

Booster für die Customer Experience im Contact Center

Checkliste



 CallOne

Kundenservice gut machen!

Die Leidenschaft von CallOne ist es, Ihren Kunden das optimale Erlebnis zu bescheren während Ihr ROI sich möglichst maximiert. Da beides Hand in Hand geht, bekommen Sie diese umfangreiche Checkliste für Ihr Contact Center.

Telefonie sollte in Unternehmen einfacher, angenehmer und produktiver funktionieren. Gleichzeitig sollte das Kundenerlebnis möglichst optimal ablaufen. Dieses ist wesentlicher Faktor für Ihre Verkaufsrate!

Mit dieser Checkliste können Sie Ihr Optimierungspotential analysieren und Quick Wins identifizieren.

Es gibt dafür 3 Kernbereiche die dafür näher beleuchtet werden:

- ✓ Auslastung & Peakglättung
- ✓ Planbarkeit & Transparenz
- ✓ Effizienz & Prozessoptimierung



ÜBER CALLONE

Egal ob Start-Up oder Traditionsmarke. Wir bieten passgenaue Kommunikationslösungen, die Ihrem Unternehmen messbare Erfolge liefern. Grundlage unseres Erfolgs sind cloudbasierte Telekommunikation und persönliche Expertenberatung.

Björn Bendig

BOOSTER FÜR DIE CUSTOMER EXPERIENCE IM CONTACT CENTER

Auf den folgenden Seiten finden Sie die Faktoren, die die Customer Experience in Ihrem Contact Center stark beeinflussen können. Nutzen Sie die Fragen und Hinweise, um die Zufriedenheit Ihrer Kunden zu erhöhen.

SELBST DIE ERFAHRUNG MACHEN

- Überlegen Sie sich eine typische oder branchenübliche Fragestellung für Ihren Kundenservice.
- Rufen Sie Ihren Kundenservice an und durchlaufen Sie selbst Ihren eigenen Prozess.
- Bewerten Sie Ihre Erfahrung nach Schulnoten.
- Machen Sie das Gleiche bei mind. einem Mitbewerber und erstellen Sie einen Vergleich zum Kundenerlebnis.

Eigene Customer Journey



Customer Journey Mitbewerber 1 -----



Customer Journey Mitbewerber 2 -----



Auswertung:

1-2 = wenig Optimierungspotential

3-4 = mehr Optimierungspotential

5-6 = viel Optimierungspotential

BOOSTER FÜR DIE CUSTOMER EXPERIENCE IM CONTACT CENTER



CUSTOMER INSIGHTS ZUSAMMENTRAGEN

- Wer ruft an? Lernen Sie Ihre Zielgruppe(n) kennen!

Ø Alter	Neukunde	Bestands-kunde	Geschlecht	Sprache	...

Ø Alter	Neukunde	Bestands-kunde	Geschlecht	Sprache	...

- Wann werden Sie angerufen?
- Wann sind Sie erreichbar?

Stimmen Öffnungszeiten mit Anrufzeiten überein?

vor 6	6-9	9-14	14-18	18-21	nach 21
vor 6	6-9	9-14	14-18	18-21	nach 21

BOOSTER FÜR DIE CUSTOMER EXPERIENCE IM CONTACT CENTER

- Analysieren Sie die AHT (Average Handling Time) Ihrer Mitarbeitenden im Kontaktcenter.

	Inbound	Outbound	Ø Top5 CallOne
AHT			4:05

*Top 5 Kundenaccounts Datenstand: Februar 2022



Analysieren Sie idealerweise auch die Gründe für die AHT, um Rückschlüsse auf die Customer Experience ziehen zu können. Bspw.: Umso länger Outbound telefoniert wird, umso höher sind die Verkaufschancen.

- Sammeln Sie Anrufgründe. Was sind die Top 3 Anrufgründe Ihrer Anrufer?

BOOSTER FÜR DIE CUSTOMER EXPERIENCE IM CONTACT CENTER

- Finden Sie heraus, wie lange Ihre Kunden durchschnittlich warten.

	Ihre Kunden	Ø Branche	Ø branchen-übergr.	CallOne*
Warte-dauer			6 Min.	46 Sek

*Top 5 Kundenaccounts Datenstand: Februar 2022

 Umso länger, desto geringer die allgemeine Kauf-Wahrscheinlichkeit bzw. steigt die Wahrscheinlichkeit das es nicht zu einem Geschäftsabschluss kommt.

- Wie oft müssen Kunden weiterverbunden werden ehe sie beim richtigen Ansprechpartner landen?

Führen Sie bspw. hier eine Woche lang Strichlisten für jeden weiterverbundenen Anruf:

KW	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag

 Mit entsprechenden Vorqualifizierungen (z.B. mittels DTMF Eingaben o.ä.) oder auch intelligenten Routings kann die Kundenzufriedenheit erhöht werden.

BOOSTER FÜR DIE CUSTOMER EXPERIENCE IM CONTACT CENTER



KOMMUNIKATIONSKANÄLE ANALYSIEREN

- Welche Kommunikationskanäle nutzen Ihre Kunden?



Ihr Service Angebot geht über das Telefon hinaus? Ihre Kundendaten sollen systemübergreifend zur Verfügung stehen? Dann ist Anbindungen an Ihre Systeme sinnvoll.



RESSOURCENPLANUNG

- Wie viele FTE (Full-time Equivalent) stehen dem Anrufvolumen gegenüber ?



Anrufe

1 FTE

0,5 FTE

BOOSTER FÜR DIE CUSTOMER EXPERIENCE IM CONTACT CENTER



ERREICHBARKEIT ANALYSIEREN

- Analysieren Sie, wie viele Anrufe unbeantwortet bleiben. Dies kann zu einer hohen Unzufriedenheit Ihrer Kunden und somit zu einer niedrigen Kaufrate führen.

Pre-Sale		ggf. verlorener Auftrag
After Sale		ggf. verlorener Kunde



Mit entsprechenden Vorqualifizierungen (Anrufgrund per Tastendruck eingeben o.ä.) und Routings kann die Kundenzufriedenheit erhöht werden.



SERVICES BEI FEHLENDER ERREICHBARKEIT ANALYSIEREN

- Welche Services stehen Ihren Kunden zur Verfügung, wenn Ihr Kundenservice nicht erreichbar ist?

✓ Rückruf

✓ Mailbox

✓ Ansagen

✓ _____

✓ _____

✓ _____

BOOSTER FÜR DIE CUSTOMER EXPERIENCE IM CONTACT CENTER



SERVICES WÄHREND DER WARTEZEIT ANALYSIEREN

- Welche Services stehen Ihren Kunden während der Wartezeit zur Verfügung? Umso besser diese Services sind, desto besser ist die Customer Experience.

- ✓ Warteschleife
- ✓ Hangout
- ✓ Wartedauer-Ansage
- ✓ Musik
- ✓ Warteposition-Ansage

- ✓ _____
- ✓ _____
- ✓ _____



Diese Services sind ACD Basic Booster. Mit solchen Services können Sie so genannte Emotional Quick Wins erzielen, also schnelle Optimierungen einführen.

Platz für Notizen oder ein Fazit:



SIE MÖCHTEN IHR POTENZIAL NUTZEN?

Gerne unterstützen wir Sie dabei!
Wir haben langjährige Erfahrungen im Bereich der Accountoptimierungen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit im Contact Center.

Wie einfach das mit den Produkten der CallOne ist, zeigen wir Ihnen gerne in einer Live Demo.
Um diese auf Ihre Bedürfnisse anzupassen, vereinbaren Sie am besten einen Termin mit uns für ein erstes unverbindliches Kennenlernen.

[ZUM ERSTGESPRÄCH](#)



GLÜCKLICHE KUNDEN, DIE AUF CALLONE SETZEN

Sie können uns vertrauen.
Diese Kunden tun das auch:

AMORELIE

Studiosus

CHECK24

 FLACONI

bett1.de

 Helios

 DER TOUR

 GASTRO HERO

 Leipziger
Stadtwerke

 VIMCAR

 VET-CONCEPT

 snipes[®]

 SIXT