

What's next



Enterprise

Eine Krise bietet die Chance für Digitalisierung – und was kommt dann?

Dorothee Möller

Posted 1 Juli 2020



Gerade in jüngster Vergangenheit wurden die Schwächen der Digitalisierung in Deutschland sichtbar, aber auch die Chancen. Wer in den letzten Wochen in den sozialen Medien unterwegs war, vor allem in den bekannten Business-Netzwerken, ist vielleicht auf folgende

Umfrage gestoßen:

Wer bringt in Ihrem Unternehmen die digitale Transformation voran?

- A. CEO
- B. CTO
- C. COVID-19

Tatsächlich sehen wir global einen Trend zu größerer Flexibilität in der Umsetzung neuer Technologien und digitaler Pläne. Prozesse sollen nun zeitnah digital transformiert werden, um der besonderen Situation rund um die Corona-Krise gerecht zu werden.

Viele Unternehmen haben die Option "Home Office" bisher gar nicht oder nur sehr eingeschränkt angeboten. Durch Corona haben sie nun aber ihre Mitarbeiter vermehrt an den heimischen Schreibtisch schicken müssen. Seither hören wir von fehlenden Bandbreiten und schlechten Anbindungen. Contact Center-Agenten arbeiten plötzlich von zu Hause über ihre privaten Netzwerke. In der Kundenkommunikation stehen außerdem viele Unternehmen vor Herausforderungen. Dazu zählen unter anderem auch überlastete Contact Center, deren Agenten immer wieder die gleichen Fragen verunsicherter Kunden beantworten müssen. Damit wächst der Bedarf nach Automatisierung plötzlich und schlagartig.

Welche Unternehmen meistern diese Krise am effizientesten

Unternehmen, die schon in der Vergangenheit in die Digitalisierung investiert haben, stehen heute stabiler und wesentlich besser da. Hierbei helfen ihnen Live Chat-Agenten, Chat- oder Voicebots die wiederkehrenden User-Anliegen automatisch zu beantworten. Browser-basierte Tools erlauben es außerdem, den Kundenservice mit minimaler Reibung ins Homeoffice der Mitarbeiter zu verlegen. Unternehmen, die bereits Chatbots bzw. virtuelle Assistenten im Einsatz haben, können diese mit wenig Aufwand um COVID-19-spezifische Dialoge erweitern. Mithilfe von Text-to-Speech-Technologie wie Nuance Vocalizer können Unternehmen diese virtuellen Assistenten außerdem zum Sprechen bringen. So geben sie ihren Kunden die Möglichkeit, auch außerhalb der IVR per Stimme mit ihnen zu kommunizieren

Aber auch "Neulinge" im Bereich der Digitalisierung können die Situation nutzen, um die entscheidenden Schritte nach vorne zu gehen. Sie können mit digitalen Tools wie virtuellen Assistenten die aktuellen Engpässe abfangen, sowie sich auch für die Zukunft neu aufstellen. Zum Beispiel können sie jetzt einen virtuellen Assistenten implementieren mit den Kundenfragen, die derzeit den höchsten Traffic verursachen. So ein „Quick Start VA“

unterstützt die Kundenkommunikation ad-hoc schnell und ist in Zukunft leicht und flexibel erweiterbar

Digitalisierung – und was kommt danach

Unternehmen sollten die Krise als Chance begreifen. Nutzen Sie jetzt die Zeit zur Digitalisierung, auch um bereits eingesetzte digitale Lösungen zukunftsfähig anzupassen.

Damit schaffen Sie nicht nur größere Anreize für Ihre Mitarbeiter. Sie stellen damit auch sicher, dass Sie mit flexibel erweiterbaren automatisierten Systemen wie Chat- und Voicebots entspannter in die Zukunft Ihres Kundenservices schauen können.

Ich habe hierzu auch mit Manfred Stockmann, Ehrenpräsident des Call Center Verband Deutschland und Managementberater, gesprochen. Wir wollten seine Einschätzung der aktuellen Situation erfahren und welche Zukunft er für das digitale Contact Center sieht. Hören Sie hier unser Gespräch und erfahren Sie welche Lösungen von Nuance schnell und unkompliziert die Digitalisierung im Contact Center vorantreiben.

Tags:

More Information



Die Chance für Digitalisierung

Podcast: Unternehmen sollten die Krise als Chance begreifen. Nutzen Sie jetzt die Zeit zur Digitalisierung, auch um bereits eingesetzte digitale Lösungen zukunftsfähig anzupassen.

[Learn more](#)



About Dorothee Möller

Dorothee Möller ist Expertin für digitale, KI-basierte Kundenbindung auf diversen Kanälen. Bei Nuance arbeitet sie europaweit mit Unternehmen, um personalisierte digitale Nutzererlebnisse für deren Endkunden zu schaffen. Sie ist davon überzeugt, dass „Mensch und Maschine“ am besten Hand in Hand zusammenarbeiten und künstliche Intelligenz zwischenmenschliche Interaktionen bereichert statt ersetzt.

[View all posts by Dorothee Möller](#)