

Ebook

Transformation der DNA Ihres B2B-Kundenservice- Teams

Ein digitaler Assistent für den
gemeinsamen Posteingang



Inhalte

Über dieses eBook	Seite 3
Einleitung	Seite 4
Prüfung herkömmlicher gemeinsamer E-Mail-Postfächer	Seite 6
Vorteile eines digitalen Assistenten	Seite 8
Eine einheitliche Vision für Ihre Kundenkommunikation	Seite 10
Erfolgsgeschichte: Palmer Holland	Seite 16
Fazit.....	Seite 17
Referenzen.....	Seite 18
Über Esker.....	Seite 19

Über dieses eBook

Jeder weiß, dass der Kundenservice eine wichtige Rolle für den Erfolg eines Unternehmens spielt. Was viele Geschäftsführende nicht immer wissen, ist das „Was, Warum und Wie“ hinter einigen der wiederkehrenden Probleme, die scheinbar im Kern vieler Kundenservice-Teams verankert sind - Probleme, die das Wachstum bremsen und den Fortschritt zu einem Zeitpunkt stagnieren lassen, an dem er am nötigsten wäre.

Dieses eBook klärt über die Hintergründe auf, indem es die jüngsten Trends im Kundenservice untersucht, den „Elefanten im Raum“ (gemeinsam genutzte Posteingänge) anspricht und die Vorteile des Einsatzes eines digitalen Assistenten untersucht, der Ihren Kundendienstmitarbeitenden dabei hilft, smarter zu arbeiten.

Betreuung, Support oder Service?

In diesem eBook wird der Begriff Kundenservice verwendet, da er eine breite Palette von Aktivitäten, Interaktionen und Prozessen umfasst, die zu einer viel umfassenderen Kundenerfahrung (CX) beitragen.

Dennoch - Betreuung, Support, Service - wie Sie es nennen, bleibt Ihnen überlassen. Denn obwohl die Bedeutungen und Funktionen von Unternehmen zu Unternehmen variieren können, bleibt das gemeinsame Ziel dasselbe: Kundenzufriedenheit!

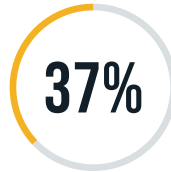
Einleitung

Verbraucher ändern ihre Verhaltensweise

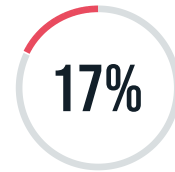
Die Pandemie hat nicht nur die grundlegenden Trends im Kundenservice innerhalb weniger Wochen beschleunigt, sondern war auch ein Katalysator für viele B2C-Konsumenten - um genau zu sein 50 %¹ -, um ihre Ziele und Prioritäten neu zu überdenken. Dieser rasche Perspektivwechsel wirkte sich nicht nur auf ihre persönlichen Erfahrungen (d. h. B2C) aus, sondern auch auf ihre beruflichen (d. h. B2B). So werden beispielsweise Tempo, persönliche Beziehungen und digitale Kompetenz bei Kaufentscheidungen nicht mehr gewünscht, sondern erwartet. Ein typisches Beispiel:



Etwa **3 von 4 jüngeren B2B-Kunden** (d. h. Millennials und Gen Z) sind bereit, einen Aufpreis für proaktiven und vorausschauenden Kundensupport zu zahlen².



Eine Studie aus dem Jahr 2021 ergab, dass **B2B-Kunden mit 37 % höherer** Wahrscheinlichkeit mehr von Unternehmen kaufen, die auf Kundenfeedback hören und es berücksichtigen³.



Gerade einmal **17 % der Unternehmen** geben an, dass ihr digitales Erlebnis (DX) den Kundenerwartungen voraus ist, während 24 % angeben, dass ihr DX hinter den modernen Erwartungen zurückbleibt⁴.

Ein neuer Standard im Kundenservice

Die Verhaltensänderung der Kunden ist nicht die einzige Veränderung, die das Fundament des traditionellen Kundenservices in Frage stellt. In dem Maße, in dem die Unternehmen darum kämpfen, sich in einer postpandemischen digitalen Landschaft zu differenzieren, gehen auch sie neue Wege.

Früher wurde der Kundenservice lediglich als eine Kostenstelle betrachtet, deren primäre Funktion in der Lösung von Transaktionsproblemen bestand. Nun wird er zunehmend als wertschöpfender Betrieb gesehen, der in der Lage ist, die End-to-End-Kundenerfahrung zu gestalten und das langfristige Unternehmenswachstum voranzutreiben. Diese neue Sichtweise legt den Fokus auf folgende Faktoren:



Proaktiver Service > reaktiver Service

Reaktiver Kundenservice ist wie ein Verband: Er stoppt die Blutung, heilt aber nicht die Verletzung. Aus diesem Grund spielen proaktive Strategien - oft unterstützt durch Technologien wie KI - eine wichtige Rolle bei der Steigerung der Kundenbindung und -zufriedenheit.



Komfort und Personalisierung

Über 60 % der Kunden würden nach nur einer schlechten Erfahrung zu einem Konkurrenten wechseln⁵. Aus diesem Grund zentralisieren viele Unternehmen ihre Kommunikation, um eine bequeme und personalisierte Kundenbetreuung zu gewährleisten, unabhängig davon, welcher Kundenservice verfügbar ist oder wer antwortet.



Stärkung der Mitarbeitenden

Der Mangel an sinnvoller Arbeit ist ein wichtiger Grund dafür, dass 70 % der Arbeitnehmenden aktiv darüber nachdenken, ihren Arbeitsplatz zu kündigen⁶. Die glücklichsten Kundendienstmitarbeitenden verbringen heute den Großteil ihrer Zeit mit Aufgaben, die ebenso erfüllend wie wirkungsvoll sind (z. B. Upselling, Cross-Selling usw.).



Niedrigere Servicekosten

Falls wir es vergessen haben sollten: Die Pandemie hat uns alle auf ziemlich unsanfte Weise daran erinnert: Bares ist immer noch Wahres. Die Senkung der Servicekosten war schon immer eine Priorität, aber da Unternehmen neue Chancen für Innovation und Rentabilität nutzen wollen, wird dies immer wichtiger.

Prüfung herkömmlicher gemeinsamer E-Mail-Postfächer

Wenn Unternehmen versuchen, den Nerv der Zeit zu treffen und den Kundenservice zu verbessern, wird ein bestimmtes Element des Prozesses ihre Aufmerksamkeit auf sich ziehen - der gemeinsame E-Mail-Posteingang.

Positives

Die E-Mail ist nach wie vor der wichtigste digitale Kanal, über den Kunden mit einem Unternehmen in Kontakt treten. Natürlich spielen gemeinsam genutzte Posteingänge eine wichtige Rolle, da sie es mehreren Benutzern ermöglichen, E-Mails zu lesen und zu beantworten. Innerhalb der verschiedenen Kommunikationspunkte Ihres Kundenservices ist der gemeinsame Posteingang die essentielle Kraft, die alle Ihre kundenorientierten Geschäftstransaktionen antreibt.

Negatives

Trotz der guten Absichten und der offensichtlichen Vorteile gemeinsam genutzter Postfächer führen ihre Grundvoraussetzungen oft zu einer "Wildwest"-Situation, in der Chaos und Verwirrung die Regel sind, insbesondere wenn das Aufkommen an E-Mails steigt.



Ungefähr 1 von 4 Unternehmen verfügt nicht über die notwendige Technologie, um mit Kunden in Kontakt zu treten und konsistente Erfahrungen über mehrere Kanäle hinweg zu liefern⁷.



Das Unschöne

Wenn der abgebildete Posteingang eine negative Reaktion bei Ihnen hervorruft, ist es vielleicht an der Zeit, über eine Änderung Ihres Prozesses zur Verwaltung der Kundenkommunikation nachzudenken. Genau wegen dieser Art von „Organisation“ geben 62 % der Unternehmen an, dass sie es versäumt haben, auf E-Mails im Kundensupport zu antworten⁸.



Verlorene oder gelöschte E-Mails

Wenn Ihr einziger Anhaltspunkt eine Betreffzeile und ein paar spärliche Worte sind, ist es kein Wunder, dass so viele Kundenservicemitarbeitende dazu neigen, E-Mails zu übersehen oder versehentlich zu löschen - und so die Kunden und andere Kundenservicemitarbeitende im Ungewissen lassen.



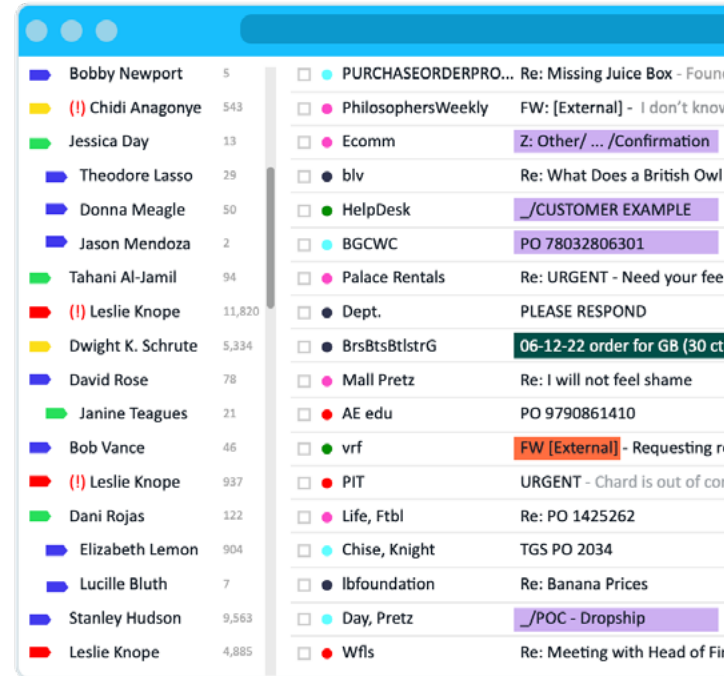
Mangelnde Klarheit und Kontext

Hinzu kommt, dass wichtige Kundendetails oft schwer zu finden sind - Hintergrundinformationen, Gesprächsverlauf, ursprüngliches Problem usw. - wodurch schnelle und präzise Antworten eher die Ausnahme als die Regel sind.



Eingeschränkte Zusammenarbeit

Und schließlich führt die fehlende Zusammenarbeit zu Missgeschicken, wie z. B. dass manche Kunden doppelte Antworten erhalten (manchmal mit widersprüchlichen Nachrichten). Dadurch wird das Vertrauen der Kunden untergraben und die wertvolle Zeit der Kundenservicemitarbeitenden verschwendet.



Vorteile eines digitalen Assistenten

Die Automatisierung des Managements von Kundenanfragen ist die perfekte Ergänzung für Kundenservice-Teams, die sich von einer Kostenstelle zu einem essentiellen Unternehmensbestandteil entwickeln. In Form eines digitalen Assistenten räumen automatisierte Lösungen mit dem Chaos der traditionellen gemeinsamen Posteingänge auf, was zu einem schnelleren, strategischeren Prozess führt, der eine kontinuierliche Verbesserung ermöglicht und mit den Motivationen aller Beteiligten übereinstimmt.

Auswirkung auf das Team

Mit KI-gesteuerten Tools für die Kategorisierung und die Beantwortung von Anfragen, die Weiterleitung von E-Mails, die Zusammenarbeit und die Nachverfolgung (mehr dazu später) steht Ihrem Team alles zur Verfügung, was es braucht, um Kunden proaktiv zu betreuen und einen größeren Wert für das Unternehmen zu schaffen.



Überblick über aktuelle Anfragen sowie Trends nach Kategorie, Datum oder Kunde



Bessere Sichtbarkeit von priorisierten Anfragen (identifiziert aufgrund negativer Stimmungsanalyse oder nahender SLA-Fristen)



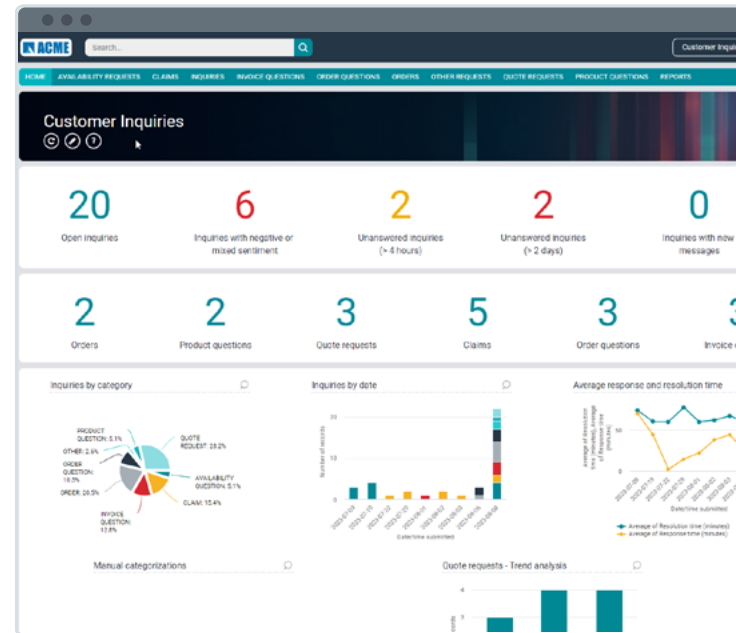
Geringerer Stress, da jeder Kundenservicemitarbeitende jede Anfrage bearbeiten kann



Mehr Zeit für Aktivitäten, die einen echten Beitrag zum Umsatz leisten



Besserer Einblick in SLA Compliance, die Arbeitsbelastung und Leistungstrends der Kundenservicemitarbeitenden



Auswirkungen auf die Kunden

Kunden können anspruchsvoll sein, aber sie sind nicht kompliziert. Wenn sie eine Anfrage per E-Mail senden, könnten ihre Erwartungen nicht einfacher sein: eine schnelle, einheitliche und hilfreiche Antwort. Alles andere ist Grund genug, Ihrem Unternehmen ein „Danke, der Nächste“ zu schicken.

Die Auswirkung eines digitalen Assistenten in Ihrem gemeinsamen Posteingang ist ähnlich einfach: Da der Kundenservice alle benötigten Informationen auf Knopfdruck zur Verfügung hat, erhalten die Kunden den Service, den sie erwarten, und bleiben daher bei Ihnen.

Auswirkung auf das Geschäft

Durch die Einführung eines digitalen Assistenten werden einige der größten Problembereiche in der Kundenkommunikation an der Wurzel gepackt. Dadurch können Unternehmen nicht nur eine Fülle von sichtbaren Vorteilen erzielen (z. B. höhere Effizienz, Kosteneinsparungen, Produktivität usw.), sondern auch einen viel größeren und nachhaltigeren Gewinn in Form von strategischen Vorteilen. Dazu gehören:

- **Höhere Mitarbeiterzufriedenheit**, was zu niedrigeren Fluktuationsraten und effektiverem Recruiting führt
- **Höhere Kundenzufriedenheit**, was zu mehr Geschäftsmöglichkeiten und damit zu höheren Einnahmen führt
- **Verbessertes Betriebskapital** durch schnellere Auftragsabwicklung (d. h. schnellere Rechnungsstellung und Zahlung)
- **Höhere Sicherheit** durch Zentralisierung aller Kundendaten und -dokumente in einer sicheren Cloud-Schnittstelle
- **Größere Widerstandsfähigkeit** des Unternehmens dank aller oben genannten Vorteile, die zu einer stärkeren Geschäftsgrundlage beitragen, die allen zukünftigen Störungen oder Katastrophen standhält



2,4x

Die
Wahrscheinlichkeit,
dass Kunden bei
Unternehmen
bleiben, die ihre
Probleme schnell
lösen, ist **2,4 Mal**
höher⁹.

Wie es funktioniert

Eine einheitliche Vision für ihre Kundenkommunikation

Die automatisierte Verwaltung von Kundenanfragen fungiert als digitaler Assistent für den gemeinsamen E-Mail-Posteingang und gibt Ihrem Team den nötigen Freiraum, um Anfragen schneller zu bearbeiten und die Kundenzufriedenheit zu verbessern. Hier sehen Sie, wie es funktioniert:



KI-gesteuerte Kategorisierung

In einer automatisierten Umgebung zum Management von Kundenanfragen werden alle per E-Mail eingehenden Anfragen direkt an die Cloud-Lösung weitergeleitet. Dort klassifizieren die im Hintergrund arbeitenden KI-Algorithmen - insbesondere die Verarbeitung natürlicher Sprache durch Natural Language Processing (NLP) - die Kundenanfragen in Kategorien, die von Ihrem Unternehmen vorgegeben werden. Bestellungen, Anfragen, Reklamationen ... sie alle werden von der Masse getrennt und dort platziert, wo Sie wünschen.

Die Magie von NPL liegt in der Fähigkeit, den Inhalt der E-Mail und mögliche Anhänge zu analysieren, um automatisch die Anfragekategorie und den emotionalen Ton zu bestimmen. Eine Stimmungsanalyse wird durchgeführt, um Anfragen mit negativem Ton zu identifizieren und zu priorisieren, damit Kundenservicemitarbeitende sie zuerst beantworten können.



KI übernimmt die harte Arbeit, damit Ihre Kundenbetreuenden sie nicht leisten müssen!

Die Lösung klassifiziert jede E-Mail automatisch nach „Dokumententyp“ und erspart Ihren Kundenbetreuenden die zeitraubende Suche und Sortierung im gemeinsamen Posteingang.

The screenshot displays the iESKER software interface. The top navigation bar includes 'iESKER', 'CUSTOMER INQUIRIES', 'Panes', and 'Parameters'. The main content area is divided into two panes. The left pane, titled 'General information', shows fields for 'Sender email address' (dtarg@westeros.com), 'Email subject' (New Order), 'Customer number' (3950), 'Customer name' (Matter Transport), 'Document type' (Order), 'Routing methods' (Order Management application), 'Target configuration' (SOP - Default), and a 'Comment' field. Below this is a 'Customer history' table. The right pane, titled 'Document preview - 90_GB_FL01.pdf - 1/1', shows an 'Invoice' for 'Matter Transport' with address '10 North Lake Avenue, Baird, PA 15006, 1-800-555-2543'. It lists 'Invoice Number: 143901', 'Invoice Date: 8/4/2021', and 'Currency: USD'. Below the invoice details is a table with columns 'Item', 'Ref', 'Description', 'Quantity', and 'Unit Price'. The table contains one row for 'Generator' (T-20300, 1.00 pc, 76,693.80) and summary rows for 'SUBTOTAL', 'TAX AMOUNT (19%)', and 'AMOUNT DUE'. At the bottom of the interface is a row of buttons: 'Send', 'Reject', 'Set aside', 'Save', 'Quit', and 'Save and quit'.

Item	Ref	Description	Quantity	Unit Price
10	T-20300	Generator	1.00 pc	76,693.80
		SUBTOTAL		
		TAX AMOUNT (19%)		
		AMOUNT DUE		

Strategische Antwort

Anfragen zu kategorisieren ist eine Sache, aber sie zu beantworten? Das kann für Ihr Serviceteam ein ganz anderer Knoten sein, den es zu entwirren gilt. Zum Glück ermöglicht die Automatisierung eine schnelle und einfache Beantwortung von Anfragen dank einer Vielzahl intelligenter Antwort- und Weiterleitungsfunktionen.

Vordefinierte E-Mail-Vorlagen

Die KI-Technologie unterstützt die Kundenservicemitarbeitenden bei der Erstellung schneller, relevanter und konsistenter Antworten auf Anfragen, unabhängig davon, welcher Kundenservicemitarbeitende die Anfrage bearbeitet. Die KI analysiert eingehende E-Mails, extrahiert Schlüsselinformationen und fragt verschiedene Systeme ab, um dem Kundenservicemitarbeitenden eine Antwort vorzuschlagen (entweder auf Grundlage einer Vorlage oder individuell von ChatGPT erstellt). Die generierten Antworten werden vom Kundenbetreuenden überprüft und können bearbeitet werden, bevor sie gesendet werden.

The screenshot displays a customer service interface with a dark header bar containing 'JIMART CUSTOMER INQUIRIES' and navigation links. The main area is divided into two panels. The left panel, titled 'General Information', lists customer details: Customer number 3950, Customer name JMart, Document type Order question, Routing method No routing (archive only), Order number 483451, Carrier name UPS, Shipping date 6/10/2023, Estimated delivery date 6/4/2023, and Tracking number 1209777103. The overall sentiment is 'Neutral'. The right panel shows an incoming email titled 'Order Status Request - JMart' from Wilson (samira@ACME.com). Below the email, a 'New conversation' section features a suggested reply generated by ChatGPT, which is pre-filled with a polite response regarding the order status and delivery date. At the bottom, there are buttons for 'Send', 'Reply', 'Get advice', 'Save', 'Quit', and 'Save and quit'.



Lösung des „Wo ist meine Bestellung?“-Problems

Automatisch generierte E-Mail-Antworten bieten Ihren Kunden ein Amazon-ähnliches Erlebnis und bewahren Ihr Team vor dem Schicksal endloser Statusaktualisierungen. Bonus: Die E-Mails können personalisiert werden, um der Markenidentität Ihres Unternehmens zu entsprechen.

Kundenportal

Die E-Mails können auch einen Link zu einem Kundenportal enthalten, über den der Kunde die Lieferankündigung, die Bestellung und alle anderen Bestätigungen im Zusammenhang mit seiner Bestellung einsehen kann. Die Kunden können auch den Status ihrer Sendung direkt im Portal verfolgen.

Abgesehen von der zusätzlichen Effizienz trägt die Verknüpfung mit einem Kundenportal auch dazu bei, die Kunden zur Selbstinitiative zu bewegen, anstatt sie per E-Mail über den Status ihrer Bestellung zu informieren.

The screenshot displays a customer portal interface. On the left, under the heading "Advanced Shipping Notice", there are three sections: "Order Details", "Shipping Information", and "Tracking Information". "Order Details" lists PO number 470721, PO date 8/4/2021, and Sales order number 470721, with a "View order" button. "Shipping Information" lists Delivery note number 7836437247832, Shipping date 8/8/2021, and Estimated delivery date 8/12/2021. "Tracking Information" lists Carrier name FedEx, Carrier account number 69579, and Tracking number 4790181, with a "Track shipment" button. On the right, a "Document preview" window shows an "Invoice" and an "ADVANCED SHIPPING NOTICE". The invoice details include Matter Transport (10 North Lake Avenue, Baird, PA 15006, 1-800-555-2543), Ship-to number 51402 (JMart, 2205 Boston Rd, Westeros, Phone: 555-5555), PO number 470721, PO date 8/4/2021, and Sales order number 470721. Below the invoice is a table with 6 columns: Item, Ref, Description, Quantity, Unit Price, and Amount. The table contains one row for a Generator (T-20300) and a subtotal row.

Item	Ref	Description	Quantity	Unit Price	Amount
10	T-20300	Generator	1.00 pc	76,693.80	76,693.80
SUBTOTAL					76,693.80
TAX AMOUNT (10%)					7,669.38

Automatische Weiterleitung

Wenn Anfragen nicht von Ihrem Kundenservice beantwortet werden können, können sie ganz einfach per E-Mail an diejenigen weitergeleitet werden, die dazu in der Lage sind - so als ob der Kunde die Anfrage direkt an den richtigen Posteingang geschickt hätte.

Zusammenarbeit und Kommunikation

Während der Beantwortung einer Kundenanfrage kann es notwendig sein, dass ein Kundenservicemitarbeitender Informationen von einem oder mehreren Mitarbeitenden oder externen Partnern einholt. Auch hier macht die Automatisierung der Kundenanfragen diese Art der Zusammenarbeit zu einem Kinderspiel, da interne Gespräche direkt in der Lösung gestartet werden können.

Automatisierte Lösungen ermöglichen es den Kunden auch, Antworten per E-Mail zu erhalten und die Möglichkeit zu haben, Informationen in Echtzeit auf dem Kundenportal auszutauschen. Ein zusätzlicher Bonus: Die Lösung speichert die ausgetauschten Informationen, so dass beide Parteien bei Bedarf darauf zurückgreifen können - eine großartige Absicherung gegen potentielle Missverständnisse.



“I get by with a little help from my friends”

Der Kundenservice war vielleicht nicht die Inspirationsquelle für diesen Beatles-Song, aber der Gedanke ist wahr, dass gute Zusammenarbeit viel bewirken kann. Wenn Sie dringend Informationen benötigen, sind die integrierten Kommunikationswerkzeuge des digitalen Assistenten wie Musik in den Ohren eines Kundenservicemitarbeitenden.

– ▾

Internal Conversation

Add participants

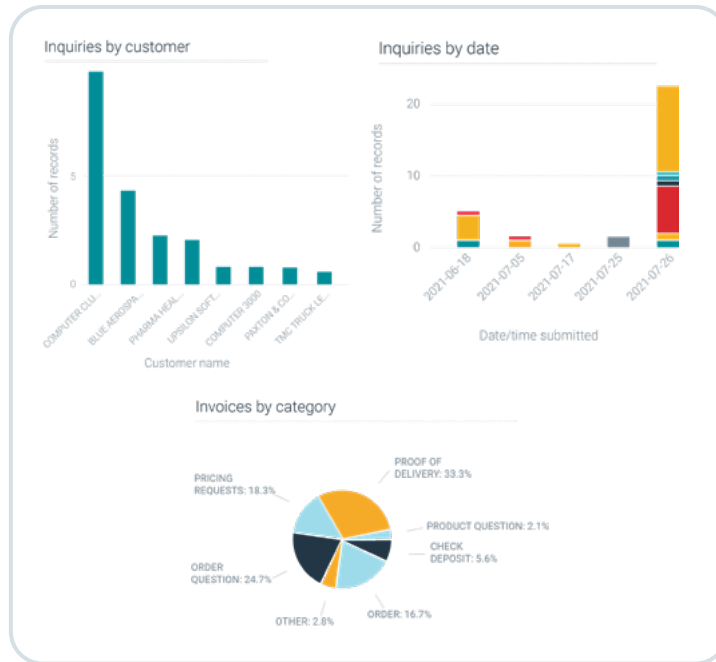
4/14/2022

Julian Clerk added **Alex CSR manager** to this conversation11:23:46 AM

Hi **@Alex CSR manager**, can you confirm that we have availability for this customer request? Thanks!
✓11:24:03 AM

Tracking & Analyse

Dashboards helfen Ihnen dabei, das Chaos an Daten und Informationen zu bewältigen, indem sie das Irrelevante aussortieren, das Wichtige hervorheben und alles funktional und übersichtlich darstellen. Von der Festlegung von Prioritäten bis hin zur Vorhersage zukünftiger Trends - alle für die Verbesserung der Kundenzufriedenheit notwendigen Erkenntnisse sind an einem einzigen, zentralen Ort verfügbar.



Der ultimative Tagesplaner für Ihr Team

„Was soll ich priorisieren?“, „Ist der Mitarbeitende wirklich so beschäftigt?“. User können ihre Dashboards anpassen, um diese und andere relevante Fragen dank der Live-Analyseanzeige mit nur wenigen Klicks zu beantworten.



Lassen Sie keinen Trend unbeobachtet

Erweiterte Berichts- und Prognosefunktionen sind für Manager wie ein leistungsstarkes Fernglas, mit dem sie die Landschaft überblicken und Probleme und Chancen erkennen können, bevor es zu spät ist.

Erfolgsgeschichte

Als wachsender nordamerikanischer Lieferant von Spezialchemikalien und Inhaltsstoffen weiß Palmer Holland ein oder zwei Dinge über Innovation und Prozessverbesserung. Als das Unternehmen eine modernere Lösung für die Bearbeitung und Analyse seiner 5.000 monatlichen Kundenanfragen suchte, entschied es sich für das „Beste vom Besten“ im Bereich der KI-gesteuerten Lösungen - die Automatisierung des Kundenanfragemanagements.

Ergebnisse

- **Zeitersparnis:** Vor der Automatisierung verbrachte ein Mitarbeitender mindestens vier Stunden pro Tag damit, E-Mails an die Kundenservicemitarbeitenden weiterzuleiten. Jetzt kann eine Anfrage in nur wenigen Sekunden validiert werden.
- **Erhöhte Genauigkeit:** Die schnell lernende KI-Technologie ist in der Lage, Anfragen für Kundenservicemitarbeitende in über 90 % der Fälle richtig zu kategorisieren.
- **Smarteres Wachstum:** Palmer Holland war in der Lage, sein rasantes Wachstum aufrechtzuerhalten, ohne die Mitarbeiterzahl erhöhen zu müssen.
- **Schnelleres Onboarding:** Die intuitive Benutzeroberfläche der Lösung ermöglicht ein schnelleres Onboarding neuer Kundenservicemitarbeitender und vereinfacht den Schulungsprozess.



„Es dauert jetzt vielleicht ein oder zwei Sekunden, eine Anfrage zu validieren. Die Zeitersparnis - insbesondere für unsere Kundenservicemitarbeitenden - ist einer der größten Vorteile.“

Aiza Toor | Customer Service Manager,
Palmer Holland

Erfolgsgeschichte lesen

Fazit

Sind sie bereit für den Wandel?

Die Landschaft des heutigen Kundenservice ist geprägt von umfassenden Veränderungen - neue Motivationen, neue Erwartungen, neue Wege nach vorn. Jetzt ist nicht die Zeit, sich auf den Lorbeeren der Vergangenheit auszuruhen. Automatisiertes Anfragemanagement ist nachweislich eine relativ geringe Investition, die sich positiv auf Ihr Team und damit auf Ihre Kunden und Ihr Unternehmen auswirken kann.

Die Fähigkeit, diese Chance zu ergreifen, lässt sich in einer einfachen Gleichung zusammenfassen:



Änderung der Denkweise

Beginnen Sie damit, sich den Kundenservice neu vorzustellen. Welchen Wert wollen Sie Ihren Kunden bieten? Was ist der effektivste Weg dazu? Wodurch zeichnet sich Ihr Service aus? Wenn Ihr derzeitiger Betrieb nicht Teil der Antwort ist, ist er ein großer Teil des Problems.



Veränderung der Technologie

Sobald sich Ihre Einstellung zum Kundenservice geändert hat, müssen Sie herausfinden, welche Tools am effektivsten sind, um einen proaktiven und vorausschauenden Service zu ermöglichen. Wenn KI-gesteuerte Automatisierung das Richtige für Ihr Unternehmen ist, können die Ergebnisse revolutionär sein.



Veränderung der DNA

Durch die Annahme dieser notwendigen Veränderungen können Kundenservice-Teams ihre eigene DNA verändern, um in dieser „Survival of the fittest“-Landschaft wettbewerbsfähiger zu sein - und so für mehr Loyalität, neue Umsatzströme und einen ungehinderten Wachstumspfad sorgen.

Referenzen

- 1 [Life Reimagined: Mapping the motivations that matter for today's consumers](#), 2021, Accenture
- 2 [End-to-Endless Customer Service Research](#), 2021, Accenture
- 3 [End-to-Endless Customer Service Research](#), 2021, Accenture
- 4 [2022 Digital Trends: B2B in Focus](#), 2022, Adobe and Econsultancy
- 5 [What is customer service? Definition, importance & tips](#), May 26, 2021, Courtney Gupta, Zendesk Blog
- 6 [Nearly three-quarters of workers are actively thinking about quitting their job, according to a recent survey](#), October 7, 2021, Grace Dean and Madison Hoff, Insider
- 7 [Announcing The State of Personalization 2021](#), June 1, 2021, Geoffrey Keating
- 8 [Customer Service Benchmark Report](#), March 24, 2021, Steven MacDonald
- 9 [What's the ROI of CX Transformation?](#), January 28, 2021, Maxie Schmidt-Subramanian

Hi, wir sind Esker

Esker wurde 1985 gegründet und ist eine globale Cloud-Plattform, die einen strategischen Mehrwert für Finanz-, Beschaffungs- und Kundendienstabteilungen schafft und die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen durch Automatisierung von Source-to-Pay (S2P)- und Order-to-Cash (O2C)-Prozessen stärkt.



38

Jahre Erfahrung,
davon mehr als
20 Jahre in der
Cloud



> 1.000

Mitarbeitende betreuen
mehr als 850.000 User und
1.700 Kunden weltweit



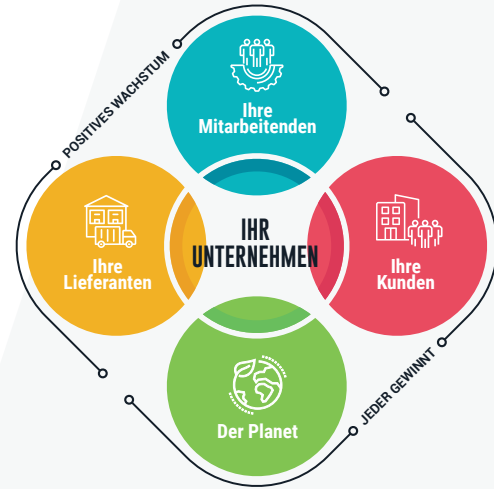
15

globale Standorte
mit Hauptsitz in
Lyon, Frankreich,
& zwei deutschen
Niederlassungen



159,3 Mio. €

Umsatz im Jahr 2022,
mit mehr als 90 % des
Umsatzes über SaaS-
Aktivitäten



**Erfolg ist am besten,
wenn man ihn teilt**

Wir bei Esker glauben, dass der einzige Weg zu einer echten, sinnvollen Veränderung in einem positiven Wachstum (wir nennen es Positive Sum Growth) besteht. Das bedeutet, dass der Geschäftserfolg nicht auf Kosten eines Einzelnen, einer Abteilung oder eines Unternehmens geht - alle gewinnen! Aus diesem Grund ist unsere KI-gesteuerte Technologie so konzipiert, dass sie alle Stakeholder unterstützt und gleichzeitig eine langfristige Wertschöpfung fördert.



www.esker.de