

What's next



Enterprise

Totgesagte leben länger. Contact Center sind nicht tot.

Mark Twain sagte einmal: „Die Berichte über meinen Tod sind stark übertrieben.“ Ebenso übertrieben sind Behauptungen, dass Contact Center tot seien, und Unternehmen sollten angesichts ihres mutmaßlichen Endes Vorsicht walten lassen. Vielmehr ist es aber so, dass Unternehmen Technologiepartner finden müssen, die die Wünsche und Interessen ihrer Kunden im Auge haben. In diesem Blog untersuchen wir, wie Contact Center in virtuelle engagement-center umgewandelt werden können und geben Tipps für diejenigen, die das „Death-to-the-Contact-Center“-Szenario korrigieren wollen.

Tony Lorentzen

Posted 4 August 2020



Verbraucher wollen aussuchen und auswählen, und Contact Center öffnen hier die Türen. Betrachtet man Contact Center als virtuelle engagement-center, die durch Kundeneingaben per Sprache, Video oder Text gespeist werden, so stellen sie eine unverzichtbare Lebensader für die digitale Transformation und die Kundenbindungsstrategien von Unternehmen dar. Wie in vielen Studien belegt, nimmt der Trend zur Nutzung digitaler Kanäle wie SMS und In-App-

Messaging weiter zu, und doch möchten Millionen von Menschen nach wie vor bei ihrem bevorzugten Fachhändler, ihrer Bank oder ihrer Krankenkasse mit einer echten Person telefonieren können.

Die Stärke solcher sogenannter virtueller engagement-center liegt in der eingesetzten KI, mit der Tätigkeiten automatisiert werden können, um Kunden reibungslos zu betreuen.

Durch den Einsatz von Conversational AI ermöglichen virtuelle engagement-center neue Wege der Interaktion mit Kunden und bieten diesen ein ganzheitlich vernetzteres Kundenerlebnis, egal für welchen Kommunikationskanal sie sich entscheiden. Dies geschieht durch:

1. intelligente Weiterleitung von Kunden zu dem Kanal, der am besten dafür geeignet ist, ihre Anfrage zu beantworten – sei es per Sprachanruf, per SMS-Austausch mit einem Live-Agenten oder im In-App-Chat mit einem virtuellen Assistenten
2. proaktive Kontaktaufnahme mit Kunden, um diese über Änderungen im Bestell- oder Anfragestatus zu informieren und potenziell auftretende Fragen schon vorab zu beantworten
3. Bereitstellung von mehr visuellen Schnittstellen auf Mobiltelefonen, um die Problemlösung beim Erstkontakt zu verbessern – sei es per Video oder durch die Nutzung gemeinsamer Dokumentenansichten

Über die letzten Monate haben wir festgestellt, dass ein immer stärkeres Interesse für die Umwandlung von Contact Centern in virtuelle engagement-center besteht – sowie ein wachsendes Bewusstsein für die Bedeutsamkeit dieser Transformation. In den vergangenen Wochen hat Nuance große, global tätige Unternehmen dabei unterstützt, virtuelle Chat-Agenten und neue virtuelle Assistenten zur Automatisierung von Online-Einkäufen einzuführen als auch Anrufe von überlasteten Call Centern an automatisierte virtuelle Assistenten und Live-Chat-Kanäle umzuleiten. Diese Aktivitäten waren für viele Unternehmen der Grundstein ihrer digitalen Transformation, aus der sie langfristig gestärkt hervorgehen werden.

Auch wenn Sie den „Contact Center sind tot“-Ansatz bislang selbst verfolgt haben, können Sie Ihren Kurs problemlos korrigieren. Hier sind einige Tipps, wie Sie die Umsetzung Ihres virtuellen engagement-centers in Angriff nehmen können:

1. Integrieren Sie Ihre herkömmlichen Sprach- und Digitalkanäle eng miteinander und schaffen Sie so ein wahrhaftig kanalübergreifendes Kommunikationserlebnis.
2. Setzen Sie Conversational AI ein, um eingehende Anrufe zu automatisieren, deren Absicht intelligent zu erkennen und die Kunden gegebenenfalls zum Messaging oder

zu virtuellen Assistenten weiterzuleiten.

3. Verwenden Sie Werkzeuge, um frühere Investitionen in den Telefonkanal jetzt auch in Ihren moderneren digitalen Kanälen weiterzuverwerten und somit die Betriebskosten zu senken.
4. Setzen Sie anstatt eines einfachen Chatbots einen professionellen virtuellen Assistenten zur Bearbeitung komplexer Anfragen ein, um den Umsatz zu steigern und die Kosten zu senken.
5. Implementieren Sie künstliche Intelligenz in Lern- und Führungsgesprächen, um Ihre Agenten bestmöglich dabei zu unterstützen, noch effizienter zu werden.

Tags: [chatbot](#), [contact center](#), [conversational AI](#), [engagement center](#), [Erinkaufserlebnis](#), [Intelligent Engagement](#), [KI](#), [Kundenerfahrung](#), [kundenservice](#), [Künstliche Intelligenz](#), [live-chat](#), [Nuance](#), [virtual assistants](#), [Virtuelle Assistenten](#)

More Information



Mehr erfahren!

Erfahren Sie mehr, wie Nuance Sie bei der Umsetzung eines virtuellen Engagement-Centers unterstützen kann.

[Learn more](#)



About Tony Lorentzen

Tony verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung im Technologiesektor davon die letzten 17 Jahre bei Nuance, wo er derzeit der Senior Vice President für Intelligent Engagement Lösungen innerhalb des Geschäftsbereichs Enterprise ist. Davor leitete er mehrere Teams bei Nuance, darunter in den Bereichen Sales Engineering, Business Consulting und Produktmanagement. Als erfahrener Leiter in der Zusammenarbeit mit den funktionsübergreifenden Teams verbindet Tony seine fundierten Kenntnisse, sowie seine Branchenexpertise in den Bereichen Unternehmensführung und Technologie, um die Lösungen von Nuance auf den Enterprise-Markt zu bringen. In Zusammenarbeit mit den Kunden stellt er sicher, dass die Implementierungen einen echten ROI erzielen. Vor seiner Tätigkeit bei Nuance war Tony bei Lucent und Verizon tätig, wo er Teams verantwortete, die die neuesten Technologien zur Lösung komplexer Geschäftsprobleme für große Unternehmen einsetzten. Tony hat einen Abschluss in Bachelor of Science von der Universität Villanova und einen MBA vom Dowling College.

[View all posts by Tony Lorentzen](#)