

Digital Customer Experience – vom Kunden aus gedacht

Digitalisierung von Kundenbeziehungen als Voraussetzung einer Digital Customer Experience.

So gut wie alle Unternehmen sagen: Der Kunde steht bei uns im Mittelpunkt. Aber was sagt der Kunde? Wie ist es um das Kundenerlebnis bestellt, wenn die analoge Welt auf die digitale trifft?



Autor:
Oliver Hechler,
Geschäftsführer
BSI Deutschland,
CRM-Experte und
Leiter der Branchen-
Community Finance

IDG Research führte Anfang des Jahres 2017 326 qualifizierte Interviews unter IT-Verantwortlichen, strategischen Entscheidern und C-Level Managern durch. Die Ergebnisse wurden in der Studie „Digital Customer Experience“ (IDG, 2017) verdichtet. Wir von BSI haben den Fragebogen massgeblich mitgestaltet und gespannt auf die Ergebnisse gewartet. Als Begleiter der digitalen Transformation stehen wir in der ersten Reihe wenn es darum geht, Werkzeuge zur Verknüpfung der analogen und digitalen Kundenbeziehungen zu optimieren.

Zentrale Handlungsfelder der digitalen Transformation?

Diese Frage beantwortete mehr als die Hälfte der Studienteilnehmer mit: „Die Digitalisierung der gesamten Kundenbeziehung (Digital Customer Experience, kurz DCX)“. Bevor die Unternehmen etwas von IoT und neuen digitalen Produkten wissen wollen, möchten sie sich der digitalen Kundenbeziehung widmen.

Vor allem Vorstand und Geschäftsleitung sprechen der DCX die höchste Bedeutung zu – mehr noch, als die Kollegen aus

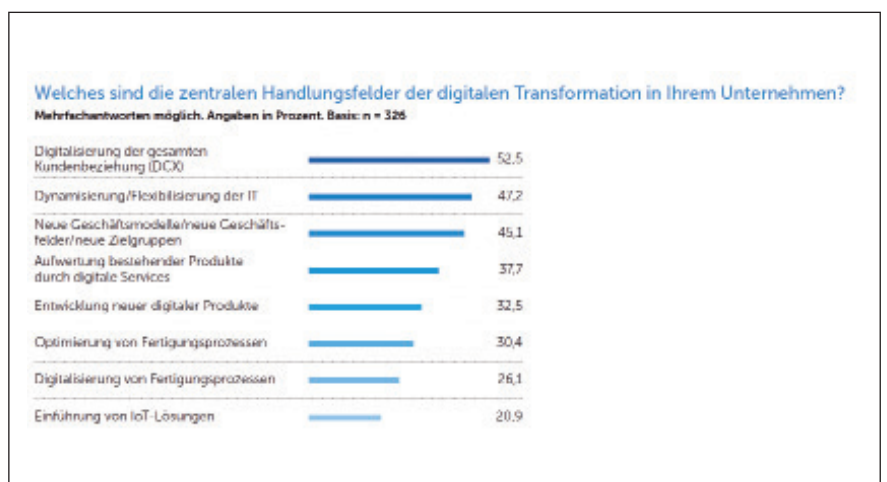


Wie sieht sie aus – die optimale Digital Customer Experience?

Quelle: DCX-Studie 2017, IDG Research

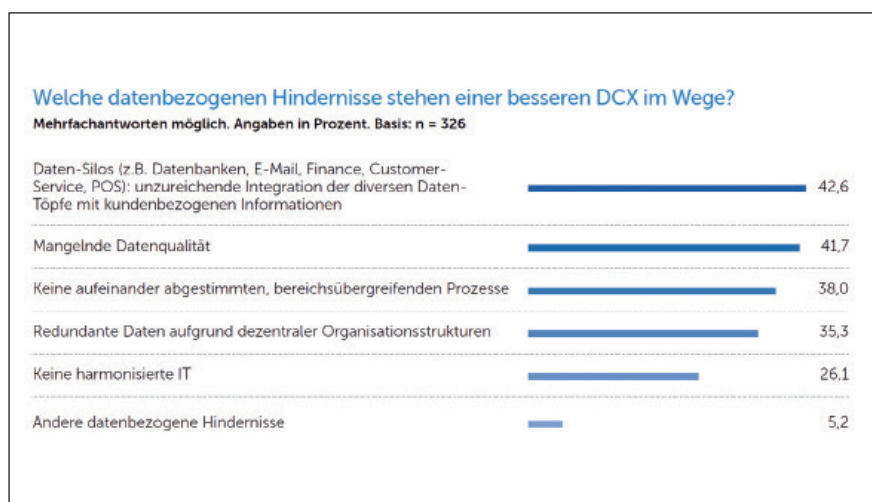
der IT und den Fachabteilungen. Das überschneidet sich mit unserer Erfahrung: Auch wir beobachten, dass die DCX-Vision im Top-Management auf einem sehr hohen Niveau diskutiert wird. Allerdings kommen neben der Vision

kaum konkrete Lösungsvorschläge und Vorgehensweisen bei den Fachabteilungen an. Diese stehen verlassen mit den gewaltigen Anforderungen zur Digitalisierung da, aber sie können die notwendigen Daten und Tools nicht verknüpfen.



Für mehr als die Hälfte ist DCX das zentrale Handlungsfeld

Quelle: DCX-Studie 2017, IDG Research



Problemfelder: Daten-Silos und ungenügende Datenqualität Quelle: DCX-Studie 2017, IDG Research

Konkrete Lösungen für Call Center

Wir bei BSI beschäftigen uns intensiv mit Kundenbeziehungen: In Gesprächen mit Kunden, aber auch in Forschungsprojekten untersuchen wir die Bedürfnisse des modernen Kundendialogs und wie wir die Herausforderungen lösen können. Insbesondere haben wir uns darauf spezialisiert, auch analoge Abschnitte der Kundenreise digital erfassbar und damit automatisierbar zu machen. Das beginnt bei der Dunkelverarbeitung und reicht hin bis zu unserer neuen Digitalisierungs-Plattform, mit welcher sich Banken und Finanzdienstleister Customer Storys intuitiv bauen, Umsysteme einfach einbinden, Echtzeit-Trigger erstellen, Up- und Cross-Selling optimieren, intelligente Bots einbinden können und vieles mehr.

Bahn frei für Prozesse und Datenintegration

Um diesen fortgeschrittenen Grad an Automatisierung zu erreichen, bedarf es einer wesentlichen Grundlage: siloübergreifende Prozesse und frei fließende Daten. Beide sind gemäß der aktuellen DCX-Studie Grundvoraussetzung für eine

durchgängige Customer Journey. Hier geben weder die Kunden den Unternehmen, noch die Unternehmen sich selbst Bestnoten, wenn sie nach der Qualität und Aktualität ihrer Kundendaten, ihrer digitalen Prozesse und der Informationsbereitstellung an allen Touchpoints gefragt werden. Insehlösungen und geringe Datenqualität sind gemäß Studie das größte Hindernis für eine bessere, sprich durchgängigere Digital Customer Experience. Aktuell muss ein reibungsloser Datenaustausch noch allzu häufig auf Besitzansprüche Rücksicht nehmen – Gift für ein nahtloses Kundenerlebnis. Es empfiehlt sich, auf diese kulturellen und politischen Dimensionen von Beginn an einzugehen und alle Stakeholder abzuholen. Das braucht zwar vorerst Zeit, befeuert (oder blockiert) allerdings den Projekterfolg entscheidend.

Telefon ist immer noch der wichtigste Kontaktpunkt

Trotz aller Digitalisierung, Automatisierung und Virtualisierung: Das Telefon hält sich hartnäckig als wichtigster Kontaktkanal. Es bleibt gemäß Studie trotz der vielen neuen Möglichkeiten die bedeutendste Schnittstelle zum Kunden, wenn es darum geht, Anliegen entgegenzunehmen oder

Botschaften zu übermitteln. Das liegt gewiss einerseits an dem hohen Grad an Komfort, welchen das Medium bietet. Andererseits kann es auch mit dem geringen Anteil elektronischer Self-Service-Center zusammenhängen, welche Kunden einen einfachen Rund-um-die-Uhr-Service ermöglichen würden. Für eine durchgängige Customer Journey ist die Integration von Self-Service-Portalen essenziell. Sie bieten einerseits einen einfachen Zugang zum Unternehmen, und das 24x7. Andererseits dienen sie auch der Reduktion von Anrufen. Denn Kunden konsultieren in der Regel das Internet, ehe sie zum Telefon greifen.

Mensch und Maschine

Was bleiben wird, sind komplexe Beratungsgespräche. Hier ist die Kombination Mensch-CRM unschlagbar: Intelligente CRM-Systeme werden insbesondere die Mitarbeiter im Call Center noch stärker in ihrer täglichen Arbeit entlasten und zu besseren Beratungsleistungen verhelfen. Der Verkäufer erhält vom CRM-System eine sortierte Liste an „Next Best Actions“ und kann mit dem Wissen in seinem Kopf, seiner Intuition und seinem Charme in Kombination mit den Vorschlägen der Maschine den Kunden optimal beraten. Auch Datenschutz-Richtlinien sind in einem guten CRM-System abgebildet. Nicht verwunderlich also, dass gemäß der DCX Studie mehr als die Hälfte der Unternehmen ihr CRM-Budget vergrößert, elf Prozent davon sogar im zweistelligen Bereich. 80 Prozent bauen ihr CRM-System aus, um den neuen Kundenanforderungen an ein durchgängiges digitales Kundenerlebnis gerecht zu werden. CRM ist vor allem vor dem Hintergrund der Digitalisierung ein wirkungsvolles Werkzeug, das die Mitarbeiter noch erfolgreicher macht. Sowohl Kunden als auch Agenten können von diesem Werkzeug im Sinne einer positiven und proaktiven digitalen Erfahrung profitieren. ■