

Schneller, einfacher und persönlicher Service ist entscheidend

Umständliche Interaktionen im Bankwesen sind leider die Regel. Alle Beteiligten haben damit zu kämpfen – Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen. Wir zeigen Ihnen in sechs Schritten, wie Sie Anfragen unkomplizierter beantworten, die Kundenzufriedenheit steigern und Ihren Service vereinfachen können.

Von einem einfacheren Service profitieren alle: Kunden und Mitarbeiter

- Banken müssen sich auf unvorhersehbare Kundenvorlieben und schwankende Anfragezahlen einstellen und Kanäle schnell erweitern können – ohne dass das gewohnte Kundenerlebnis auf der Strecke bleibt.
- Konventionelle Interaktionen im Servicebereich helfen dabei jedoch nicht: Weil digitale Angebote fehlen, müssen Kunden gezwungenermaßen mit einem Mitarbeiter sprechen. Für Mitarbeiter im Middle- und Back-Office bedeutet das mehr manuelle und doppelte Arbeit, die Ihren Service ausbremst. An gewohnten Abläufen festzuhalten, mag einfach sein, aber mit intelligenter Automatisierung haben führende Banken die Chance, Kunden eine moderne digitale Lösung zu bieten – und zugleich Arbeitsabläufe reibungsloser zu gestalten.
- Der größte Vorteil lässt sich in zwei Worten zusammenfassen: **zufriedene Kunden.**

Wie bindet man Kunden ein Leben lang?

Die Antwort ist einfacher, als man glaubt. Kleiner Tipp: nicht mit veralteten Interaktionsmethoden, Serviceprozessen und Systemen. Ihr Service sollte so einfach wie möglich sein, wo auch immer Kunden mit Ihnen interagieren. So sorgen Sie für zufriedene Kunden und Mitarbeiter – und sparen bares Geld.

Die Frage, ob Sie Ihre vorhandene Kundenservice-Lösung ersetzen oder erweitern sollten, lässt sich nicht immer leicht beantworten. Die gute Nachricht lautet: Man kann bisherige Arbeitsweisen optimieren, ohne vorhandene Lösungen auszutauschen.

Wir haben sechs einfache Schritte definiert, mit denen Sie den Kundenservice optimieren und den damit verbundenen Arbeitsaufwand verringern können.

Reduzieren Sie durchschnittliche Bearbeitungszeiten und erzielen Sie einen ROI von 289 % pro 2.000 Mitarbeitern.

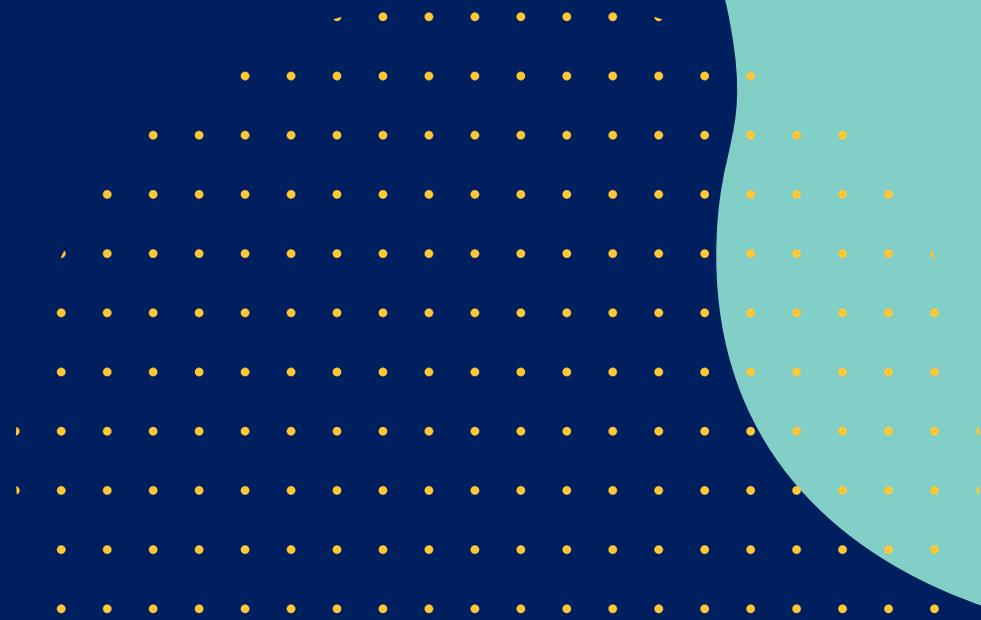
Leiten Sie Mitarbeiter bei Kundeninteraktionen zu einem besseren, schnelleren Service an. Vermeiden Sie interne Verzögerungen mit einem Vorgangsmanagement, das Mitarbeiter durch die Bearbeitung führt und den Kundenkontext zeigt. Nutzen Sie Contact-Center vorrangig für Empfehlungen in Echtzeit. Befreien Sie Mitarbeiter von Routineaufgaben und manueller Datenerfassung.

„Wir wollten eine integrierte Lösung schaffen, die Kundenbedürfnisse erfüllt und Kundenerwartungen übertrifft.“

Jim Bush, Executive Vice President,
World Service – **American Express**

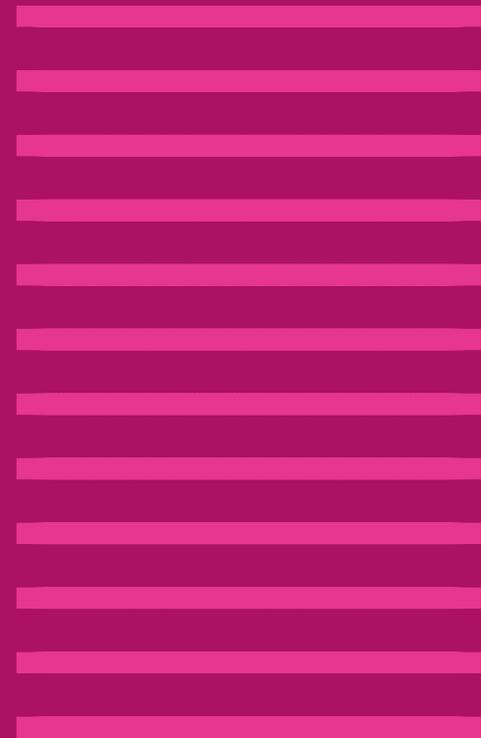


6 Schritte zu einem unkomplizierten Service



Unabhängig davon, welche Rolle Sie beim Kundenservice Ihres Unternehmens spielen – ob Sie die Strategie planen oder im Kontaktcenter hervorragende Arbeit leisten: Sie möchten wahrscheinlich einen möglichst schnellen, unkomplizierten und kundenorientierten Service bieten. Das ist leichter gesagt als getan. Ständig kommen neue Kanäle hinzu und die Kundenerwartungen steigen unablässig. Sehen wir den Tatsachen ins Auge: Kundenservice ist heutzutage überaus komplex. Eine neue Generation an Kundenservice-Technologien kann Ihrem Team helfen, diese Komplexität sowohl für Kunden als auch für Mitarbeiter und Administratoren über alle Service-Touchpoints hinweg zu reduzieren.

**Sie möchten Ihren Kundenservice unkomplizierter gestalten?
Beginnen Sie mit diesen sechs Schritten.**



1. SCHRITT

Setzen Sie auf eine kanallose Strategie

Um den Kundenservice zu vereinfachen und Ihre kanalübergreifende Vision zu verwirklichen, ist eine neue Herangehensweise erforderlich. Viele Unternehmen machen den Fehler, pro Kanal vorzugehen – z. B. durch die Investition in neue Anwendungen oder Chatbot-Lösungen, die nur für einen Kanal funktionieren. Die gesamte Logik und Entscheidungsfindung wird dann für einzelne Apps und Bots entwickelt und muss speziell für einen einzigen Kanal programmiert werden. Will der Kundenservice einen weiteren Kanal hinzufügen oder sind Änderungen notwendig, muss der Code für jeden einzelnen Kanal angepasst werden. Die Folge ist unnötige Komplexität im gesamten Unternehmen.

Dieses Problem lässt sich durch eine kanallose Strategie einfach lösen: Gegenüber Methoden, die sich auf individuelle Kanäle konzentrieren, beruhen bei einer kanallosen Strategie alle Abläufe auf einem zentralen Ausgangspunkt. Bei diesem **Center-out**-Ansatz steht die Customer Journey im Mittelpunkt, nicht der einzelne Kanal. Weil die Ergebnisse aus Kundensicht an erster Stelle stehen, muss die Anwendungslogik nur einmal entwickelt werden. Danach können Sie sie in jedem unterstützten Kanal aktivieren und so für einheitliche Erlebnisse bei jeder Interaktion sorgen. Mit anderen Worten: Ihre Kunden genießen stets denselben ausgezeichneten Service, unabhängig vom Kanal.



Bei einer kanallosen Strategie beruhen alle Abläufe **auf einem zentralen Ausgangspunkt**: Im Mittelpunkt steht die Customer Journey, nicht der einzelne Kanal.

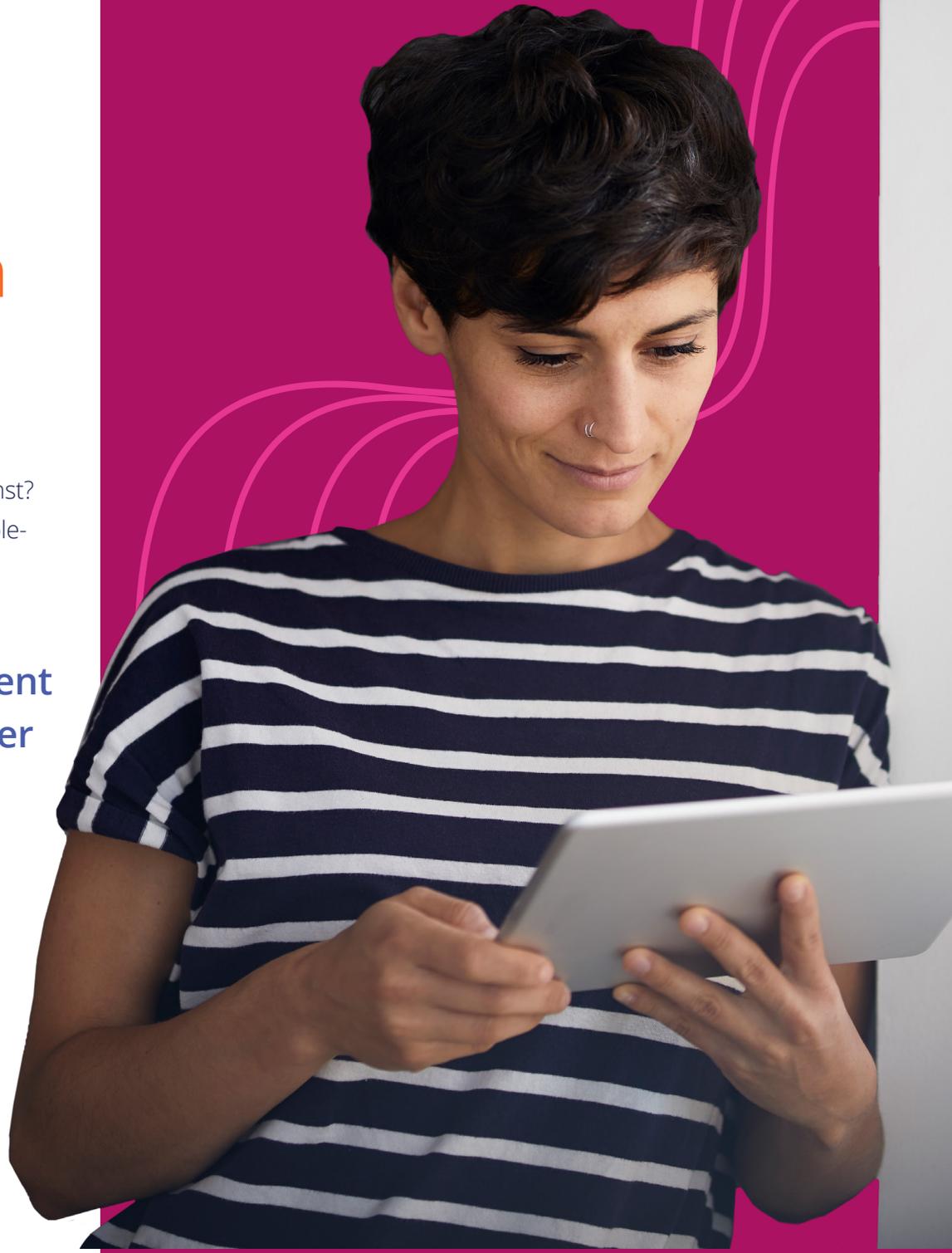
2. SCHRITT

Automatisieren Sie Aufgaben, nicht den Workflow

Wird Ihr Team durch arbeitsintensive Routine-Aufgaben ausgebremst? Dann könnten Sie mit intelligenter Automatisierung unnötige Komplexität eliminieren und Kundenservice-Abläufe effizienter gestalten.

Von der Anfrage bis zum Ergebnis: Ein mehrdimensionales Vorgangsmanagement unterstützt Sie bei der Koordinierung aller Aufgaben.

Dabei werden alle Schritte und Phasen der Customer Journey klar definiert, um die Anforderungen des Kunden kontextbezogen zu erfüllen. Gemeinsam mit überwachter und unüberwachter Robotic Process Automation (RPA) können Sie Bots einsetzen, die Ihnen einige aufwendige Pflichtaufgaben abnehmen. Ihre Mitarbeiter müssen Anfragen nicht mehr durch zig Abteilungen weiterleiten – und Ihre Kunden freuen sich über die schnellere Lösung ihrer Probleme.



3. SCHRITT

Mehr Effizienz mit kontextbezogenem Self-Service

Steigende Anforderungen und ein hohes Anfragevolumen können Ihren Kundenservice enorm unter Druck setzen. Um Anfragen im Vorfeld zu filtern, Probleme schneller zu lösen und die Gesamtkosten zu senken, sollten Sie Kunden einen kontextbezogenen Self-Service bieten. Das vereinfacht den Service für Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen.

Klassische Self-Service-Strategien stellen oft das Produkt in den Mittelpunkt, wodurch sich Kundenprobleme schlecht eingrenzen lassen und häufig keine Lösung gefunden wird. Beim kontextbezogenen Self-Service hingegen optimieren Sie all Ihre Kanäle so, dass der Fokus ganz auf der individuellen Customer Journey liegt. So können Sie jederzeit und überall mit gleichbleibender Servicequalität auf die konkreten Bedürfnisse jedes Kunden eingehen. Ganz gleich also, ob ein Kunde seine Anfrage über eine mobile App, einen intelligenten virtuellen Assistenten, ein Sprachdialogsystem (IVR) oder ein personalisiertes Webportal stellt – er kann sein Problem **ohne Hilfe eines Mitarbeiters** selbst in die Hand nehmen und oft sogar eigenständig lösen. Mit KI können Self-Service-Kanäle zudem Daten zu bisherigen Kundenaktivitäten, Echtzeitdaten sowie Informationen zu aktuellen Ereignissen nutzen, um genauer zu analysieren, warum ein Kunde sich überhaupt an den Kundenservice wendet. Das entlastet die Warteschlangen Ihrer Mitarbeiter und so bleibt mehr Zeit für Anfragen, die sich nur von Mensch zu Mensch lösen lassen.



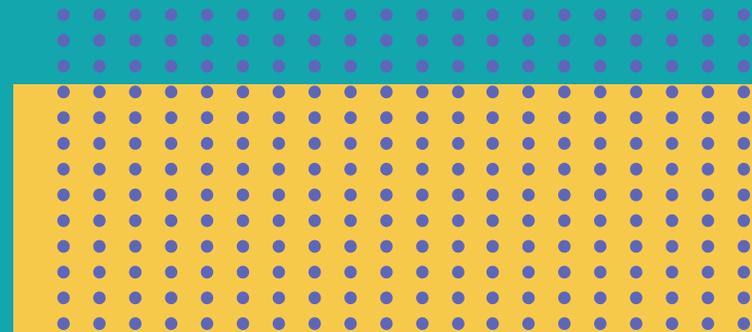
4. SCHRITT

Machen Sie Schluss mit dem ständigen Wechseln zwischen Anwendungen

Für Kundenbetreuer ist es besonders frustrierend, wenn sie ständig zwischen mehreren Fenstern und Anwendungen hin und her wechseln müssen, um alle Informationen zu finden. Wenn Sie alle Kundenservice-Tools in einer einzigen Desktop-Anwendung konsolidieren, können Mitarbeiter viel schneller auf benötigte Daten zugreifen – und das verbessert den Kundenservice entscheidend. Mit einer zentralen Ansicht, die Daten aus Bestandssystemen, Kanälen, Interaktionen und bisherigen Serviceanfragen von Kunden gemeinsam darstellt, können Mitarbeiter leichter den individuellen Kundenkontext erfassen und die aktuelle Interaktion besser verstehen.

Falls Sie Serviceleistungen über mehrere digitale Kanäle hinweg erbringen, können Mitarbeiter mithilfe einer solchen Desktop-Ansicht auch mehrere Kunden gleichzeitig über eine einzige Konsole betreuen: Ein Mitarbeiter könnte z. B. eine Anfrage im Facebook Messenger beantworten, dann einen Tweet kommentieren und sich anschließend um eine Beschwerde kümmern, die per SMS eingegangen ist – ohne auch nur einmal die Anwendung wechseln zu müssen.

Wenn Sie alle Kundenservice-Tools in einer einzigen Desktop-Anwendung konsolidieren, können Mitarbeiter viel schneller auf benötigte Daten zugreifen – das **verbessert den Kundenservice** entscheidend.



5. SCHRITT

Setzen Sie auf systematische Erkenntnisse statt nur auf Informationen

Die Servicekomplexität verringern Sie nicht dadurch, indem Sie noch ein weiteres Informationssystem einbinden, das Ihre Kundenbetreuer wie eine virtuelle Rollkartei nach relevanten Kundendaten durchforsten müssen. Das dauert einfach zu lange und wichtige Informationen werden zu leicht übersehen. Ein zentrales System für sämtliche Erkenntnisse vereinfacht nicht nur den Kundenservice, sondern **verhindert auch, dass Wichtiges übersehen wird.**

Mit KI, Entscheidungsfindung und Vorgangsmanagement können Mitarbeiter Empfehlungen und relevante Erkenntnisse in Echtzeit abrufen – und zwar genau dann, wenn es darauf ankommt. Ein KI-System, das Intentionen automatisch und interaktionsübergreifend erkennt, unterstützt Mitarbeiter beim Kundendialog und hilft ihnen, die besonderen Bedürfnisse jedes Kunden besser zu verstehen.



6. SCHRITT

Lösen Sie Probleme proaktiv



Ein zukunftsfähiger Kundenservice muss die Anforderungen jedes Kunden frühzeitig erkennen – am besten noch vor dem Kunden selbst. Mit einem proaktiven, vorausschauendem Service kommen Sie nicht nur Kunden entgegen, sondern entlasten auch Ihre Kundenbetreuer, die weniger Anfragen persönlich klären müssen. Dabei wird mithilfe von KI, Mustererkennung und auslösenden Ereignissen analysiert, wann ein Kunde voraussichtlich Hilfe brauchen wird.

Beispielsweise könnten Sie einen Kunden mit wenig Guthaben auf dem Bankkonto proaktiv darauf hinweisen und ihm vielleicht sogar eine Lösung zur Vermeidung einer Kontoüberziehung anbieten. Dies hinterlässt einen positiven Eindruck bei Ihren Kunden und gibt ihnen das Gefühl, dass Sie sich wirklich um sie kümmern. Gemeinsam mit Automatisierung und effektiven Methoden zur Sichtung eingehender Anfragen kann ein proaktiver, präventiver Kundenservice manchmal sogar Probleme lösen, ohne dass Mitarbeiter eingreifen müssen.

Wahrscheinlich suchen auch Sie schon seit Jahren nach Möglichkeiten, um den Kundenservice unkomplizierter zu gestalten. Und vielleicht war der geeignete Ansatz für Sie bisher einfach nicht realisierbar. Mit der neuen Generation von Kundenservice-Technologien – basierend auf KI, Automatisierung und einer Center-out™-Architektur – können Sie den Kundenservice jetzt für Kunden, Mitarbeiter und IT-Teams vereinfachen. Die sechs Schritte in diesem E-Book sind wichtige Grundlagen, damit Sie von der ersten Implementierung bis hin zur Interaktion mit Kunden Ihrem Ziel näherkommen: weniger Komplexität und ein ausgezeichneter Service auf ganzer Linie.

Sie möchten Ihren Kundenservice endlich vereinfachen? Pega hilft Ihnen dabei. Weitere Informationen erhalten Sie unter pega.com/de.



Über Pegasystems

Pega bietet innovative Software, mit der komplexe Geschäftsprozesse auf genial einfache Art umgesetzt werden können. Die auf künstlicher Intelligenz und Roboter-Automatisierung basierenden Lösungen von Pega verhelfen seit 1983 führenden Marken in aller Welt zu bahnbrechenden Ergebnissen. Unsere Low-Code-Plattform mit skalierbarer Architektur gibt Nutzern die nötigen Tools an die Hand, mit denen sie Anwendungen schnell implementieren, erweitern und modifizieren können – so werden die strategischen Anforderungen unserer Kunden effizient erfüllt.