

Erstellung optimaler Self-Service-Inhalte durch Einbindung des gesamten Teams



Um ein optimales Self-Service-Erlebnis für Kunden zu schaffen, brauchen Sie relevante Inhalte, die die Fragen Ihrer Kunden beantworten und ihre Probleme lösen. Hierzu sind zwei Dinge erforderlich: Personen, die die Beiträge schreiben, und einen Prozess zur Überprüfung der Inhalte, um sicherzustellen, dass das richtige Material veröffentlicht wird.

Das ist keine einfache Aufgabe, aber sie lässt sich durchaus bewältigen, wenn das gesamte Team mithilft. In diesem Whitepaper erfahren Sie, wie Sie dies erreichen können.

Wie Gartner im Bericht [Knowledge Management Will Transform CRM Customer Service](#) so zutreffend sagt, ist es „das Ziel einer Wissensmanagement-Strategie, so viele Personen wie möglich an der Erstellung und Nutzung von relevantem Wissen teilhaben zu lassen.“ Es reicht aber nicht aus, das gesamte Team in die Erstellung von Inhalten einzubinden. Sie brauchen auch einen effektiven Prozess, um sicherzustellen, dass nur die richtigen Inhalte veröffentlicht werden. Laut Gartner kann dieser Aspekt „äußerst komplex sein, da es nicht nur einen, sondern zahlreiche Wissensmanagement-Prozesse geben kann.“ Mit der Team-Publishing-Funktionalität im Zendesk Guide Enterprise-Plan können große Teams Prozesse einrichten, gemeinsam an der Erstellung von Inhalten arbeiten und Wissen intern, extern und markenübergreifend managen.

Überprüfungs- und Veröffentlichungsprozess einrichten

Wenn Sie sich die Supportorganisation als Wissensorganisation vorstellen, sind Sie dem Ziel, ein hervorragendes Self-Service-Angebot zu schaffen, schon einen großen Schritt näher gekommen. Self-Service hängt von der Erstellung und Aktualisierung von Inhalten – und der eventuellen Entfernung veralteter Themen – ab. Wir nennen dies **Lifecycle-Management für Beiträge** und bieten unterschiedliche Tools, die diesen Prozess erleichtern. Bevor wir näher auf diese Tools eingehen, machen wir Sie mit einschlägigen Praktiken vertraut, die Ihnen helfen, optimale Inhalte zu erstellen.

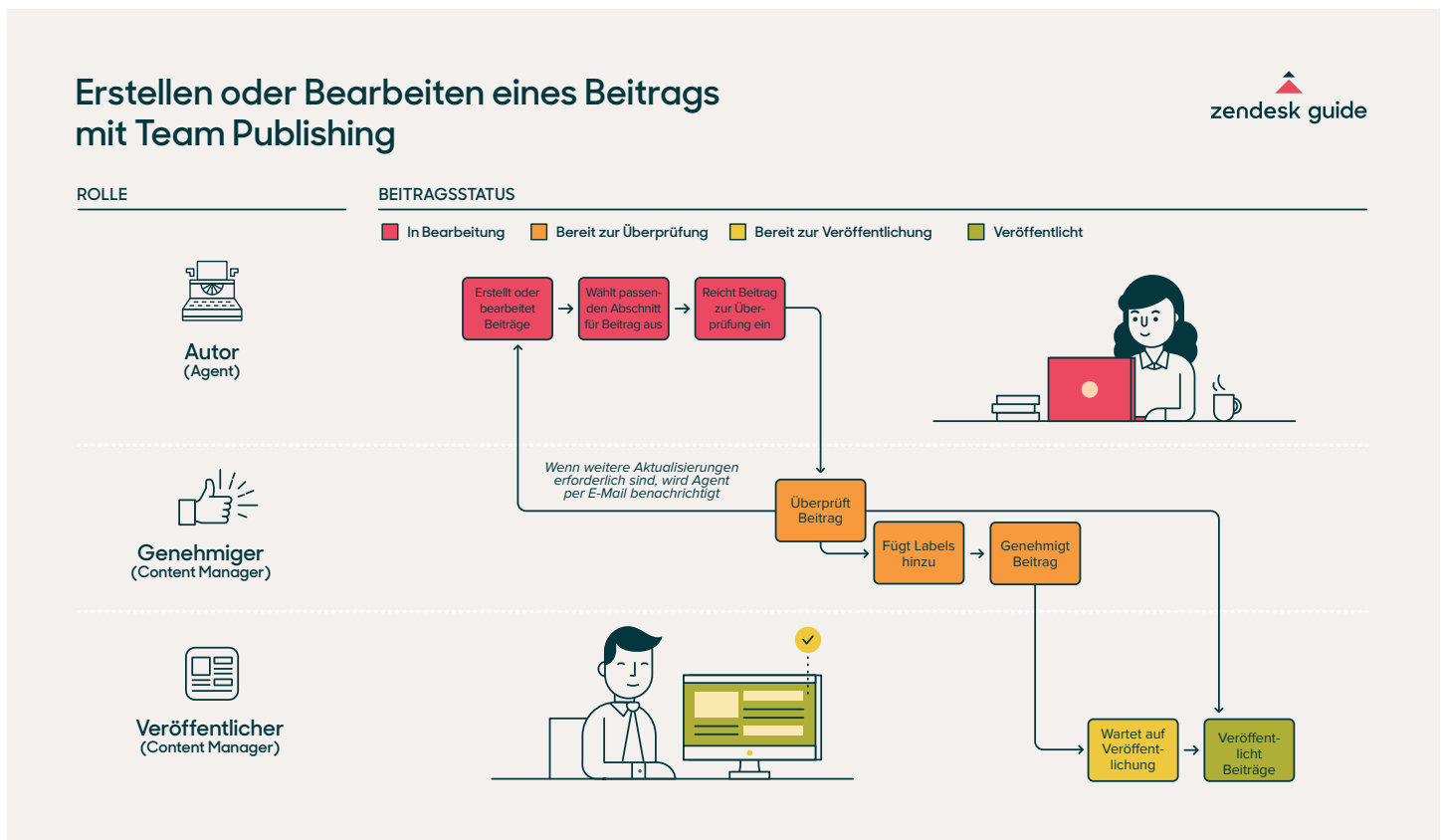
Kurz, einfach und prägnant

Ein Beitrag sollte nicht schwer zu schreiben – oder zu lesen – sein. Oft reichen schon einige Sätze aus. Statt einen langen Einzelbeitrag zu erstellen, ist es besser, das Thema in Unterthemen aufzuteilen und mehrere kürzere Beiträge zu schreiben. Die effektivsten Beiträge enthalten eine kurze und prägnante Antwort auf eine ganz bestimmte Frage und halten sich eng an das jeweilige Thema. Dieses Kurzformat sorgt auch für genauere Suchergebnisse. Lange Einleitungen, allgemeine Beschreibungen der Unternehmenstätigkeit und abgedroschene Floskeln, wie toll eine Marke ist, führen zum Frust beim Kunden und erschweren die Suche. Deshalb lautet die Faustregel: kurz, einfach und prägnant.

Beiträge in einer für Kunden verständlichen Sprache schreiben

Wenn Sie zur Beschreibung von Produkten und Services Fachjargon verwenden, den Kunden nicht verstehen, können sie die gewünschten Informationen nicht finden und ihr Problem auch nicht lösen. Verwenden Sie deshalb in allen Self-Service-Beiträgen [eine für Kunden vertraute Sprache und einen für sie verständlichen Stil](#), statt sich stur an die Stilvorgaben Ihrer Marke zu halten. Wenn Sie von einer „Betriebsunterbrechung“ sprechen, Kunden aber viel öfter das Wort „Ausfall“ verwenden, sollten Sie im Beitrag ebenfalls „Ausfall“ sagen. So findet ein Kunde, der nach „Ausfall“ sucht, die entsprechende Antwort und kann sein Problem hoffentlich selbst lösen.

Sobald Sie wissen, welches Format und welche Sprache für Ihr Help-Center-Material am besten geeignet ist, können Sie Ihre Supportagenten in die Erstellung der entsprechenden Beiträge einbeziehen. Neue Inhalte – auch Beiträge, die über unsere App [Knowledge Capture](#) erstellt werden – laufen in einem Lifecycle-Workflow namens **Team Publishing** zusammen, der die Erstellung und Veröffentlichung von Inhalten vereinfacht. Dieses Diagramm veranschaulicht den Ablauf:



Agenten zur Mitwirkung anregen

Manche Agenten fühlen sich beim Gedanken, Hilfeinhalte zu schreiben, anfänglich vielleicht überfordert. Aber jeder Agent kennt sich auf mindestens einem Gebiet hervorragend aus und beantwortet ständig diesbezügliche Fragen. Das ist ein guter Ausgangspunkt. Um den Prozess zum Laufen zu bringen, ist es gut, eine bestimmte Anzahl von Beiträgen pro Tag oder Woche vorzugeben. Unsere App „Knowledge Capture“ macht es einfach. Damit können Agenten mühelos Inhalte markieren, die verbessert werden sollten, und neue Beiträge erstellen – während sie Tickets von Kunden bearbeiten. Wenn der Erstellungsprozess dann einmal läuft, können Sie sich eher auf die sprachliche Qualität konzentrieren. Im Lauf der Zeit erkennen Sie automatisch, welche Ihrer Agenten sich in welchem Bereich besonders gut auskennen und welche von ihnen redaktionelle Fähigkeiten haben. Mit der Team-Publishing-Funktionalität in Guide Enterprise können Sie immer die richtigen Teammitglieder mit der Erstellung von Inhalten zu ihrem Spezialgebiet beauftragen und ihnen in einer Notiz genau sagen, was zu tun ist.

Prozess zur Überprüfung von Inhalten einrichten

Mit Team Publishing ist es denkbar einfach, Inhalte zu erstellen und zu veröffentlichen. Nachdem ein Agent einen existierenden Beitrag aktualisiert oder einen neuen erstellt hat, kann er diesen zur Überprüfung einreichen. Der Content Manager sieht den Status eines Beitrags im jeweiligen Workflow: „In Bearbeitung“, „Bereit zur Überprüfung“, „Bereit zur Veröffentlichung“ oder „Veröffentlicht“. Wenn weitere Änderungen erforderlich sind, kann der Content Manager den Beitrag an den Agenten zurücksenden. Wenn der Beitrag veröffentlichungsreif ist, kann der Content Manager aussagekräftige Labels hinzufügen, um den Beitrag zu kategorisieren, und ihn dann genehmigen. Je nachdem, wie viele Überprüfungen Sie brauchen, kann ein und derselbe Content Manager Beiträge genehmigen und veröffentlichen. Sie können die Veröffentlichungsberechtigung auch auf bestimmte Agenten beschränken, die dann die endgültige Entscheidung treffen, was veröffentlicht wird und was nicht.

Beiträge so schnell wie möglich veröffentlichen

In vielen Unternehmen ist der Prozess zum Erstellen und Veröffentlichen von Inhalten umständlicher und langwieriger als die Gewinnung von Uran. Wie viel Kontrolle über Inhalte wirklich nötig ist, variiert von Branche zu Branche. Aber fragen Sie sich trotzdem: Wie kann ich den Genehmigungsprozess auf das absolut erforderliche Mindestmaß reduzieren? Bauen Sie die Hindernisse ab, die dem Schreiben und Veröffentlichen von Inhalten im Weg stehen. Mit den in Team Publishing verfügbaren Workflows für die Zuweisung, Überprüfung, Genehmigung und Veröffentlichung können Sie die Inhaltserstellung vereinfachen, damit die richtigen Informationen Kunden so schnell wie möglich zur Verfügung stehen.

Der Prozess zum Erstellen, Aktualisieren und Entfernen von Inhalten ist unabdingbar zur Schaffung eines hochwertigen Self-Service-Erlebnisses, das kontinuierlich verbessert wird. Mit Team Publishing, einem von mehreren interessanten Features in unserem neuen Guide Enterprise-Plan, können Sie Ihren eigenen Content-Prozess in Gang setzen.