

Wie Sie Ihr Contact Center mit der Cloud und KI modernisieren können

Die dringende Notwendigkeit, das Servicepersonal besser zu unterstützen, schafft auch enorme Möglichkeiten, das Kundenerlebnis zu verbessern, die Produktivität der Mitarbeitenden zu steigern und die betriebliche Effizienz zu erhöhen.



Zusammenfassung

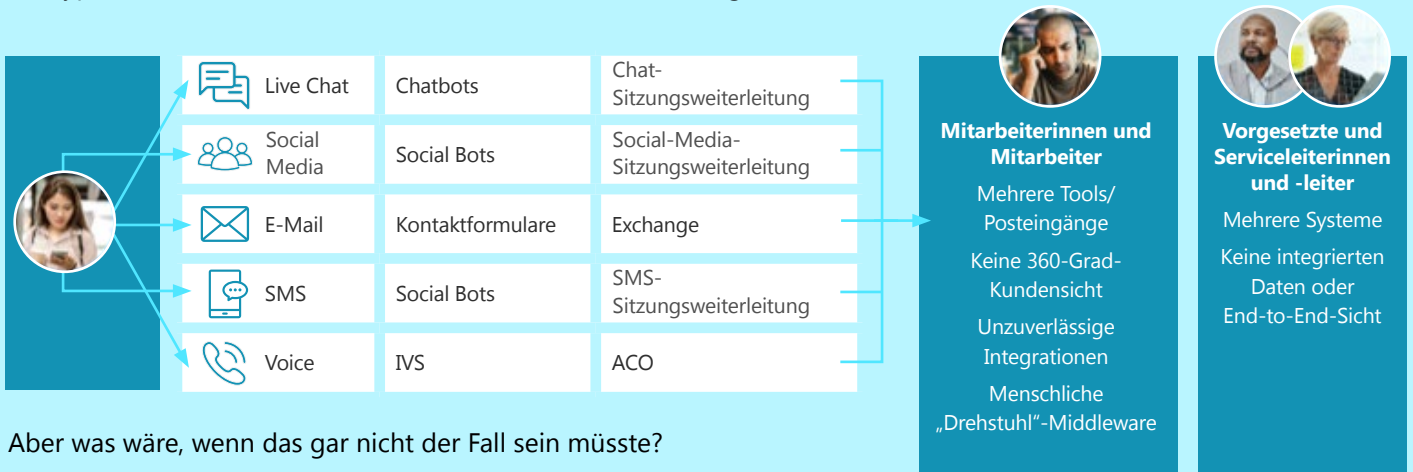
Kontaktcenter spielen eine wichtige, wirtschaftliche Rolle, da sie ein breites Spektrum an Dienstleistungen und Handelsaktivitäten ermöglichen. Sie sind heute auch ein integraler Bestandteil des modernen Markenauftritts und des digitalen Erlebnisses. Während der weltweiten Pandemie ist das Online-Shopping stark angestiegen. Diese Aktivität macht jedoch nur einen Bruchteil des kommerziellen Wertes aus, den Kontaktcenter als wichtige Schnittstelle zwischen Unternehmen und ihrer aktuellen und potenziellen Kundschaft bieten. Doch für viele Verbraucherinnen und Verbraucher – und auch für die Mitarbeitenden in den Kontaktcentern – ist die Servicequalität jedoch mangelhaft. Die Kundschaft erlebt inkonsistente und frustrierende Erfahrungen, während sie in langen Warteschleifen, mehrfachen Weiterleitungen und unbefriedigenden Lösungen verharret, obwohl **96 %** der Kundschaft Sie wegen eines schlechten Kundenservices verlässt. Servicemitarbeitende kämpfen mit eingeschränkten Sichten auf Kundeninformationen, sich wiederholenden manuellen Aufgaben und dem Jonglieren mit mehreren veralteten Anwendungen und

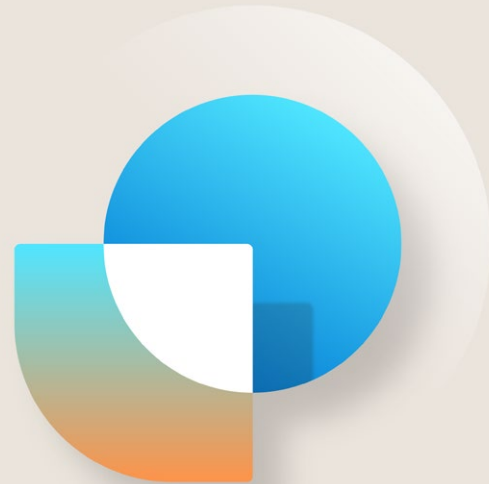
Tools. Gleichzeitig stehen Unternehmen unter enormen Druck, Kosten zu minimieren und effizient zu bleiben, während sie gleichzeitig innovative Serviceleistungen anbieten müssen, um die Konkurrenz zu übertreffen. Schlechter Service ist jedoch nie nur auf Produkt- oder Talentprobleme zurückzuführen – es ist ein systemisches Problem, das aus einer fragmentierten Infrastruktur resultiert. Schlechter Service ist die Norm, weil fragmentierte Kontaktcenter die Norm sind. Die meisten Kontaktcenter in Großbritannien wurden im Laufe der Zeit so aufgebaut, dass verschiedene Systeme und Komponenten von mehreren Anbietern einzeln ausgewählt und nach und nach zusammengefügt wurden. Jüngsten Schätzungen zufolge haben nur **11 %** der europäischen Kontaktcenter Cloud-Lösungen vollständig übernommen, während **46 %** noch immer in ihren Räumlichkeiten verankert sind.

Hinweis: Die in diesem E-Book genannten Zahlen basieren, wenn nicht anders gekennzeichnet, auf einer Umfrage, die in Großbritannien durchgeführt wurde.

Warum sind schlechte Serviceerfahrungen so weit verbreitet?

Die typische Infrastruktur von Kontaktcentern führt zu Reibungsverlusten:



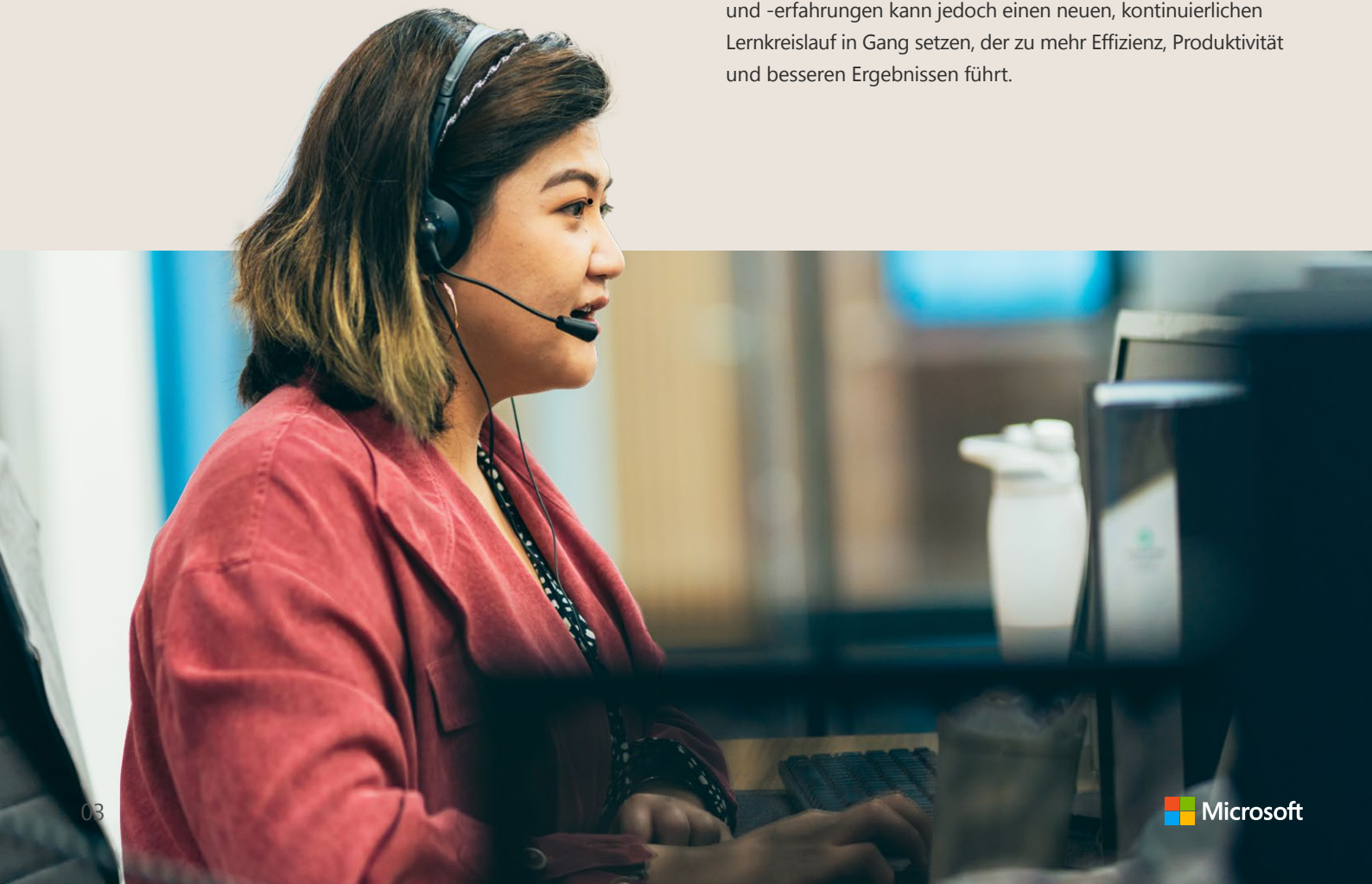


Wir stellen vor: KI-unterstützte Kontaktcenter als Dienstleistung (CCaaS)

Microsoft unterstützt seine Kundschaft mit einer eigenständigen Lösung für „Contact Center as a Service“ (CCaaS) beim Aufbau und der Pflege moderner Kontaktcenter, die einen reibungslosen Service und ein skalierbares, zukunftsorientiertes Geschäftsmodell ermöglichen.

CCaaS ist eine in der Cloud gehostete Kontaktcenter-Lösung, die die Interaktion zwischen Unternehmen und Verbraucherinnen und Verbrauchern oder zwischen Unternehmen und Mitarbeitenden durch Kommunikationskanäle von Drittanbietern, Routing-Funktionen, Tools für Service-Agenten und Tools für die Betriebsverwaltung erleichtert.

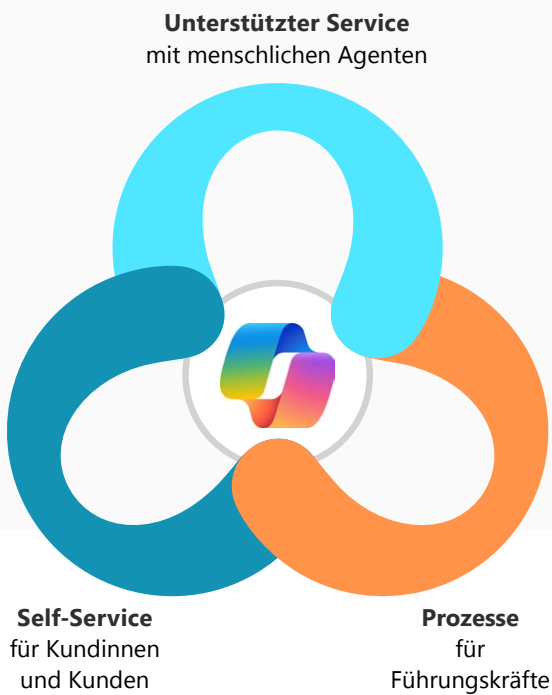
Und jetzt, mit der zunehmenden Reife der generativen KI, ist es möglich, das Serviceerlebnis noch weiter zu verbessern – mit einer Copilot-First-Kontaktcenter-Lösung, die Intelligenz, Automatisierung und Effizienz für jeden Kanal bietet – und mit bestehenden CRMs funktioniert. Wir glauben, dass KI und generative KI die größte positive Veränderung für die Arbeitsweise von Kontaktcentern darstellen werden. In den letzten 40 Jahren ist die Art und Weise, wie Dienstleistungen erbracht werden, im Wesentlichen gleich geblieben: Servicemitarbeitende melden sich an, sehen sich Fälle an, betrachten die Historie und versuchen, die Informationen zu erhalten, die sie benötigen, um der Kundschaft zu helfen. Diese neue Generation von KI-gestützten Geschäftsanwendungen und -erfahrungen kann jedoch einen neuen, kontinuierlichen Lernkreislauf in Gang setzen, der zu mehr Effizienz, Produktivität und besseren Ergebnissen führt.



Wie generative KI den Wandel beschleunigt

Kontinuierliche KI-Lernschleife

- 1 Daten**
um digitale Signale über den gesamten Service hinweg zu erfassen
- 2 KI**
um Daten zu verbinden und zu synthetisieren
- 3 Maßnahmen**
um einen effizienten Service zu fördern



Betrachten wir diesen Prozess: Er beginnt mit Kundinnen und Kunden, die Self-Service-Angebote nutzen, gefolgt von der Arbeit der Mitarbeitenden, die jene Kundinnen und Kunden unterstützen, die über Self-Service-Angebote nicht die richtige Lösung finden konnten. Dann gibt es die Geschäftsprozesse, die alles über die gesamte Service-Reise hinweg miteinander verbinden. Dieser Prozess und diese Lernschleife werden durch KI auf folgende Weise unterstützt: Erstens können wir generative KI-Tools wie Copilot mit allen Anwendungen und Datenquellen verbinden, die das Kontaktcenter betreiben. Zweitens wird Copilot dadurch zu einer vereinheitlichenden Kraft, die all diese Daten miteinander verbindet, zusammenführt und sofort im Kontext verfügbar macht. Drittens kann Copilot Maßnahmen durch Empfehlungen, Automatisierung und Erkenntnisse vorantreiben, die für einen effizienteren Service genutzt werden können. Zusammen

ermöglichen die Cloud und KI modernisierten Kontaktcentern neben den zahlreichen positiven Geschäftsergebnissen, die sie erzielen, drei neue Schlüsselfähigkeiten:

1. Mühelosen Self-Service zur Verbesserung des Kundenerlebnisses bereitstellen:

Kunden über den Kanal ihrer Wahl einbinden und das Volumen des Kontaktcenters durch reichhaltige Self-Service-Erfahrungen, die durch generative KI unterstützt werden, reduzieren.

2. Beschleunigung des agentengestützten Services zur Steigerung der Produktivität:

Neugestaltung der Agentenproduktivität mit eingebetteten Copilot Funktionen, proaktiven Tools für Vorgesetzte und einer 360-Grad-Sicht jeder Kundin und jedes Kunden.

3. Effizienzsteigerung zur Senkung der Betriebskosten von Kontaktcentern:

Schaffung einer einheitlichen Sicht auf unterschiedliche Daten und Supportkanäle sowie Bereitstellung der erforderlichen Tools zur Optimierung des Betriebs von Kontaktcentern.

Angesichts der Bedeutung von Kontaktcentern für die Unterstützung moderner Markenerlebnisse wollte Microsoft die Leistung dieser Center besser verstehen und sich dabei auf diese drei Fähigkeiten konzentrieren – indem man direkt vom Kundendienst selbst lernt. Daher haben wir eine Studie in Auftrag gegeben, um neue Erkenntnisse von mehr als 300 Vollzeitkräften in britischen Kontaktcentern zu gewinnen, die seit mindestens zwei Jahren in ihrer Position tätig sind. Dabei ging es unter anderem darum, wie sie ihre Rolle wahrnehmen, wie sie die aktuelle Arbeitsbelastung einschätzen, welche Unterstützung sie erhalten und welche Tools sie verwenden.

Fähigkeit 1

Müheloser Self-Service zur Verbesserung des Kundenerlebnisses

Gemeinsame Herausforderungen

Heutzutage erwarten Kundinnen und Kunden einen Service, der auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist, und sie möchten schnelle Hilfe über den von ihnen bevorzugten Kanal erhalten. Tatsächlich würden sie sich oft lieber selbst helfen. In vielen Fällen sind sie jedoch gezwungen, ihre Probleme in mehreren, unbefriedigenden Anrufen zu schildern – wobei jede negative Erfahrung das Vertrauen weiter erschüttert und dazu führt, dass die Kundschaft das Unternehmen wechselt. Typische Kundenprobleme sind der Mangel an effektiven Self-Service-Optionen, lange Warteschlangen, Fehlleitungen und Weiterleitungen. Hinzu kommen eingeschränkte oder inkonsistente Cross-Channel-Erlebnisse und niedrige First-Call-Resolution-Raten, die sich negativ auf die Kundenzufriedenheit (CSAT) auswirken. Außerdem werden dringend notwendige Verbesserungen des Kundenerlebnisses (CX) oft durch veraltete IT-Anforderungen behindert.

Müheloser Self-Service: Was Sie stattdessen jetzt erreichen

Mit intelligenten, kontextabhängigen Self-Service-Angeboten, die in fast jedem Interaktionskanal verfügbar sind, können Kundinnen und Kunden jetzt sofortige Unterstützung erhalten und ihre eigenen Probleme schneller lösen, wodurch die Belastung der Servicemitarbeitenden verringert wird.

Binden Sie Kundinnen und Kunden über den Kanal ihrer Wahl ein

Die Kundenzufriedenheit kann massiv verbessert werden, indem man der Kundschaft die Freiheit gibt, sich über Sprache, SMS, Chat, E-Mail und Social-Media-Apps einzubringen – je nachdem, was sie bevorzugt und in welcher Kombination. Interaktionen können auch personalisiert werden mit Hilfe von Kunden- und Falldaten aus bestehenden

CRM-Systemen, konsistent über alle Kanäle hinweg. Außerdem ist es jetzt einfach, native Anrufe für Unternehmen jeder Größe zu skalieren, mit Telefonie in Carrier-Qualität und einer leistungsstarken Suite von Sprachfunktionen. Oder Kontaktcenter können einfach ihren derzeitigen Anbieter und ihre Tarifpläne beibehalten.

Verbessern Sie den Self-Service mit kundenorientierten Copiloten

Ansprechende, kontextbewusste Self-Service-Chatbots, die von generativer KI unterstützt werden, können die Eindämmung verbessern – was bedeutet, dass Kundenanfragen innerhalb des Self-Service-Systems selbst gelöst werden, ohne dass eine Eskalation zu Live-Agenten erforderlich ist, um das Anrufvolumen zu reduzieren. Moderne Chatbots können weit über einfache regelbasierte Antworten hinausgehen und natürliche, ansprechende Konversationen liefern, die kontextabhängig und personalisiert sind. Die Konversationen können auch automatisiert werden, um Konsistenz und Genauigkeit bei vorhersehbaren Szenarien zu gewährleisten, z. B. beim Bestellstatus, bei Fragen zu Richtlinien oder bei Abfragen zum Kontostand. Außerdem ist es jetzt möglich, den Self-Service mit vertrauenswürdigen Wissensquellen, Websites und Geschäftsanwendungen des Unternehmens zu verbinden, um präzise Antworten zu erhalten.

Bieten Sie eine menschenähnliche, dialogorientierte IVR

Die neuesten Interactive Voice Response (IVR)-Lösungen ermöglichen natürliche, menschenähnliche Interaktionen für ein reibungsloses Gesprächserlebnis in Echtzeit. Dazu gehören schnelle, präzise Antworten von Conversational Bots, die auf vertrauenswürdige Websites und interne Dokumente verweisen. Und auch die Fähigkeit, komplexe Sprachanweisungen zu verarbeiten, damit sich die Kundschaft verstanden fühlt. IVRs können auch mit Carrier-Grade-Telefonie von Azure Communication Services betrieben oder mit Drittanbietern und Tarifplänen verbunden werden.

Mitarbeitende im Kundenservice stehen unter zunehmendem Druck

Druck ist etwas, mit dem Mitarbeitende im Kundenservice umzugehen gewohnt sind, aber wenn die physischen und mentalen Kapazitäten überschritten werden, wird es problematisch. Unsere Untersuchungen in britischen Kontaktcentern haben ergeben, dass **87 %** der dort Angestellten der Meinung sind, dass das Volumen der Kundendienstanfragen zugenommen hat. Auch wenn dies im derzeitigen Einzelhandels- und Geschäftsumfeld zu erwarten ist, ist es doch sehr beunruhigend, dass mehr als die Hälfte (**55 %**) angibt, kurz vor einem Burnout zu stehen.

„Ich stehe bei der Arbeit kurz vor dem Burnout.“

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?

Netto-Zustimmung



Stimme voll und ganz zu



Stimme zu



Weder Zustimmung noch Widerspruch



Stimme nicht zu



Stimme überhaupt nicht zu



Netto-Widerspruch



10 20 30 40 50 60

Moral, Wohlbefinden und Mitarbeiterbindung werden negativ beeinflusst

Die Arbeitsbelastung und die gestiegenen Anforderungen der Kundinnen und Kunden haben erhebliche Auswirkungen auf das Personal. **71 %** geben an, dass sich die Stimmung unter der Belegschaft im Kundenservice verschlechtert hat, und fast drei Viertel (**74 %**) berichten, dass die Zahl der Kolleginnen und Kollegen, die sich wegen stressbedingter Erkrankungen freistellen lassen, zugenommen hat.

Gleichzeitig geben **65 %** der Befragten an, dass die Personalfuktuation im Kundenservice zugenommen hat. Dies bereitet den Leiterinnen und Leitern von Kontaktcentern große Kopfschmerzen, da die Kosten für die Rekrutierung neuer Arbeitskräfte und deren Einarbeitung sehr hoch sind, bevor sie einen Mehrwert für das Unternehmen und die bestehenden Mitarbeitenden schaffen – die durch eine hohe Fluktuation zusätzlich belastet sind.

„Ich habe festgestellt, dass die Zahl der Kundenbetreuerinnen und -betreuer, die sich eine Auszeit nehmen müssen, gestiegen ist.“

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?

Netto-Zustimmung



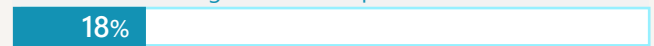
Stimme voll und ganz zu



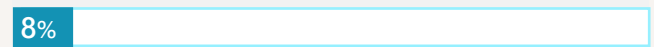
Stimme zu



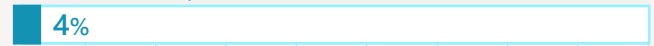
Weder Zustimmung noch Widerspruch



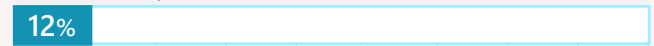
Stimme nicht zu



Stimme überhaupt nicht zu



Netto-Widerspruch



10 20 30 40 50 60 70 80 90



Müheloser Self-Service: Wie Erfolg aussehen kann

Wie die Wilo Group Dynamics 365 nutzt, um Kunden- und Mitarbeitererfahrungen zu verbessern:

Die Wilo Group ist ein besonderes Beispiel dafür, wie intelligente Lösungen sowohl die Kundenerfahrung als auch die Erfahrung der Mitarbeitenden revolutionieren können. Mit einem globalen Team, das über 9.000 Personen in 90 Büros umfasst, stand Wilo vor der Herausforderung, seine weltweit verteilten Geschäftsprozesse effizienter zu gestalten und die Kollaboration zu verbessern. Angesichts des raschen Wachstums und der Komplexität der Abläufe benötigte das Unternehmen eine integrierte und nahtlose Lösung, die alle Geschäftsbereiche miteinander verknüpft.

Durch den Einsatz von Dynamics 365 Customer Service, Sales und Field Service konnte Wilo seine Systeme konsolidieren. So etablierten sie eine effiziente und transparente Arbeitsweise. Mithilfe von Dynamics 365 haben die Mitarbeitenden weltweit eine einheitliche Sicht auf Kundendaten und Serviceanfragen erhalten, was die Bearbeitung von Anfragen beschleunigt und den Service optimiert.

Die Integration von Microsoft Lösungen wie Teams und Azure sowie der Einsatz von Power Virtual Agents ermöglicht es Wilo, Arbeitsabläufe zu automatisieren, Aufgaben effizient zu verwalten und einen personalisierten Service anzubieten. Dies führt nicht nur zu einer Reduzierung der Abhängigkeit von Servicepersonal, sondern verbessert auch die allgemeine Kundenzufriedenheit.

Durch den Einsatz von Power Virtual Agents können Kundinnen und Kunden auf ihren bevorzugten Kanälen mit Wilo in Kontakt treten. Das verbessert die Qualität des Self-Services und stellt gleichzeitig die Konsistenz der Interaktionen sicher. Wilo steigert so die Effizienz der Kundenservice-Teams.

„Der organisatorische Nutzen lässt sich an der Effizienzsteigerung und der Verbesserung der Kundenbetreuung messen, aber die größte Veränderung liegt wahrscheinlich in der deutlich verbesserten Erfahrung unserer Mitarbeitenden.“

Daniel Studnik,
Leiter der Cloud-CRM-Prozesse
bei Wilo Group

wilo

Fähigkeit 2

Beschleunigung des agentenbasierten Services zur Steigerung der Produktivität des Servicepersonals

Gemeinsame Herausforderungen

Mitarbeitende im Kundenservice stehen vor ihren eigenen Herausforderungen, die ihre Produktivität und Arbeitszufriedenheit stark beeinträchtigen. In vielen Kontaktcentern dauert die Einarbeitung neuer Mitarbeitenden viel zu lange und die Fluktuationskosten sind aufgrund der geringen Arbeitszufriedenheit hoch. Wenn neue Mitarbeitende Schwierigkeiten haben, sich schnell Wissen anzueignen, sind sie oft auf ältere Mitarbeitende angewiesen, oder müssen die Hilfe von Technikerinnen und Technikern in Anspruch nehmen, was Zeit kostet, die für die Lösung komplexerer Fälle fehlt.

Weitere Probleme, mit denen Serviceteams sowie Managerinnen und Manager häufig zu kämpfen haben, sind die geringe Arbeitszufriedenheit der Mitarbeitenden und die hohe Fluktuation, langwierige und teure Schulungen sowie eine geringere Produktivität aufgrund veralteter, manuell aufwändiger Tools und Systeme. Hinzu kommen unvollständige Übersichten des Kundenverlaufs und -kontextes, sodass die Mitarbeitenden mit mehreren Anwendungen und Tools jonglieren müssen, um Lösungen zu finden – was die Bearbeitungszeit von Anrufen weiter verlängert. Ganz zu schweigen von den großen Mengen an Zeit und Energie, die für sich wiederholende, banale Aufgaben verschwendet werden.

Beschleunigung des agentenbasierten Services: Was Sie stattdessen jetzt erreichen können

Wenn eine menschliche Note gefragt ist, können CCaaS-Lösungen dabei helfen, Kundinnen und Kunden jederzeit mit den richtigen Mitarbeitenden zu verbinden – und die Servicekräfte in die Lage versetzen, durch eingebettete generative KI-Funktionen und eine 360-Grad-Sicht auf die Kundschaft einen hervorragenden Service zu bieten.

Kundinnen und Kunden immer mit der richtigen Servicekraft verbinden

KI-gestütztes Unified Routing kann Kundinnen und Kunden mit dem am besten geeigneten Serviceexperten verbinden. Das bedeutet, dass Kundenanfragen auf der Grundlage der spezifischen Fähigkeiten, Erfahrungen und Kapazitäten den einzelnen Mitarbeitenden intelligent zugewiesen werden.

Predictive Routing auf der Grundlage von KI-Analysen der Kundenstimmung, des geschätzten Aufwands und der Kundenabsicht kann auch die CSAT-Werte nachweislich verbessern. Auch die Weiterleitung von Supportanfragen auf der Grundlage von Falldaten aus bestehenden CRM-Systemen kann die Lösungsquote beim ersten Kontakt deutlich verbessern.

Mit Hilfe generativer KI können Agenten intelligenter arbeiten

Generative KI-Funktionen wie Copilot, die in die gesamte Agentenerfahrung eingebettet sind, können Agenten Zeit sparen und die Ergebnisse verbessern. Ein Beispiel: Durch die Verwendung einer dialogorientierten Schnittstelle für Fragen können die Agenten schnell relevante Informationen sammeln, z. B. aus vertrauenswürdigen Websites, internen Dokumenten und anderen Wissensquellen, um Kundenantworten zu beschleunigen und Probleme schneller zu lösen. Generative KI und eine Konversationschnittstelle können auch den Zeitaufwand für das Onboarding, die Übergabe, die Nachbereitung und die Lösung von Fällen reduzieren, z. B. durch automatische Gesprächszusammenfassungen. Mitarbeitende können außerdem mit einem einzigen Klick intelligente Antworten verfassen, sie überprüfen und bearbeiten und sie zu laufenden E-Mail- oder Chat-Konversationen hinzufügen.

Sie erhalten einen besseren Einblick in laufende Sitzungen und die Möglichkeit, den Agenten praktische Unterstützung durch Anrufüberwachung und Barging zu bieten. Darüber hinaus können wichtige betriebliche Kennzahlen wie die durchschnittliche Bearbeitungszeit, Wartezeiten und Bewertungen der Agenten täglich überwacht werden, so dass Korrekturen schneller und einfacher vorgenommen werden können und die Servicequalität auf einem hohen Niveau gehalten werden kann. Moderne Kollaborationsplattformen wie Microsoft Teams können ebenfalls dazu beitragen, die Ergebnisse bei komplexen Anfragen zu verbessern, indem sie die Verbindung von Agenten mit Vorgesetzten und Experten in verschiedenen Ländern erleichtern – und das über die Organisation mit sicheren, organisierten und einheitlichen Methoden.

Eine 360-Grad-Sicht auf die Kundschaft erhalten

Agenten sind viel besser in der Lage, einen hervorragenden Service zu bieten, wenn sie über eine ganzheitliche 360-Grad-Sicht auf die Kundendaten verfügen, einschließlich Interaktionshistorie, Supportthemen und Kundenprofile. Die Möglichkeit, kanalübergreifende Sprachanrufe und Multi-Session-Messaging von einem einzigen, einheitlichen Agenten-Desktop aus zu bearbeiten, ist ebenfalls ein entscheidender Vorteil. Dies gilt auch für die bessere Gesprächskontrolle durch integrierte Echtzeit-KI-Funktionen wie Stimmungsanalyse, mehrsprachige Übersetzung und Transkription.

Beschleunigung von agentenbasierten Diensten: Die neuesten Daten zeigen, warum ein neuer Ansatz erforderlich ist

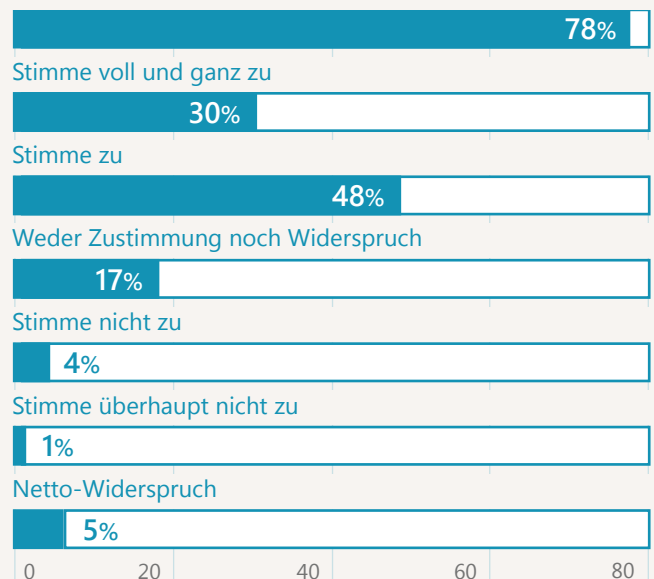
Kundinnen und Kunden werden anspruchsvoller

Es ist nicht nur das steigende Volumen, das die Arbeit in Kontaktcentern erschwert, auch die Kundschaft stellt höhere Ansprüche. Unsere neuesten Forschungsdaten aus Großbritannien zeigen, dass fast neun von zehn (**87 %**) der Mitarbeitenden zustimmen, dass die Kundenerwartungen an den Service ihrer Organisation gestiegen sind, und **78 %** stimmen zu, dass die Kundendienstanfragen in den letzten zwei Jahren komplexer geworden sind. Dies führt wiederum zu einer gemeinsamen Dynamik, da die komplexesten Anfragen auch das Potenzial für eine wirklich hervorragende Kundenerfahrung bieten – wenn sie rechtzeitig gelöst werden können. Aber auch wenn Sie keine zufriedenstellende Lösung finden, sollten Sie den Kundinnen und Kunden einen guten Service bieten.

„Kundendienstanfragen sind im Durchschnitt komplexer geworden.“

Wenn Sie an die letzten zwei Jahre denken, inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu:

Netto-Zustimmung



Die Qualität des Kundendienstes nimmt ab

Die meisten Mitarbeitenden in Kontaktcentern möchten produktiv sein und gute Arbeit leisten, besonders wenn es schwierig wird. Es kann jedoch auf die Moral schlagen, wenn dies trotz aller Bemühungen nicht gelingt. Daher überrascht es nicht, dass **77 %** der Befragten zustimmen, dass die Lösung von Kundendienstanfragen im Durchschnitt länger dauert. Außerdem geben fast drei Viertel (**73 %**) der britischen Servicemitarbeitenden an, dass die durchschnittliche Wartezeit für Kundengespräche in ihrem Unternehmen gestiegen ist. Tatsächlich gaben nur **8 %** an, dass sich die Wartezeiten verbessert haben. Eine von Microsoft in Auftrag gegebene Studie ergab, dass einige britische Kundinnen und Kunden bis zu **85 Minuten** warten müssen, um mit Vertretern einiger der größten Anbieter von Konsumgütern und Dienstleistungen des Landes zu sprechen, wobei die durchschnittlichen Wartezeiten je nach Branche stark variieren.

Es fehlen immer wieder wichtige Informationen

Mehr als die Hälfte (**54 %**) der Servicemitarbeitenden in Großbritannien müssen wiederholt falsche oder veraltete Informationen in ihren Softwaresystemen aktualisieren. Außerdem erhalten **50 %** selten nützliche Kontextinformationen über Kundinnen und Kunden, bevor sie mit ihnen verbunden werden – unabhängig davon, wie der Anruf eingegangen ist. Und immerhin **40 %** verfügen nicht über das richtige „Toolkit“, um Kundenanfragen erfolgreich zu beantworten. Viele Anrufe sind Routine und können schnell bearbeitet werden. Wenn jedoch ein komplexer Anruf eingeht, beispielsweise von wichtigen Kundinnen und Kunden mit langen Servicehistorien, ist es anders. Ebenso wie bei potenzieller Kundschaft, die nach dem Versuch, sich über ein Sprachdialogsystem selbst zu bedienen, endlich durchgekommen ist. Es erleichtert der Servicekraft die reibungslose Bearbeitung, wenn sie sofort die richtigen Informationen am richtigen Ort und zur richtigen Zeit erhält – um so das Kundenserviceerlebnis zu personalisieren.

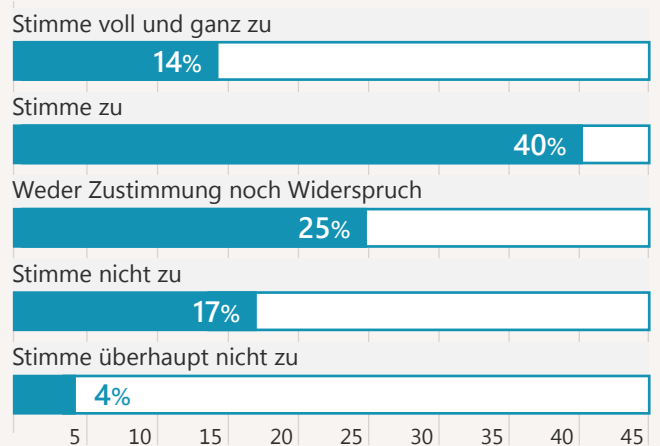
Wartezeit bei Anrufen nach Branchen

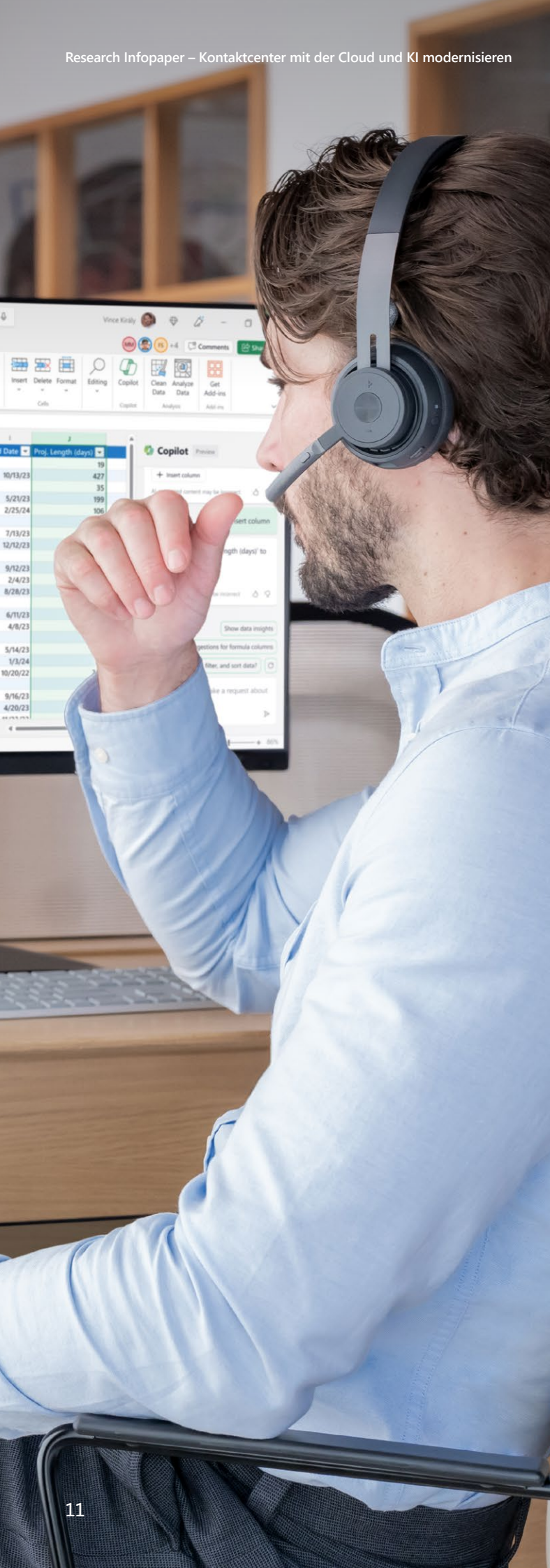
1 Stunde und 30 Minuten entspricht einem vollen Kreis.

● Durchschnittliche Wartezeit bei Anrufen ● Maximale Wartezeit bei Anrufen



„Ich muss wiederholt falsche oder veraltete Informationen in unseren Softwaresystemen aktualisieren.“





Beschleunigung des agentengestützten Services: Wie Erfolg aussehen kann

Wie das CSS-Team von Microsoft generative KI einsetzt, um Antworten und Lösungen zu beschleunigen:

Das Customer Service and Support (CSS) Team von Microsoft ist eine der größten Kundendienstorganisationen der Welt, die in 120 Ländern tätig ist und jährlich mehr als eine Milliarde Endnutzerinnen und -nutzer unterstützt. Als Copilot erstmals auf den Markt kam, führte das CSS-Team Copilot schnell in Dynamics 365 Customer Service ein, um die Arbeit der Agenten zu optimieren. Die generativen KI-Funktionen von Copilot im Kundenservice ähneln denen von Copilot in Service. Das CSS-Team nutzte insbesondere vier wichtige Copilot Funktionen, um den Kundenservice zu verbessern. Dazu gehörten „Conversation Summary“ zur automatischen Erstellung von Zusammenfassungen von Kundenchats, „Case Summary“ zur Rekapitulation langwieriger Fälle und zum schnellen Verständnis wichtiger Details, „Ask a Question“ zur Wissensgewinnung durch Fragen in natürlicher Sprache. Und „E-Mail-Entwurf“, um schnell eine Rohfassung für E-Mail-Entwürfe zu erstellen. In nur fünf Monaten erreichte das CSS-Team eine um **9 %** schnellere Antwortquote, eine **13 %ige** Steigerung der Fälle, die ohne die Hilfe von Mitarbeitenden gelöst wurden, und eine **9 – 12 %ige** Steigerung der Fälle und Chats, die von den Servicemitarbeitenden bearbeitet werden konnten. Und eine beeindruckende Reduzierung der durchschnittlichen Bearbeitungszeit für Chat-Fälle um **12 – 16 %**.

„Mit Copilot kann ich die Verwaltungsaufgaben schneller erledigen und mich dann dem nächsten Anruf widmen. Der gesamte Vorgang dauert jetzt höchstens 15 Minuten, vorher waren es 30 oder 40.“

–
Michael Simons,
Supportingenieur Azure Chat Team, Microsoft

¹ Die Zahlen spiegeln die Ergebnisse von 9.900 Agenten über einen Zeitraum von fünf Monaten (April bis September 2023) wider. Die Ergebnisse wurden auf Ebene der Geschäftseinheiten und nicht für die gesamte CSS-Organisation ausgewertet.

Fähigkeit 3

Effizienz steigern, um die Betriebskosten des Kontaktcenters zu senken

Gemeinsame Herausforderungen

Die durchschnittliche Kundenanfrage durchläuft heute ein unzusammenhängendes Labyrinth von Software-Tools – und viele Unternehmen verlassen sich bei der Verwaltung von Dienstleistungen immer noch auf eine Mischung aus Cloud- und lokalen Lösungen. Dies verschärft die Kostenprobleme, führt zu einer kurzsichtigen Betrachtung der Customer Journey und verlangsamt das Innovationstempo. Zu den weiteren betrieblichen und geschäftlichen Problemen, die sich aus einem fragmentierten Technologie-Stack mit begrenzter Integration zwischen den Systemen ergeben, gehören isolierte Daten, die zu einem niedrigen Automatisierungsgrad und unbefriedigenden Erfahrungen für Serviceteams und Kundschaft führen. Es kann auch schwierig sein, auf nützliche Informationen über die Customer Journey zuzugreifen oder sich an schwankendes Anfragevolumen anzupassen. Darüber hinaus behindern getrennte Systeme zwischen Self-Service- und agentengestützten Kanälen die Fähigkeit, zu lernen und sich zu verbessern. Hinzu kommen häufig erhebliche Herausforderungen bei der Verwaltung und Zusammenarbeit von Remote-Service-Teams, höhere Kosten für die Verwaltung mehrerer interoperabler Anbieter, Tools und Systeme sowie der schiere Zeit- und Energieaufwand für die Pflege von Wissensquellen.

Effizienzsteigerung: Was stattdessen jetzt möglich ist!

Was hinter den Kulissen eines Kontaktcenters passiert, ist genauso wichtig wie die Erfahrungen, die Kundinnen und Kunden und Agenten machen. Eine Schlüsselstrategie zur Effizienzsteigerung und Kostensenkung besteht darin, eine einheitliche Sicht über unterschiedliche Daten und Supportkanäle hinweg zu schaffen sowie die erforderlichen Tools zur Optimierung der Abläufe im Kontaktcenter bereitzustellen.

Ein einheitlicher Überblick über die Abläufe im Kontaktcenter

Eine einzige Informationsübersicht erleichtert auch die Visualisierung wichtiger Support-Kennzahlen, womit datengestützte Entscheidungen mithilfe von Echtzeit-Dashboards und historischen Berichten getroffen werden können. Dadurch kann das Management aufkommende Trends erkennen und Verbesserungsmöglichkeiten schneller und konsequenter identifizieren, da Support-Gespräche und – Themen besser sichtbar sind. Automatisierte Umfragen nach einem Anruf können auch die Kundenzufriedenheit verbessern und Unternehmen dabei helfen, aus Kundenfeedback in großem Umfang zu lernen. Und Datenmodelle von Kontaktcentern können mit Geschäftsdaten erweitert werden, um benutzerdefinierte Dashboards und Visualisierungen zu erstellen.

Optimierung des Personalmanagements

Die Möglichkeit, den Personaleinsatz nahezu in Echtzeit zu überprüfen, trägt dazu bei, die Personalausstattung, die Effizienz und Auslastung des Personals zu verbessern. Außerdem ist es einfacher, erstklassigen Support zu bieten, wenn das Management die Fähigkeiten und Kapazitäten verschiedener Mitarbeitenden schnell überprüfen kann, bevor laufende Gespräche entsprechend zugewiesen oder übertragen werden. Moderne Kollaborationsplattformen wie Teams tragen dazu bei, die Helpdesk- und Personalfunktionen der Mitarbeitenden zu stärken, indem sie einen sicheren, integrierten Kommunikationskanal bieten. Und die Anbindung an Workforce-Management-Lösungen (WFM) wie Calabrio, Verint und Alvaria erleichtert die Optimierung des Schichtmanagements und der Einsatzplanung.



Nutzen Sie das Potenzial Ihrer Daten

Die Leistungsfähigkeit und Effektivität generativer KI-Lösungen wie Copilot wird durch die Anbindung an bestehende Daten und Geschäftsanwendungen in Kontaktcentern maximiert. Vorgefertigte Konnektoren machen eine teure IT-Integration überflüssig. Dadurch werden Datensilos reduziert und Kontaktcenter können bei allen Interaktionen von einer einzigen Informationsquelle aus arbeiten. Durch die Kombination von Kontaktcenter- und Unternehmensdaten und die Automatisierung komplexer und zeitaufwändiger Analysen können neue Erkenntnisse gewonnen werden, indem die natürliche Sprachschnittstelle der generativen KI genutzt wird, um Fragen zum Unternehmen zu stellen.

Effizienzsteigerung: Die neuesten Daten zeigen, warum ein neuer Ansatz erforderlich ist

Multitasking-Chaos

Im Grunde wissen wir alle, dass Multitasking weniger produktiv ist, auch wenn es sich anfühlt, als wäre man beschäftigt. Effizientes, gründliches Arbeiten erfordert mehr Konzentration, um eine Sache gut zu machen. Unsere Untersuchungen zeigen, dass Servicemitarbeitende in Großbritannien dem zustimmen: **73 %** haben Zugang zu mehreren Softwaresystemen, die sie zur Lösung einer Kundenanfrage verwenden müssen, doch **68 %** geben an, dass der Wechsel zwischen verschiedenen Softwaresystemen ihre Fähigkeit zur Lösung von Kundenanfragen verlangsamt. Sogar **67 %** empfinden dieses Hin- und Herwechseln als frustrierend.

Die Hälfte (**50 %**) aller Befragten stimmt zu, dass sie Schwierigkeiten haben, die richtige Antwort auf Kundenanfragen zu finden, weil die Informationen auf mehrere verschiedene Softwaresysteme verteilt sind. Durch die Reduzierung des Multitaskings wird die Arbeit für Kundenservice-Teams müheloser.



„Wenn Sie an die von Ihrem Unternehmen bereitgestellte Technologie denken, auf wie viele verschiedene Softwaresysteme greifen Sie normalerweise zu, um Kundenanfragen im Alltag zu beantworten?“

Mehr als 10

2%

8-10

4%

6-7

10%

4-5

34%

2-3

47%

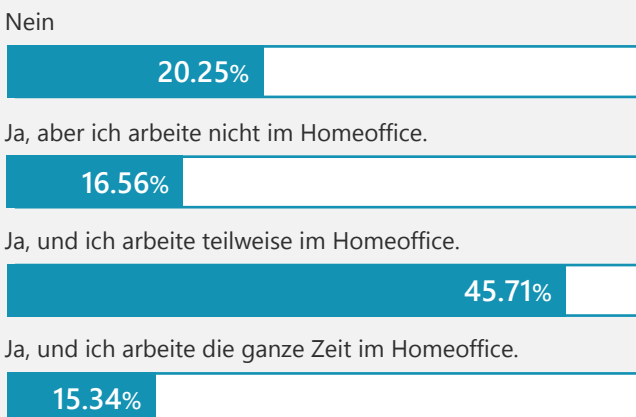
1

4%

Zusammenarbeit

Während eine sehr knappe Mehrheit (**51 %**) der Mitarbeitenden zustimmt, dass ihr Unternehmen den Austausch von Kundendaten zwischen verschiedenen Softwaresystemen erleichtert hat, hat fast die Hälfte (**45 %**) immer noch Schwierigkeiten, mit Kolleginnen und Kollegen zusammenzuarbeiten, weil ihre Softwaresysteme nicht integriert sind. Dieses Problem verschärft sich noch, wenn es um Servicemitarbeitende in anderen Geschäftsbereichen geht: **59 %** stimmen zu, dass es oft zu schwierig ist, mit Kundenteams in anderen Abteilungen zusammenzuarbeiten, weil diese mit unterschiedlichen Softwaresystemen arbeiten. Und was noch entscheidender ist: **52 %** erhalten selten nützliche Kontextinformationen zu einer Kundenanfrage, wenn diese von einer Kollegin oder einem Kollegen aus einem anderen Bereich oder einer anderen Abteilung an sie weitergeleitet wird. All das wird umso wichtiger, da unsere Ergebnisse zeigen, dass **61 %** der Mitarbeitenden in britischen Kontaktcentern inzwischen teilweise oder vollständig in einer hybriden Arbeitsumgebung arbeiten. Wenn mehr Mitarbeitende aus der Ferne oder von zu Hause arbeiten, können die Gemeinkosten erheblich gesenkt und ihr Wohlbefinden gefördert werden. Allerdings sind Tools für eine nahtlose, asynchrone Zusammenarbeit unerlässlich, da Servicemitarbeitende immer weniger in der Lage sind, Kolleginnen und Kollegen einfach auf die Schulter zu tippen oder sich persönlich zu treffen. Eine bessere Zusammenarbeit wird wesentlich zur Optimierung der Servicebereitstellung beitragen.

„Erlaubt Ihre Organisation das Arbeiten im Homeoffice oder in einer hybriden Arbeitsumgebung?“

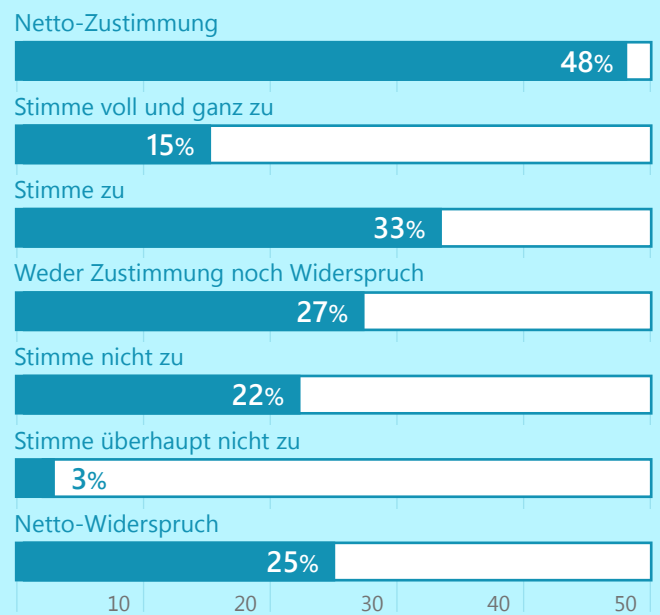


Mitarbeitende in Kontaktcentern versuchen zu unterstützen

Es gibt weitere positive Nachrichten darüber, wie die Mitarbeitenden von Kontaktcentern in Großbritannien vom Management unterstützt werden, denn fast die Hälfte (**48 %**) gibt an, dass sie sich gut unterstützt fühlen. Mehr als die Hälfte (**55 %**) gibt an, dass sie sich von ihrem Unternehmen in die Lage versetzt fühlen, einen hervorragenden Kundenservice zu bieten. **53 %** der Befragten stimmen zu, dass sie von ihrem Unternehmen motiviert werden, einen hervorragenden Kundenservice zu bieten. Dies deutet darauf hin, dass die meisten Arbeitgeber im Bereich Kundenservice versuchen, Unterstützung zu bieten – was die fragmentierten Systeme, die das Management behindern, umso frustrierender macht.

„Ich fühle mich in meiner Rolle gut unterstützt.“

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?



Die Unternehmensführung muss auch Qualität und Moral priorisieren

Mehr als sechs von zehn (**62 %**) Servicemitarbeitenden in Großbritannien geben an, dass ihr Unternehmen unrealistische Erwartungen an sie in ihrer Rolle stellt. Und **60 %** sagen, dass ihr Unternehmen mehr auf Effizienz und Kosten als auf eine qualitativ hochwertige Kundenbetreuung achtet, was im Vergleich zur Sorge der Arbeitgeber um die Moral der Angestellten sogar auf **69 %** steigt. Investitionen in einheitliche Systeme, die die Servicequalität verbessern, sind eine Möglichkeit, den Servicemitarbeitenden zu zeigen, dass eine Infrastruktur geschaffen wird, die es ihnen ermöglicht, in ihrer Rolle erfolgreich zu sein.

Effizienz steigern: Wie Erfolg aussehen kann

Wie NatWest die Zusammenarbeit verbesserte und 10 Millionen Pfund an Softwareausgaben einsparte:

NatWest verfügte über eine Vielzahl von Altanwendungen und -tools. Das führte dazu, dass die Mitarbeitenden nicht immer in der Lage waren, Probleme beim ersten Kontakt zu lösen, und sie mussten die Kundinnen und Kunden oft an andere Kolleginnen und Kollegen in der Bank weiterleiten – was aufgrund mangelnder Integration nicht immer reibungslos verlief. Nach der Konsolidierung von fünf verschiedenen Altanwendungen in Dynamics 365 begann das Unternehmen, Softwareeinsparungen in Höhe von mehr als **10 Millionen Pfund** zu erzielen und über **150** Kundendatenattribute in einer 360-Grad-Kundensicht zusammenzufassen.

„Die vorgefertigten Bildschirme mit vollständiger Kundenansicht ermöglichen es uns, die richtigen, relevanten Informationen über Kundinnen und Kunden an einem Ort für einen Mitarbeitenden bereitzustellen, sodass dieser Kundenanfragen einfach und schnell bearbeiten kann. Unser zentraler Desktop ermöglicht es Kolleginnen und Kollegen aus allen Geschäftsbereichen, Kundenanfragen einfach zu verwalten und auszuführen.“

-
Kai Grunwald
Leiter des
Transformationsportfolios,
Privatkundenbanken,
NatWest Group



Schlussfolgerung

Wie wir gesehen haben, steigen die Kundenerwartungen immer weiter an, und zu einem erfolgreichen Kundenservice gehört weit mehr als nur die Lösung eines Kundenproblems. Ein personalisierter Service mit den richtigen Informationen zur Hand und ein schnelles Serviceerlebnis über eine Reihe von Kontaktpunkten und Kanälen ist unerlässlich – umso mehr bei komplexen Anfragen. Um dies in einem modernen, KI- und Cloud-fähigen Kontaktcenter zu erreichen, sind drei entscheidende Faktoren ausschlaggebend:

Eine ganzheitliche Vision für den Kundenservice

Die durchschnittliche Service-Interaktion ist ein prekärer Balanceakt zwischen Dutzenden unterschiedlicher Tools, Systeme, Datenbanken und Wissensquellen, was häufig zu einer schlechten Erfahrung und unnötigen Kosten für das Unternehmen führt. Wir sind der Meinung, dass Kontaktcenter einen Weg zur Konsolidierung und zum zukünftigen Wachstum brauchen, mit umfassenden Lösungen von einem einzigen Anbieter. Diese Lösungen umfassen CCaaS, CRM, generative KI und branchenführende IVR-Funktionen sowie vorkonfigurierte Konnektoren, die dazu beitragen, die IT-Komplexität zu reduzieren und die Zeit bis zum ROI zu verkürzen.

Infrastruktur und Tools, die durchgängig mit generativer KI ausgestattet sind

Kontaktcenter benötigen den Goldstandard für generative KI auf Unternehmensebene, da die Transformation nur durch die Integration von Funktionen aus Tools wie Copilot als allgegenwärtige Ressource über das gesamte Dienstleistungsspektrum hinweg möglich ist: Von Self-Service über intelligentes Routing, agentengestützte Services, Nachverfolgung von Anrufen bis hin zu Analysen – alles in Verbindung mit den Daten, auf die sich die Kundschaft verlässt. Technologiepartner von Kontaktcentern müssen zudem die weltweit strengsten Standards für verantwortungsvolle KI einhalten, um Risiken zu minimieren, ethische Grundsätze zu wahren und die Privatsphäre zu schützen.

Kontaktcenter, die auf Skalierbarkeit und Zuverlässigkeit ausgelegt sind

Lösungen sollten von Grund auf so konzipiert sein, dass sie auf einer modernen Cloud-Infrastruktur laufen und Skalierbarkeit, Zuverlässigkeit und Sicherheit für geschäftskritische Kundenservice-Workloads bieten. Wenn das Geschäft wächst und sich der Wandel beschleunigt, müssen sich Kundinnen und Kunden darauf verlassen können, dass ihre Technologiepartner ihre Bedürfnisse unterstützen und auch in Zukunft Innovationen liefern. Wenn Kontaktcenter auf diese Weise unterstützt werden, können sie sich weiterentwickeln und ihr Potenzial ausschöpfen, um zu wertvollen geschäftskritischen Komponenten der gesamten Geschäftsstrategie eines Unternehmens zu werden. Eine Strategie, die dazu beiträgt, sich von der Konkurrenz abzuheben und eine langfristige Kundenbindung aufzubauen, während sie klare Möglichkeiten bietet, Prozesse zu transformieren, neue Effizienzen zu schaffen und einen profitableren Support zu bieten, der das Geschäft wachsen lässt.



Weitere Ressourcen

Erfahren Sie mehr über Dynamics 365 Contact Center

Dynamics 365 Contact Center ist ein neues Produkt, das die Funktionen der vorherigen Add-Ins für den Sprach- und digitalen Messaging-Kanal für Dynamics 365 Customer Service anpasst und sie in einem eigenständigen Produkt bereitstellt, das mit Microsoft Copilot und der dialogorientierten IVR von Nuance erweitert wurde und für die Zusammenarbeit mit vorhandenen CRMs sowie Dynamics 365 Customer Service ausgelegt ist. Mit Dynamics 365 Contact Center können Unternehmen eine nahtlose Kundenerfahrung über alle Kanäle hinweg bieten, das Anrufaufkommen und die Wartezeiten mit kontextsensitiven, personalisierten Chatbots und IVR reduzieren und gleichzeitig die Mitarbeitenden in die Lage versetzen, einen hervorragenden Service zu bieten, wenn eine menschliche Note erforderlich ist. Mit einer einzigen Sicht über unterschiedliche Daten und Supportkanäle hinweg erhalten Führungskräfte in Kontaktcentern wertvolle Einblicke, die dazu beitragen, die Effizienz zu steigern und unnötige Kosten zu senken.

[Besuchen Sie die Homepage von Dynamics 365 Contact Center.](#)

[Kontaktieren Sie uns!](#)

Im diesjährigen **Microsoft Contact Center AI Challenge (CCAI)** haben unsere Teilnehmerinnen und Teilnehmer innerhalb weniger Wochen wegweisende Use-Cases entwickelt, um die Customer und Employee Experiences im Service zu verbessern. Entdecken Sie jetzt die Gewinnerprojekte in unseren kurzen Videos:

[Intelligenter Voice- und Chatbot bei Continental Aftermarket and Service](#)

[Low-Code-Entwicklung für KI-Agenten bei Bayer 04 Leverkusen](#)

Und wenn Sie diesen Bericht nützlich fanden, dann werfen Sie doch auch einen Blick in unser kostenloses E-Book:

[Der Weg im Microsoft Support zu KI-gestütztem Kundenservice](#)

