

**Avaya Intelligent
Xperiences™**

Avaya IX™ Contact Center



Ob es darum geht, die digitale Transformation zu meistern oder reibungslose Kundenerfahrungen zu schaffen – alles steht und fällt mit dem Contact Center.

Innovationen wie Self-Service-Automatisierung, nahtlose Omnichannel-Interaktionen, intelligentes Routing, Customer Journey-Analysen und vorausschauende Analysen haben in diesem Geschäftsbereich disruptive Veränderungen bewirkt. Sie ermöglichen es Unternehmen, ihre Kosten zu senken, Umsätze zu steigern und relevantere, besser abgestimmte Erfahrungen zu realisieren.

Als erster und oftmals einziger Interaktionspunkt mit dem Kunden gilt das Contact Center als Visitenkarte eines Unternehmens, die es anzupassen gilt, um immer höher gesteckte Ziele zu erreichen. Schließlich setzt laut Deloitte bereits ein Drittel der Unternehmen mit Contact Center auf Robotertechnik und Lösungen zur Prozessautomatisierung. Die Mehrheit (63 %) plant, das Engagement und die Produktivität der Mitarbeiter durch den Ausbau ihrer Mitarbeiterschulungsprogramme zu fördern.

Derzeit liegt der Hauptfokus des Contact Centers bei nur 3 % der Unternehmen auf der Umsatzgenerierung, statt auf einer besseren Kundenerfahrung. Unternehmen mit Contact Center sind an einem Wendepunkt angelegt, an dem sie sich entscheiden müssen, ob sie mittels Digitalisierung einen disruptiven Wandel vollziehen oder allmählich den Anschluss verlieren wollen. Dabei wird der Umstellung reiner Callcenter auf optimal vernetzte, kundenorientierte Geschäftsmodelle bis 2024 ein geschätzter Marktwert von insgesamt 480 Mrd. US-Dollar zugeschrieben – da liegt die richtige Entscheidung klar auf der Hand.

Erfahrungen sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor, daher ist das Contact Center von zentraler Bedeutung.

Das Avaya IX Contact Center-Portfolio ist das erste sorgfältig abgestimmte Lösungspaket seiner Art, um die Kundenzufriedenheit und betriebliche Leistung mithilfe der folgenden Lösungen zu verbessern: sprachbasiertes und digitales Engagement für Kunden,

Bis 2023 sieht Gartner voraus, dass Kunden Sprachschnitt- stellen bevorzugen, um 70 % der Self-Service- Interaktionen abzudecken.

Desktop-Erweiterungen für Mitarbeiter und fortschrittliche Funktionen zur Förderung des Mitarbeiterengagements für Manager. Unternehmen profitieren von effektiver abgestimmten Kundeninteraktionen, vereinfachten Vorgängen bei schwierigen Gesprächen, einer gesteigerten Problemlösungsrate bei der ersten Kontaktaufnahme und durchschnittlichen Umsatzentwicklung pro Kontakt, der leichteren Vorhersage von Kundenbedürfnissen, einer größeren Anzahl an Qualitäts-SLAs, messbaren Effizienzsteigerungen und natürlich relevanteren, überzeugenderen Interaktionen.

Voice: Die „neue“ Sprachschnittstelle für die Konversation

Obwohl sich der Kundenservice von Call Centern mit Voice-only weiterentwickelt hat, sind die Stimme und sprachbasierte Apps in der Zukunft der Kundenerfahrung zweifelsohne wichtig. Bis 2023 geht Gartner davon aus, dass Kunden Sprachschnittstellen bevorzugen, um 70 % der Self-Service-Interaktionen abzudecken (ausgehend von 40 % im Jahr 2019). Insgesamt bevorzugen 40 % der Kunden bei emotionalen oder komplexen Interaktionen – wie dem Vorbringen einer Beschwerde oder der Rückgabe eines Produkts – immer noch einen menschlichen Gesprächspartner. Digitale Marktführer nutzen Stimmerkennung als Schlüssel für Umsatzstärke, operative Verbesserungen und Kundenzufriedenheit.

Mit den Sprachfunktionen des Avaya IX Contact Center können Unternehmen die Self-Service-Automatisierung nutzen, um Kunden über die von ihnen bevorzugten Kanäle einen schnellen und effizienten Self-Service mit der Option bereitzustellen, bei Bedarf nahtlos mit einem Agenten verbunden zu werden (der gesamte Gesprächskontext wird weitergegeben, um unmittelbar fortfahren zu können).

Darüber hinaus können Unternehmen traditionelle IVR-Systeme in Konversationsanwendungen umwandeln, um persönlichere, ertragreichere Ergebnisse zu erzielen. Auf diese Weise lassen sich mit der Technologie für maschinelles Lernen und Natürliche Sprachverarbeitung (NLP; Natural Language Processing), die hinter einer persönlichen, virtuellen Assistentenlösung (d. h. Amazon Alexa, Google Home) steckt, Automatisierungsplattformen für den Kundenservice aufzubauen, die mit einer traditionellen Voice-IVR vergleichbar sind.

Durch die Verbindung von maschinellem Lernen und sprachbasierten Konversationen ist ein besseres Verständnis für wichtige Kundenprobleme möglich, um Personalisierungsvorhaben voranzutreiben. Diese gewonnenen Erkenntnisse in Interaktionen können Unternehmen im Zusammenspiel mit intelligentem Inbound- und Outbound-Marketing dabei helfen, neue Einnahmequellen für das Contact Center, wie z. B. Cross- und Up-Selling-Maßnahmen sowie weitere spezielle Werbeaktionen und Rabatte, zu erschließen.

Denn wenn die Möglichkeit besteht, jede sprachbasierte Interaktion zu analysieren, um beispielsweise Kunden mit hohem Abwanderungsrisiko zu ermitteln, können proaktiv Angebote zur Kundenbindung unterbreitet werden. Derselbe Ansatz ist auch auf kaufbereite Kunden oder solche anwendbar, die nach einem neuen Produkt, Service oder Add-on suchen.



Digitale Kanäle machen 43 % der weltweiten Interaktionen des Contact Centre aus.

Digital: Individuell abgestimmte Omnichannel-Erfahrungen

Digitale Kanäle wie E-Mail, Web-Chat, SMS und Social Media haben die Tür zu neuen Möglichkeiten aufgestoßen, aber auch neue Herausforderungen mit sich gebracht. Heute werden 43 % der weltweiten Contact Center-Interaktionen über digitale Kanäle abgewickelt, wobei das durchschnittliche Kundenserviceteam dabei mit neun nicht sprachbasierten Kanälen arbeitet. Studien von Deloitte zufolge planen 46 % der Contact Center in der Finanzdienstleistungsbranche bis 2019, Videochat-Funktionen anzubieten. In der Energie- und Rohstoffwirtschaft hat Social Media in den vergangenen zwei Jahren als Dienstleistungskanal um mehr als 120 % zugelegt.

Unternehmen sind gefordert, die Lücke zwischen digitalen Kanälen der nächsten Generation und einer reibungslosen Kundenservice-Erfahrung zu schließen. Avaya IX Contact Center ist genau darauf ausgelegt, Unternehmen dabei zu helfen, ihr Contact Center in einen wichtigen strategischen Unternehmenswert zu verwandeln, der die Kundentreue stärkt und nachhaltige Kundenbeziehungen schafft.

Eine konsolidierte Desktop-Ansicht von Kundeninformationen und die vereinfachte Verwaltung digitaler Kanäle und Geräte sorgen dafür, dass jede Interaktion zu einer einfachen, aber effektiven Erfahrung wird. Agenten können nahtlos und ohne Kontextverlust verfolgen, wenn Kunden die Kanäle wechseln, das Gespräch fortführen und mit den Kunden Informationen, Weblinks, Dokumente, Videos und andere zugehörige Daten austauschen.

Die Analyse der Customer Journey kann dem Contact Center zu herausragenden Omnichannel-Interaktionen verhelfen. Nehmen wir einen Einzelhändler als Beispiel: So könnte ein Agent während eines Anrufs über E-Mail, SMS oder einen anderen bevorzugten Kanal einen Screenshot von einem Schuh in Größe 8 an den Kunden weiterleiten, der einem Modell ähnelt, nach dem der Kunden auf der Website des Unternehmens gesucht hat. Alternativ kann auch ein Video verschickt werden, das zeigt, welche Trage- und Kombinationsmöglichkeiten ein bestimmtes Kleidungsstück bietet.



Die Mitarbeiter der ersten Contact Center unterscheiden sich deutlich von denen der heutigen Zeit.

Agent Desktop: Die Geheimwaffe für mehr Produktivität

Selbst der beste Kundenmitarbeiter kann nicht richtig arbeiten, wenn er ineffiziente Arbeitswerkzeuge hat. Dies stellt ein Problem dar, weil die Mehrheit (67 %) der Agenten laut Regalix im Zuge einer Kundeninteraktion drei bis fünf unterschiedliche Anwendungen nutzt. Deloitte zufolge haben außerdem 62 % der Manager eines Contacts Centers Schwierigkeiten, verschiedene Systeme miteinander zu verknüpfen, um die Ansicht für die Agenten übersichtlicher zu gestalten. Dadurch können schnell unnötige Kosten und Rentabilitätseinbußen entstehen. Eine Studie von Gartner hat gezeigt, dass das Wechseln zwischen mehreren Bildschirmen für ein konventionelles Contact Center Produktivitätsverluste in Höhe von 1,57 Mio. US Dollar pro Jahr bedeuten kann.

Die offene Architektur des Avaya IX Contact Center ermöglicht Unternehmen eine leichte Integration in die vorhandene Contact Center-Umgebung, um möglichst zu verhindern, dass die Agenten verschiedene Fenster oder Systeme öffnen müssen, um Informationen zu erhalten oder eine Änderung vorzunehmen. Auf diese Weise kann ein Agent, der eine einfache Frage zu einer Rechnung beantworten muss, schnell über Pop-up-Anwendungen oder erweiterte Funktionen auf die Informationen zugreifen, ohne seine Hauptansicht verlassen oder den Kunden unnötig an die Rechnungsabteilung weiterleiten zu müssen.

Fortschrittliche Desktop-Analysen gewähren den Agenten zudem Einblick in die Wünsche oder Bedürfnisse der Kunden, bevor sie es selbst wissen. Nehmen wir einen Autohersteller als Beispiel: Durch die kontinuierliche Analyse der Kundengespräche kann das Unternehmen genau vorhersagen, wann die Fahrzeuge zur Inspektion müssen und bestimmte Teile verschleifen. Anhand dieser Informationen können die Agenten die Art der Interaktionen besser absehen und Empfehlungen für Inspektions- und Wartungsarbeiten aussprechen, bevor ein Problem auftritt.

Workforce Engagement: Intelligenter Einsatz von Technologien

Die Mitarbeiter der ersten Contact Center unterscheiden sich deutlich von denen der heutigen Zeit. Die Agenten erwarten nun eine größere Flexibilität, individueller abgestimmte Schulungen, verstärktes Engagement und dieselben Tools, die sie auch im Privatleben nutzen. Avaya IX Contact Center bietet eine 360-Grad-Strategie zum Mitarbeiterengagement, die auf verbraucherorientierten Tools, automatischem Coaching, Sprachanalyse und mehr aufbaut.

So lassen sich beispielsweise auch Sprachinteraktionen analysieren, um ein besseres Verständnis dafür zu bekommen, welcherlei Erfahrungen Kunden über alle Kommunikationskanäle hinweg sammeln, und welche Bereiche, wie z. B. Einschränkungen in Anwendungen, Verfahren oder Richtlinien, Agenten die Arbeit erschweren. Darüber hinaus werden sowohl Einblicke in die Stimmung und Bedenken der Mitarbeiter als auch der Kunden gewährt. Es ist sogar möglich, einen Net Promoter Score für Mitarbeiter zu erstellen.



In der heutigen, sich rasant verändernden Zeit ist das Contact Center weiterhin Dreh - und Angelpunkt für inspirierende Erfahrungen.

Dabei sollten Unternehmen den Fokus auf die Erfahrung der Mitarbeiter richten, die erforderlich ist, um die Kunden effektiver betreuen zu können. Dazu gehören zahlreiche Technologien, die auch Verbraucher für die Kommunikation und Interaktion bevorzugen, darunter Prozessautomatisierung, virtuelle Assistenten und mobile Lösungen. Virtuelle Assistenten können Agenten z. B. automatisierte Unterstützung bieten, um Bearbeitungszeiten zu verringern, die Genauigkeit zu erhöhen, die Compliance zu fördern sowie die Einbeziehung der Mitarbeiter zu gewährleisten. Um die Einhaltung von Compliance-Vorgaben sicherzustellen, kann ein virtueller Assistent durch das Aufdecken von Unregelmäßigkeiten, wie versäumte Identitätsüberprüfungen oder Verletzungen von Offenlegungspflichten, Anrufe im Hinblick auf interne und externe Verstöße überwachen. Eine Lösung dieser Art kann zudem sich wiederholende oder langwierige Interaktionen ermitteln, damit Agenten Gespräche anregender und interessanter gestalten können.

In der heutigen, sich rasant verändernden Zeit ist das Contact Center weiterhin Dreh - und Angelpunkt für inspirierende Erfahrungen. Ganz gleich, inwieweit ein Unternehmen sein Cloud - oder digitales Umstellungsvorhaben bereits in die Tat umgesetzt hat - Avaya kann dabei helfen, das Contact Center fit für die Zukunft zu machen.

Über Avaya

Unternehmen bauen auf den Erfahrungen auf, die sie bieten, und täglich bauen Millionen dieser Erfahrungen auf Avaya (NYSE:AVYA) auf. Seit mehr als 100 Jahren führen wir Unternehmen auf der ganzen Welt auf die Gewinnerstraße, indem wir intelligente Kommunikationserfahrungen für Kunden und Mitarbeiter erschaffen. Avaya erstellt offene, zusammengeführte und innovative Lösungen, die die Kommunikation und Kollaboration verbessern und vereinfachen ... in der Cloud, vor Ort oder als Hybridlösung. Wir engagieren uns für Innovationen, partnerschaftliche Zusammenarbeit und die Zukunft, damit Ihr Unternehmen wachsen kann. Wir sind das Technologieunternehmen Ihres Vertrauens und helfen Ihnen, die besten Nutzererfahrungen zu bieten. Besuchen Sie uns auch auf www.avaya.com/de.

