Haustür liefert, hat erkannt, dass proaktiver Kundensupport das Kundenerlebnis abheben und zum Geschäftswachstum beitragen kann.

Zu dieser Erkenntnis kam das Führungsteam von Freshly, indem es eine verbreitete Annahme in Frage stellte: dass Supportteams Konversationen so kurz wie möglich halten sollten. Das Unternehmen verwendet Zendesk Connect, um beim Stornierungsprozess automatisch mit Kunden in Kontakt zu treten und zu erfahren, welche Probleme auftreten und wie Freshly helfen kann.

Im Moment der Abwanderung ordnete Freshly Kunden basierend auf ihrem Stornierungsgrund in Gruppen ein, wodurch Agenten fruchtbarere Konversationen führen konnten. Freshly nutzte die Erkenntnisse aus diesen Experimenten zur Verbesserung seiner Produkte und seiner Marketingstrategie.

„Zendesk Connect liefert unserem Team wertvolle Einblicke dazu, welche Informationen Kunden von uns benötigen und erwarten“, so Colin Crowley, VP of Customer Experience bei Freshly. „Wir können uns daher darauf konzentrieren, den Kunden von Freshly großartige Kundenerlebnisse zu bieten und unsere Beziehung zu ihnen zu vertiefen, was letztlich zu einer Steigerung der Kundenbindung führt.“

Überlassen Sie Bots die einfachen Aufgaben:

- 01** Bauen Sie das Self-Service-Angebot Ihres Teams aus.
- 02** Achten Sie darauf, die richtigen Metriken zu verfolgen, die auch AI berücksichtigen.
- 03** Nutzen Sie den Answer Bot, um wiederkehrende Anfragen zu beantworten, während sich Agenten komplexeren Themen zuwenden können.
- 04** Ermutigen Sie Agenten dazu, Help-Center-Inhalte zu erstellen und zu erweitern.
- 05** Integrieren Sie AI-basierten Self-Service in Echtzeitkanäle wie Chats und leiten Sie mehr Tickets an AI weiter.

01 Bauen Sie Ihr Self-Service-Angebot aus

Der erste Schritt zu einer erfolgreichen Nutzung von AI ist das Erstellen einer gut gepflegten Wissensdatenbank. Wir empfehlen dazu einen agilen Ansatz, bei dem Sie Datenbankinhalte im Laufe der Zeit kontinuierlich hinzufügen können.

Die obersten fünf Help-Center-Artikel eines Unternehmens machen ca. 40 % aller täglichen Aufrufe aus. Sie sollten daher zunächst die häufigsten Fragen beantworten und dann mit weniger offensichtlichen Fragen und Antworten fortfahren. Bauen Sie dann die Kategorien aus, wobei Sie jeweils mit den beliebtesten Inhalten beginnen.

Sehen Sie sich das [Info-Feld](#) von Zendesk an, um zu erfahren, zu welchen Themen Kunden am häufigsten Informationen suchen, und entscheiden Sie dann, was Sie als Erstes behandeln.

[Ihr Help Center erweitern](#)

02 Denken Sie Metriken neu

Für viele Unternehmen sind die Hauptmetriken noch immer die Anzahl der vermiedenen Tickets und die Zeit bis zur Ticketlösung. Diese Werte sollten auch weiterhin verfolgt werden.

Je nachdem, wie Sie AI für sich nutzen, können diese Metriken jedoch trügerisch sein. Eine erhöhte Anzahl einfacher Tickets, die durch AI vermieden werden, könnte die Lösungszeiten verlängern, da Agenten mehr Zeit mit komplexen Problemen verbringen.

Da sich Kunden zunehmend per Self-Service informieren, werden Interaktionsmetriken wie Absprungrate und Seitenaufrufe wesentlich relevanter. Damit Ihre Agenten und Ihr Help Center beim Kundensupport konstruktiv zusammenarbeiten können, ist es zielführender zu wissen, welche Self-Service-Inhalte ankommen und wo es Lücken gibt.

[Mehr über wichtige Metriken erfahren](#)

03 Profitieren Sie vom Answer Bot

20 % ihrer Arbeitszeit verbringen Agenten mit der Suche nach Informationen zu Kundenproblemen und 68 % der Agenten sind zufriedener, wenn sie Kunden bei komplexen Problemen helfen konnten. AI kann bei richtiger Implementierung Informationslücken des Kundensupportteams füllen und Arbeitsabläufe insgesamt effizienter machen.

Fangen wir an beim Answer Bot, einem virtuellen Assistenten, der Kundenfragen automatisch mit Help-Center-Artikeln beantwortet. Der Answer Bot bearbeitet wiederkehrende Anfragen und gibt Agenten Zeit für komplexere Aufgaben zurück. Sobald ein Kunde ein Ticket erstellt hat, entscheidet AI, welche Artikel am relevantesten sind, und präsentiert diese dem Kunden.

Mithilfe von Deep-Learning- und Natural-Language-Processing-Technologien lernt der Answer Bot ständig dazu, indem er sich Vorschläge merkt, die Anfragen schnell lösen konnten, und die Bereitstellung von Inhalten entsprechend optimiert.

[Answer Bot jetzt einrichten](#)

04 Achten Sie darauf, dass Ihr Inhalt die Sprache der Kunden spricht

Supportteams können maschinelles Lernen nutzen, um Lücken in den Wissensinhalten aufzuspüren und auf Vorschläge zuzugreifen, welche Artikel basierend auf eingehenden Tickets erstellt oder aktualisiert werden sollten.

Die im Rahmen des Guide Enterprise-Plans verfügbare AI-basierte [Funktion „Content Cues“](#) von Zendesk hilft Content Managern dabei, ihre Inhalte mit dem Bedarf ihrer Kunden abzustimmen. Content Cues macht auf Informationen aufmerksam, die Kunden benötigen, indem ähnliche Tickets und die darin verwendete Ausdrucksweise des Kunden gesammelt werden.

So kann Content Cues Agenten Inhalte basierend auf der im Ticket verwendeten Wortwahl vorschlagen und Agenten können relevantere Artikel erstellen. Die Funktion macht Inhalte über ein Bearbeitungstool zudem leichter zugänglich, das durchsuchbare Stichwörter automatisch in den Artikel einfügt, um Kunden die Suche nach verwandten Artikeln zu erleichtern.

[Mehr über Content Cues erfahren](#)

05 Integrieren Sie AI-basierten Self-Service in alle Kanäle

Answer Bot-Kunden können AI jetzt in ihre Apps, in einen Web Widget und in Slack-Konversationen integrieren, sowie über unsere flexible API in verschiedene benutzerdefinierte Messaging-Kanäle.

Die Integration von Answer Bot in diese Kanäle bringt das Beste aus beiden Welten zusammen. Kunden erhalten in einer einzigen Interaktion Antwort auf einfache Tickets, während komplexere Probleme automatisch an den regulären Supportmechanismus des Kanals weitergeleitet werden.

Ein Beispiel: Der Answer Bot auf Slack antwortet auf Fragen, indem er einen Thread startet, und stellt so auf unaufdringliche, transparente Weise Echtzeitsupport bereit.

[Automatisierten Support erweitern](#)

Wie Dollar Shave Club Kundensupport mit dem Answer Bot beschleunigt



2011 war Dollar Shave Club einer der ersten Abonnementdienste für Verbraucher. Das Unternehmen liefert Mitgliedern kostengünstige Rasierer jeden Monat direkt an die Haustür. Seitdem ist Dollar Shave Club kontinuierlich – rasant – gewachsen. 2016 wurde das Unternehmen für 1 Milliarde US-Dollar von Unilever übernommen.

Rasanten Wachstum bedeutete mehr Anfragen und das Unternehmen suchte nach einer Möglichkeit, Antworten auf häufig gestellte Fragen zu automatisieren. Fragen wie: „Wie kündige ich mein Konto?“ oder „Wie lege ich mein Konto vorübergehend still?“ Also versuchten sie es mit Zendesk Answer Bot.

„Wir wollten diese Art von Tickets vermeiden und mit unseren Mitgliedern bedeutsamere, beratende Konversationen führen“, berichtet Trent Hoerman, Senior Program Manager bei Dollar Shave Club. „Bis jetzt löst er zwischen 12 und 16 % aller eingehenden Tickets.“

Ein besonderer Erfolg ist, dass die Kundenzufriedenheitswerte konstant hoch geblieben sind. „Unsere Umfrageergebnisse zeigen, dass unsere Mitglieder Self-Service schätzen“, so Hoerman weiter. „Unsere Kundenzufriedenheitsbewertung liegt seit wir Answer Bot verwenden konstant bei 94–96 %. Das sind für uns tolle Nachrichten.“

Was noch besser ist? Dollar Shave Club musste seit dem Einsatz von Answer Bot an keinem seiner Standorte neue Mitarbeiter einstellen.

Eine gute Teamkultur und erstklassige Tools sind die Grundlage:

- 01** Schaffen Sie ein kooperatives Arbeitsklima, in dem Agenten zufrieden und motiviert bleiben.
- 02** Nutzen Sie ein vordefiniertes Analysetool, um die Leistung Ihres Teams zu messen und zu optimieren.
- 03** Investieren Sie in die richtigen Tools, mit denen Agenten erfolgreich sein und Kontextwechsel vermeiden können.
- 04** Straffen Sie Workflows, um Agenten die Arbeit zu erleichtern.
- 05** Achten Sie auf die richtigen Metriken zur Bewertung Ihres Supportteams, um Zusammenarbeit zu fördern.

01 Schaffen Sie eine großartige Teamkultur

In den ersten vier Jahren seiner Unternehmenszugehörigkeit kommt jedes zusätzliche Jahr eines Agenten interaktionsübergreifend einer Steigerung der Kundenzufriedenheitswerte um 2,3 % gleich. So fangen Sie damit an:

- **Legen Sie umsetzbare, realistische Ziele fest.** Gewöhnen Sie sich an, täglich und wöchentlich erreichbare Ziele für Ihr Team festzulegen. Zielvorgaben helfen Agenten zu verstehen, was von ihnen erwartet wird und wie sie Erwartungen übertreffen können.
- **Wählen Sie Prämien sorgsam aus.** Anstatt eines geldprämierten- oder spaßbasierten Belohnungssystems für Agenten sollten Sie Richtlinien aufstellen, wie häufig Sie Teammitglieder anerkennen wollen, und diese auf die Gesamtziele ausrichten. Achten Sie darauf, dass Manager Leistungen zeitnah anerkennen, wie ein schwieriges Telefonat oder eine anspruchsvolle Zusammenarbeit, um ein komplexes Ticket zu lösen.
- **Motivieren Sie Ihr Team mit Events.** Bieten Sie Gelegenheiten, sich zu beteiligen, einschließlich Reisen und Aktivitäten außerhalb des Büros, bei denen sich Mitarbeiter austauschen, neue Fähigkeiten erwerben und vernetzen können.

[Ihre Teamkultur verbessern](#)

02 Nutzen Sie ein vordefiniertes Analysetool

Wer sich auf Statistiken stützt, erzielt bessere Ergebnisse. Unternehmen, die Zendesk Explore besonders umfassend nutzen, antworten 44 % schneller auf Kundenanfragen und verkürzen die Wartezeiten der Kunden um 60 %. Nutzen Sie Dashboards für drei Arten von Analysen:

Deskriptiv:

Deskriptive Analysen helfen Ihnen, Trends zu verstehen, indem Echtzeitmetriken wie Kundenzufriedenheit, Zeit bis zur ersten Reaktion und die durchschnittliche Bearbeitungszeit verfolgt werden.

Prädiktiv:

Analysen sollten dabei helfen, Ergebnisse vorherzusagen. Die Zufriedenheitsprognose von Zendesk ermöglicht es Ihrem Team beispielsweise, negative Kundenbewertungen vorherzusagen und abzuwenden.

Präskriptiv:

Präskriptive Analysen sind der neueste Trend. Dabei helfen AI-basierte Tools Ihrem Team, Ziele und Auswirkungen zu verstehen, und sprechen Empfehlungen für zielgerichtete Maßnahmen aus.

[Mit Zendesk Explore tiefer vordringen](#)

03 Investieren Sie in einen vollständigen Kundenkontext

Diese Tools für Agenten sind für Workflows und Zusammenarbeit wichtig.

[Apps herunterladen](#)

Kundenkontext



Konditionale Felder

Anpassbare Ticketfelder bieten Agenten und Kunden noch mehr Komfort.



Die letzten fünf Tickets

Liefert mehr Kontext zu den letzten Supportanfragen eines Kunden.



Benutzerdaten

Verschafft dem Agenten ein Gesamtbild des Kunden.

Produktivität



App „Agentenbenachrichtigung“

Einfacher Nachrichtenversand an einzelne oder alle Ihre Agenten.



Pathfinder

Zeigt dem Agenten an, welche Artikel und Community-Beiträge ein Kunde gelesen hat.



Zeiterfassung

Bietet Informationen zu Kundenanfragen und der Dauer ihrer Bearbeitung.

Wissen und Content



Antwortvorschläge

Weist den Agenten auf relevante Beiträge hin, die er dem Ticket hinzufügen kann.

04 Straffen Sie Agenten-Workflows mit Automatisierungen und Auslösern

Auf Zendesk nutzen Teams Makros, um Standardantworten auf Tickets zu erstellen, die Agenten dann nach Bedarf einsetzen können. Makros dienen auch der Aktualisierung von Tickets, ohne dass der Anfragende benachrichtigt wird. Beispielsweise könnten Sie Kunden eine vorgefertigte Antwort schicken, wenn Ihr Dienst gerade offline ist.

Konditionale und aktionsbasierte Auslöser können Ticketeigenschaften automatisch ändern oder Kunden benachrichtigen. Sie sind nützlich, um Kunden außerhalb der Geschäftszeiten oder im Urlaub eine automatische Antwort zukommen zu lassen oder Prioritätskunden an eine spezialisierte Supportgruppe weiterzuleiten.

[Agenten-Workflows straffen](#)

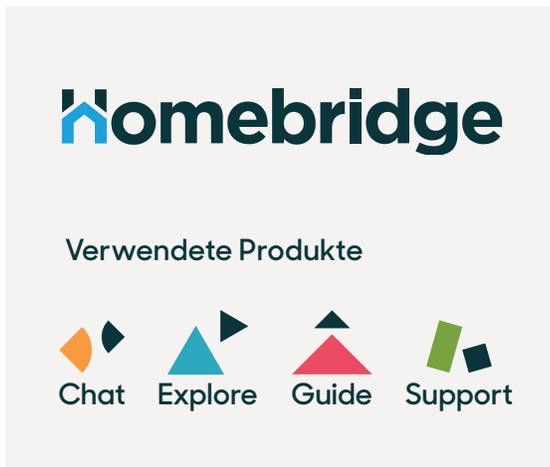
05 Richten Sie die Metriken auf ihre Geschäftsziele aus

Das bedeutet, neben der Teamleistung und Effizienz auch Kundenbeziehungsmetriken zu verfolgen. Feedback aus sozialen Medien und Umfragen zur Kundenabwanderung sind tolle Möglichkeiten, die Zufriedenheit der Kunden zu messen. Auch der Customer Effort Score (CES) und der Anteil der in einer einzigen Interaktion gelösten Tickets geben Aufschluss darüber, wie der Aufwand für den Kunden reduziert werden kann.

Gehen Sie über transaktionsbezogene Metriken hinaus, um die Zusammenarbeit zwischen Agenten zu fördern und abzubilden, wie Agenten einander unterstützen. Dazu sollten Sie auch die geleistete Hilfestellung der Agenten verfolgen und quantifizieren, wie gut Agenten zusammenarbeiten, um die Leistung des gesamten Teams zu verbessern.

[Wichtige Metriken aufspüren](#)

Wie Homebridge mit Zendesk die Teamarbeit fördert



Als einer der größten privaten Hypothekengeber in den Vereinigten Staaten beschäftigt Homebridge über 3.000 Mitarbeiter in mehr als 250 Filialen. Das Unternehmen begann damit, Zendesk im Kundenservice einzusetzen, und dehnte die Anwendung bald auf neun weitere Abteilungen aus.

Ehe die Wahl auf Zendesk fiel, versuchte Homebridge, Kundenanfragen per E-Mail zu bearbeiten, was sich allerdings als Fiasko erwies: Gerade bei Finanzierungsprozessen ist die genaue Verfolgung von Konversationen, Dokumenten und Input von Versicherungsträgern extrem wichtig.

„Jeder verwendete Gruppenpostfächer in Outlook und dachte ... es muss doch einen besseren Weg geben“, so Ben Chapman, Director of Client Facing Experience & Analytics bei Homebridge.

Als Chapman von einem Homebridge-Team nach dem anderen Feedback einholte, machte die Idee von Zendesk die Runde, und jeder vom Account Executive bis zum Partner hatte Positives zu berichten. Inzwischen arbeiten bei Homebridge die Abteilungen Marketing, HR, Compliance, Operations und Customer Success mit Zendesk Support, Guide und Chat, um Kundenanfragen per Telefon, E-Mail und Chat zu betreuen und Self-Service zu bieten. Sogar die Personalabteilung hat begonnen, die Plattform zu nutzen.

Die verbesserte Sichtbarkeit sowie das Vertrauen des Unternehmens auf Echtzeitanalysen haben dem Homebridge dabei geholfen, Kreditverträge schneller abzuschließen.

„Mit Zendesk Explore können wir genau verfolgen, wo es möglicherweise Lücken gibt und wo Kollegen mit der Arbeit hinterherhinken. Auf diese Weise können wir gezielt eingreifen“, sagt Chapman.

Bleiben Sie informiert

[Erfahren Sie mehr](#) über die Top-Trends im Kundensupport und vergleichen Sie, wie gut Ihr Team aufgestellt ist.