



Bereitstellung verbundener Dienste in einer getrennten Welt

Agilität für heute,
Zukunftssicherheit
für morgen.

Die Telefone klingeln ständig. In den Posteingängen häufen sich die E-Mails. Social Media-Konten und Webchats laufen von Nachrichten über. Viele Unternehmen haben auf jedem Kanal mit einer wahren Flut an Kundenservice-Anfragen zu kämpfen, während sie gleichzeitig den zusätzlichen Herausforderungen einer geografisch verteilten Belegschaft begegnen müssen, um Dienste dezentral bereitzustellen.

Sie müssen eine Möglichkeit finden, mit den erhöhten Volumen fertig zu werden, ohne die Kosten signifikant in die Höhe zu treiben, Empathie mit Kunden und Mitarbeitern an den Tag legen, die alle unvorhergesehenen Herausforderungen gegenüber stehen, und Effizienz, Verfügbarkeit und Kundenoptionen über digitale Kanäle hinweg erhöhen.

Das hört sich unmöglich an. Mit der richtigen Strategie und den richtigen Hilfsmitteln kann sich Ihr Unternehmen aber an das sich ständig verändernde Arbeitsmodell von heute anpassen und weiterhin qualitativ hochwertigen Kundenservice bieten.

Skalieren Sie Ihren Kundenservice mithilfe digitaler Kanäle

Seit Beginn der Pandemie haben die Anrufsvolumina um 1000 %¹ zugenommen. Selbst mit einem Team von hochkarätigen Mitarbeitern ist eines klar: Ihr aktueller Mitarbeiterstamm ist nicht dafür ausgerüstet, mit einem Anstieg der Serviceanrufe um 1000 % klar zu kommen. Mitarbeiter allein können nicht dem massiven Nachfrageanstieg entsprechend skalieren. Es stellt sich die Frage, wie Sie Ihre Kapazitäten skalieren können, ohne viele neue Mitarbeiter einzustellen, und dabei die Wartezeiten kurz halten. Die Antwort: zukunftssichere, multidimensionale Technologie, Fokus auf digitale Messaging-Kanäle, Vorgangsmanagement und intelligente Automatisierung.

Skalierung, um höheren Nachfragen gerecht zu werden, wird sich auf Ihre Fähigkeit stützen müssen, digitale Kanäle auszuweiten, um mehr gleichzeitige Interaktionen verwalten zu können. Dies gilt insbesondere für Kanäle, die Kunden dazu befähigen, ihre eigenen Probleme mittels Self-Service zu beheben oder Mitarbeitern und intelligenten Chatbots zu gestatten, mittels digitalem Messaging mit mehr Kunden zu interagieren. Wenn Sie Kunden zuverlässige alternative Kanäle bereitstellen, an die sie sich bei Servicefragen wenden können, kann das Anrufvolumen reduziert werden.

Automatisierung kann Kunden helfen, Lösungen per Webchat, E-Mail oder andere Kanäle bereitzustellen, die so effektiv sind wie der Anruf bei einem Servicemitarbeiter, ja manchmal sogar effektiver. Und falls der Kunde immer noch anrufen muss, kann die Interaktion mittels Vorgangsmanagement beschleunigt werden, indem die Arbeit über Ihr gesamtes Unternehmen hinweg beschleunigt und die durchschnittliche Bearbeitungszeit reduziert wird.

Zeigen Sie Ihren Kunden, dass Sie für sie da sind

Empathie für Ihre Kunden ist in Zeiten wie diesen unabdingbar. Unternehmen, die nicht mit Sorge und Verständnis auf Kunden reagieren, gehen das Risiko ein, Kunden kurz- und langfristig zu verlieren. Es ist wichtig, das Serviceniveau aufrechtzuerhalten, das Kunden erwarten, und einen Service bereitzustellen, für den Folgendes gilt:

1

Einfach

Überall und immer verfügbar sein: Sie müssen Ihren Kunden helfen, wann und wo diese das wünschen, und zwar zu jeder Tages- und Nachtzeit. Ob durch maschinenbasierte oder menschliche Interaktion: Sie müssen bereit sein, rund um die Uhr und an 7 Tagen die Woche Unterstützung anzubieten.

2

Effizient

Wertschätzen Sie die Zeit: Effizienterer Service ist eine Win-Win-Situation für alle. Kürzere Wartezeiten oder Interaktionsdauern geben Kunden das Gefühl, dass Sie ihre Zeit schätzen. Verbesserte Effizienz hilft Mitarbeitern, ihre Warteschlangen einfacher abzuarbeiten. Und indem es weniger Zeit für jeden Kontakt aufwenden muss, kann Ihr Unternehmen Kosten reduzieren.

3

Empathisch

Bieten Sie kundenspezifisch angepasste Lösungen: Den vollen Kontext Ihrer Kundenbeziehung zu verstehen und humanisierten Service anzubieten kann hinsichtlich der Förderung der Kundentreue in unvorhersehbaren Situationen von ausschlaggebender Bedeutung sein. Ein humanisierter Service ist ein wichtiger Schritt und geht über die Personalisierung hinaus. Er fügt einen zusätzlichen Touch Herz und Mitgefühl hinzu. Präsentieren Sie bei jedem Kontaktpunkt speziell angepasste Angebote und Lösungen, die Ihre Empathie für die Erfahrungen des Kunden zum jeweiligen spezifischen Zeitpunkt widerspiegeln.

Erfolgreiche Umsetzung für bessere Ergebnisse

Kontextabhängiger Self-Service, intelligente virtuelle Assistenten, Vorgangsmanagement, künstliche Intelligenz (KI), empfohlene Aktionen. Das sind nur einige der Disziplinen, die erforderlich sind, um den einfachen, effizienten und empathischen Service bereitzustellen, den Ihre Kunden erwarten, ohne Ihre Ausgaben exponentiell zu steigern.

Es mag sich so anfühlen, als hätte die Liste kein Ende, und Sie wissen nicht genau, womit Sie anfangen sollten. Zum Glück bietet die Pega Customer Service™-Anwendung all diese Funktionen und noch viel mehr. Verschwenden Sie keine Zeit und kein Geld mit Investitionen in Umgehungen oder temporäre Lösungen, die vielleicht momentan helfen, aber nicht in Zukunft. **Pega wird den Erfolg bei allen Ungewissheiten, denen wir derzeit gegenüberstehen, und auch denen, die in Zukunft kommen werden, vorantreiben.**

So hilft Ihnen Pega, Ihre finanziellen Ergebnisse zu verbessern:

Servicekosten-Reduzierung, indem wir Ihnen helfen, Kunden vom Callcenter in kosteneffektivere Kanäle umzuleiten. Mit integrierter KI und Automatisierung können digitale Kanäle Kunden helfen, die gleichen Ergebnisse wie bei einem Telefongespräch zu erzielen, ob mittels automatisierter Optionen oder synchroner oder asynchroner digitaler Messaging-Kanäle, mit denen Mitarbeiter mehrere Anfragen gleichzeitig bearbeiten können.

Steigerung der Mitarbeiterproduktivität mithilfe intelligenter Führungs- und Kooperations-Tools. Ein Mitarbeiter-Desktop mit Pega-Power strafft den Service durch Konsolidierung von Aufgaben auf einem einzigen Bildschirm. Durch die Bereitstellung von Aufgabenempfehlungen, Dialogempfehlungen und sogar vorgesetzten geführten Coachings können Sie die Mitarbeiterleistung verbessern und für einheitliche und konsistente Ergebnisse sorgen.

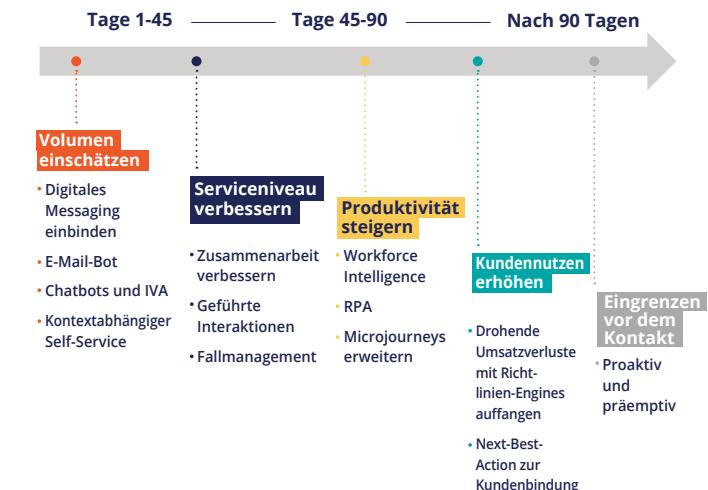
Schutz von Umsatzströmen durch attraktive, wertschöpfende Optionen. Mithilfe von Kontext-KI und vorausschauender Analysen können Sie mit Pega-Anwendungen Umsatzeinbrüche verhindern und die Kundenbindung steigern, und das selbst in schwierigen Zeiten. Identifizieren Sie proaktiv Inkasso-Risiken mithilfe einer vorausschauenden Regel-Engine und führen Sie Verhandlungen über speziell angepasste Zahlungspläne per Vorgangsmanagement. Gleichzeitig können KI und Next-Best-Action-Analyse Ihnen dabei helfen, angemessene Bindungs- und Verlängerungsanreize zu bieten, ohne unnötig zu viel auszugeben.

Hier finden Sie die [vollständige Liste](#) der Disziplinen und Funktionen von Pega Customer Service.

Transformation in fünf Schritten:



Priorisieren Sie Ihren Aktionsplan:



Beispiel-Aktionsplan, bei dem Serviceführungskräfte ein oder mehrere dieser Strategien in jeder Phase anwenden und gleichzeitig inkrementelle Verbesserungen über Zeit bewirken können.

„Das System ermöglicht uns nicht nur ein besseres, sondern auch ein schnelleres Kundenerlebnis – fehlerfrei und in Echtzeit.“

– Chad Stewart
CIO, Annuity Group, Great American Insurance Group



Wer macht es richtig?



Die National Australia Bank nutzt Pega-E-Mail-Bots, um mehr als 30.000 E-Mails automatisch zu sichten, was bei eingehenden Kunden-E-Mails zu einer automatischen Klassifizierungsrate von 75 % führt.

[Weitere Informationen](#)



Durch die Beseitigung von Ineffizienzen aus 93 % der Prozesse mithilfe von Vorgangsmanagement konnte Cisco die Servicekosten um 80 % und die durchschnittliche Bearbeitungszeit um 56 % reduzieren.

[Weitere Informationen](#)



Great American nutzt KI und intelligente Prozessautomatisierung, um die mehr als 500.000 Inhaber von Versicherungspolicen des Unternehmens zu unterstützen. Dadurch konnte die Gesellschaft bestimmte Prozesszeiten um bis zu 50 % und die Auszahlungsbearbeitungszeit von Tagen auf Minuten senken.

[Weitere Informationen](#)



Jetzt ist die Zeit zu handeln

Sind Sie daran interessiert, Ihre Kundenservice-Strategie umzugestalten? In [unserem Whitepaper](#) lesen Sie, welche ersten Schritte Sie dazu unternehmen können.

Weitere Informationen finden Sie unter pega.com/de.