

Lurko Gombay

QUALITÄTSMESSUNG IM MULTI-CHANNELING

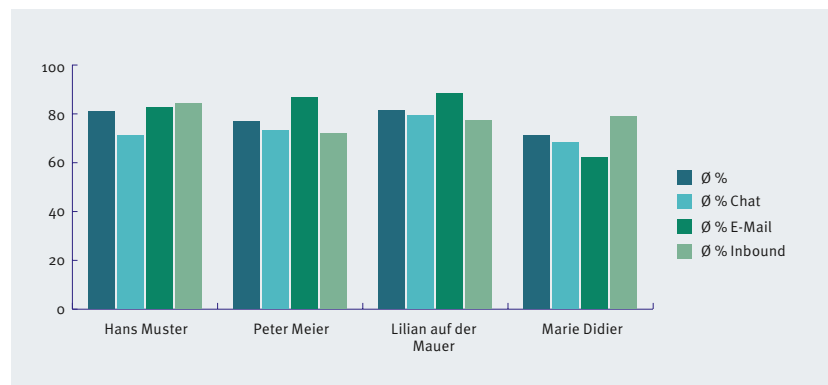
Kundenkommunikation beschränkt sich heute längst nicht mehr nur auf die klassischen Wege der Face-to-Face- oder Telefonkommunikation. Qualitätsmonitoring sorgt dafür, dass die Unternehmensstandards für die alten und neuen Kontaktkanäle eingehalten werden und dem Kunden ein einheitliches Serviceerlebnis zuteil wird.

Kunden nutzen das Multi-Channeling und fordern ihr Unternehmen auf, sowohl mit den traditionellen Medien wie auch den neuen, innovativen Kanälen wie Chat, Facebook, Instagram usw. zu kommunizieren. Dies selbstverständlich möglichst zeitnah und tageszeitenunabhängig. Dabei kommunizieren ihre Mitarbeitenden meist gleichzeitig mit mehreren Gesprächspartnern. Zudem ist das Kommunikationsverhalten in Community-Foren und Chats geprägt von deutlichen Unterschieden zur E-Mail- oder Telefonkommunikation. Die Dialoge gestalten sich oftmals sehr kurz und für die Agenten gilt es, innert kürzester Zeit das Kundenbedürfnis zu erkennen und Abschlüsse im Verkauf von Produkten/Dienstleistungen zu generieren sowie Informationen zu vermitteln. Die Dialoge sollen trotz der eingeschränkten Länge möglichst personalisiert gestaltet und den Kunden soll eine Begeisterung vermittelt werden, durch welche sich ihr Unternehmen von der Konkurrenz unterscheiden lässt.

Um für ihr Unternehmen den grösstmöglichen Nutzen zu erreichen bedeutet dies für die Agenten, dass sie neben fachlich korrekten Inhalten den Umgang mit den neuen Kanälen beherrschen und die kommunikativen Qualitätsstandards ihres Unternehmens kennen und umsetzen. Gerade bei den neuen Kanälen geht es hauptsächlich darum, ihre Kommunikationspartner zu begeistern und sie dadurch zu ermuntern, ihr positives Kundenerlebnis mit ihren Freunden zu teilen.

Dabei stellen wir bei Hipercom fest, dass im Umgang mit den neuen Channels oftmals diese Standards fehlen und dadurch auch kein zielführendes Qualitätsmonitoring betrieben werden kann. Unsere Erfahrung im neutralen Bewerten von Kundendialogen zeigt aber im Bereich der neuen Kanäle wie Chat und

Community-Foren wie Facebook, dass definierte Kommunikations-Standards die Agenten und Mitarbeitenden unterstützen und die Kundenbegeisterung massgeblich positiv beeinflussen. Durch eingeführte Standards lässt sich die Qualität in der Kommunikation der Agenten klar messen. Sie erhalten Ver-



Benutzer	Ø %	Ø % Chat	Ø % E-Mail	Ø % Inbound
Hans Muster	80,73	71,26	82,45	84,26
Peter Meier	76,86	73,15	86,74	71,8
Lilian auf der Mauer	81,21	79,36	88,35	77,13
Marie Didier	71,06	68,12	62,05	78,84

gleichsmöglichkeiten, welche dazu führen sollen, dass sie Ihre Mitarbeitenden fördern und ihren Skills entsprechend optimal einsetzen können. In der Interaktion mit Kunden mittels neuer innovativer Kanäle geht es wie bei den traditionellen Kommunikationswegen auch darum, ihre definierten Unternehmenswerte einheitlich zu repräsentieren. ■

Lurko Gombay ist Geschäftsführer der Hipercom Customer Communication GmbH. www.hipercom.ch