

# Feedback nutzen, um Ihre Führungsrolle im Kundenservice zu stärken

Stärkung der Kunden- und Mitarbeiterbindung



# Einführung

In diesem Whitepaper werden drei Möglichkeiten vorgestellt, wie Sie die Leistung Ihres Unternehmens und Ihrer Kundenserviceorganisation verbessern können. Im Zentrum stehen die Servicestrategie und das Feedback-Management.

Die meisten Bereiche im Kundenservice sind geschäftig und hektisch – kommt Ihnen das bekannt vor? Von den heutigen Managern wird erwartet, dass sie nicht nur das Budget ausgleichen und die Kosten niedrig halten, sondern auch großartige Erlebnisse liefern. Um die Sache noch herausfordernder zu machen, legen andere Spieler auf dem Markt die Messlatte höher und ändern die Spielregeln. Für die meisten Unternehmen bedeutet dies, dass Kunden hohe Standards vom Kundenservice gewohnt sind. Diese hohen Standards werden durch ständige technologische Fortschritte verstärkt, die das Verhalten und die Erwartungen der Verbraucher stark beeinflussen.

Ein gutes Beispiel für diese Entwicklung ist, dass immer mehr Kundeninteraktionen in einer Vielzahl von Kanälen (Omnichannel) stattfinden. Einige dieser neuen Kanäle umfassen KI und Chatbots, Echtzeitkommunikation, Video und soziale Medien.

**Millennials** werden sich z. B. höchstwahrscheinlich an die Selbsthilfe wenden, um Lösungen für ein Problem zu finden, und sich niemals an den Kundenservice wenden. Wie steuern Sie in einem solchen Szenario Ihre Erfahrungen, wenn Sie keine Ahnung haben, dass ein Problem aufgetreten ist oder wer auf dieses Problem gestoßen ist?

Das obige Beispiel könnte einer der Hauptgründe sein, warum ein Unternehmen, das heute großartige Leistungen erbringt, morgen gegen die Wand gefahren wird.

Glücklicherweise gibt es Möglichkeiten, Herausforderungen zu meistern und in diesem sich ständig ändernden globalen Geschäftsumfeld erfolgreich zu sein.

Technologie allein löst nicht alle Probleme oder schafft automatisch treue Kunden. Laut **Forbes** ist der Schlüssel, wie der Kundenservice geführt wird. Top-Unternehmen haben eine definierte Servicestrategie in ihren Kundeninteraktionen.

Eine Kundenservicestrategie ist ein sorgfältiger Plan, um Kundenbeziehungen auf eine für beide Seiten vorteilhafte Weise zu handhaben. Einer seiner Aspekte ist die Bereitstellung einer stabilen Customer Experience während der gesamten Customer Journey - vom Marketing bis zum Kundenservice. Diese Erfahrung wird den Erwartungshaltungen einen Maßstab setzen, der sich auf Ihren Servicebetrieb auswirken wird.

Wenn Sie ein Customer Care Manager sind, stimmen Sie vermutlich zu, dass der Kundenservice traditionell als kostspielig und als Vorgang mit geringer Wertschätzung angesehen wird. Dies kann sich jedoch in eine ganz andere Geschichte verwandeln. Wenn die gesamte Organisation (C-Level, HR und Mitarbeiter) engagiert und tatkräftig ist, kann die Servicestrategie einen Wettbewerbsvorteil, in Bezug auf Kundennutzen und Unternehmensleistung, bieten. Infolgedessen knüpfen Sie mit größerer Wahrscheinlichkeit dauerhafte Beziehungen zu Ihren Kunden und auch zu Ihren Agenten.

Eine langjährige Kundenbeziehung führt zur Kundenbindung. Wir alle wissen, dass treue Kunden mehr kaufen, länger im Unternehmen bleiben, ihren Freunden und Kollegen alles über Ihre Marke erzählen und leicht vergeben, wenn die Dinge mal schief laufen. Kundenbindung ist das, was jedes Unternehmen anstrebt und worüber jeder Manager berichten möchte. In diesem Zusammenhang ist es wichtig, Ihre Beziehung zu Ihren Mitarbeitern und insbesondere zu Ihren Customer Care Agents nicht zu vernachlässigen, da ein zufriedener Arbeitnehmer mit einer großartigen Customer Experience korreliert. Darüber hinaus hilft Ihnen die Priorisierung der Employee Experience dabei, Talente heranzuziehen und zu halten, Best Practices intern auszutauschen, eine hervorragende Servicekultur zu fördern und Ihren Ruf als Arbeitgeber zu stärken.

Schauen wir uns mal genauer an, wie das Feedback-Management Ihre Kundenservicestrategie stärkt und es Ihnen ermöglicht, dem Kunden einen personalisierten Service zu bieten, Ihre Agenten zu stärken und Ihren Serviceprozess zu erweitern.

# Weg 1: Bieten Sie dem Kunden einen personalisierten Service

Behandeln Sie Ihre Kunden wie Fallnummern oder als Individuum? Laut [Gladlys Studie von 2018](#) würden über 90% der Kunden nach ein paar schlechten Erfahrungen mit dem Kundensupport aufhören zu kaufen, und 25% von ihnen würden bereits nach einer schlechten Erfahrung das Schiff verlassen. Unternehmen stehen vor immer schwierigeren Herausforderungen, Kunden zu gewinnen. Glücklicherweise können Sie das Feedback anwenden, um Ihren Service zu personalisieren, indem Sie den einzelnen Kunden besser kennenlernen und entsprechend reagieren.

Was wollen Kunden wirklich von Ihnen und wie können Sie einen hervorragenden Service bieten?

Kunden möchten heute nicht nur schnelle Antworten auf ihre Fragen oder Beschwerden, sondern auch personalisierte Erlebnisse. Sie möchten, dass Sie ihr Problem verstehen und Respekt zeigen. Sie erwarten einfache Bedienung der Systeme und keine wiederholten Anrufe und Anfragen. Sie möchten Lösungen, Empfehlungen und Einführungen in neue Produkte und Dienstleistungen.

## Lernen Sie Ihren Kunden kennen

Nutzen Sie Kundendaten und Feedback, um Ihre Kunden kennenzulernen. Stellen Sie sicher, dass während der Kundenkontakte Kundeninformationen in Ihren Systemen (z. B. CRM) verfügbar sind. Im besten Fall sollten Ihre Agenten auch Feedback-Daten zu früheren Interaktionen des Kunden mit Ihrer Marke und Ihren Services während der gesamten Customer Journey haben. Das Verstehen eventueller Schwierigkeiten kann sogar Ihren Service verbessern und unvergessliche Kundenerlebnisse liefern.

Wenn Sie um Feedback bitten, um mehr über Ihren Kunden zu erfahren, liefern Sie keine 08/15 Feedback-Erfahrungen. Fragen Sie, was relevant ist, und binden Sie den Kunden mit einem großartigen Reaktionserlebnis ein. Verwenden Sie Hintergrundinformationen, um das Feedback-Gespräch zu personalisieren und zu optimieren.

Im schlimmsten Fall ist das Gespräch lang, wiederholt sich und wird zu einer unangenehmen Erfahrung an sich, die die Beziehung verschlechtert und keine verwendbaren, nützlichen Rückmeldungen liefert.

## Hören Sie Ihrem Kunden zu und reagieren Sie entsprechend

Unternehmen, die auf Feedback reagieren, schneiden besser ab. Sie verursachen weniger Ärger und sorgen dafür, dass Informationen zu den richtigen Stakeholdern gelangen. Echtzeit-Feedback-Informationen in den Händen der richtigen Personen können einen Kunden für sich gewinnen, bevor es zu spät ist.

Es ist jedoch sinnvoll zu kalkulieren, ob es ein bestimmtes Kundensegment wert ist entsprechend zu reagieren (Agent gegen Manager) und wenn ja, von wem (Kosten gegen Wert). Unternehmen, die auf positives Feedback reagieren, erhalten auch oft die Gelegenheit dem Kunden einen neuen Service und Lösungen zu empfehlen.

Die proaktive Übermittlung von Feedback-Informationen an alle Kunden kann einen großen Unterschied machen, insbesondere in kritischen Situationen, in denen die meisten Kunden eventuell das gleiche Problem haben.

## Weg 2: Stärken Sie Ihre Kundenservicemitarbeiter

Motivierte Mitarbeiter bleiben länger im Unternehmen, tauschen Best Practices aus und erleichtern Ihnen die Arbeit. Viele Unternehmen vergessen jedoch, dass zufriedene Mitarbeiter zu glücklicheren Kunden führen. Laut Paul Selby von ServiceNow zeigen neuere Untersuchungen, dass in Kundenbetreuungsorganisationen der Agentenwechsel im Durchschnitt 30-45% beträgt. Die Kosten für den Agentenwechsel können bis zu 20.000 USD pro Agenten betragen, ohne die Kosten für die Schulung neuer Mitarbeiter und den Moralverlust zu berücksichtigen.

Einblicke in das Feedback-Management können verwendet werden, um übergeordnete Führungsentscheidungen in die richtige Richtung zu lenken. Dies kann erreicht werden, indem individuelle Coaching-Bedürfnisse identifiziert und positives Feedback an der richtigen Stelle automatisiert wird.

## Individuell coachen

Wir alle wissen, Coaching ist der Schlüssel zum Erfolg. Indem Sie das Kundenfeedback mitverfolgen, können Sie herausfinden, wann neue Mitarbeiter profitabel werden, aber auch, wie neu erworbene Fähigkeiten in die Kundeninteraktion einfließen.

Unternehmen geben viel Geld für die Entwicklung und Schulung von Agenten aus, was jedoch häufig nicht unbedingt zu einer Leistungssteigerung führt. Mithilfe von Feedback können Sie sicherstellen, dass das Verhalten der Agenten in Ihren Schulungsprogrammen aufgegriffen und auf die tatsächlichen Bedürfnisse eingegangen wird.

Wenn Sie herausfinden, wer mehr Coaching benötigt, können Sie Zeit sparen. Anstatt allen Mitarbeitern allgemeine Coaching-Sitzungen zu geben, kann sich individuell auf bestimmte Problembereiche wie die Entwicklung von Soft Skills oder die Übernahme technischer Fähigkeiten konzentriert werden. Kundenfeedback kann auch verwendet werden, um Ihr Schulungsmaterial und Ihre Vorlagen anzupassen.

Laut [Harvard Business Review](#) unterscheiden sich die Persönlichkeitstypen der Kundenservicemitarbeiter. Feedback kann Ihnen helfen, diese Persönlichkeitstypen besser zu verstehen und Ihr Coaching auf individueller Ebene anzupassen. Infolgedessen werden Ihre Agenten die Aufgaben erfolgreicher ausführen und sind zufriedener mit ihrer Rolle im Unternehmen.

## Automatisieren Sie positives Feedback an Ihre Agenten

Führungskräfte wissen, wie sie positives Feedback nutzen können, wenn sie sich schulen, ihre Mitarbeiter motivieren oder das gewünschte Verhalten stärken. Die besten Führungskräfte nutzen automatisiertes positives Feedback auch, um ihre Agenten zu pushen und zu stärken.

Lernen ist am effizientesten in einem positiven Umfeld. In manchen Umgebungen kann es jedoch leicht passieren, dass Hektik, hervorgerufen durch saisonale Anstürme und überbuchte Zeitpläne, ein Lob für eine gut gemachte Arbeit leicht vergessen macht.

Nach einem hervorragenden Service nehmen Kunden ihre Erfahrungen in der Regel sehr positiv wahr, was sich in ihrem Feedback widerspiegelt. In vielen Fällen erreicht dieses positive Feedback den Agenten jedoch nie. Durch die automatische Weiterleitung von positivem Feedback an Kundenbetreuer wird sichergestellt, dass positives Feedback gerne angenommen und die Person, die es ermöglicht hat - Ihr Agent - gesehen und gewürdigt wird.

Positives Feedback kann auch eine Kultur der gemeinsamen Führung fördern. In diesem Fall übernehmen die Mitarbeiter mehr Verantwortung, sowohl bei der internen Prozessentwicklung als auch bei kundenfreundlichen Entscheidungen. Diese Befähigung führt Ihr Team dazu an, die Produktivität zu steigern, eine bessere Customer Experience zu erzielen und somit ist eine höhere Mitarbeiterzufriedenheit gewährleistet.

## **Weg 3: Konzentrieren Sie sich auf Ihren Serviceprozess**

Menschen, Technologie und Prozesse sind bei der Kundenbetreuung oft alle unter einem Dach zusammengefasst. Wenn Sie sich auf den Serviceprozess konzentrieren, können Sie einen großen Einfluss auf die Customer Experience, die Leistung der Mitarbeiter und die Art und Weise haben, wie Sie Abläufe entwickeln und verbessern.

Ein guter Serviceprozess besteht aus einer definierten Methode zur Behandlung gängiger Kundenbetreuungsszenarien und der Verknüpfung aller relevanten internen Anweisungen, Vorlagen, Richtlinien und Systemprotokolle.

Mithilfe von Feedback können Sie die Leistung des Serviceprozesses überwachen und messen. Sie können die Hauptursachen für wiederholte Probleme identifizieren und die Prozesseffizienz steigern. Nutzen Sie die in Kundenserviceorganisationen beliebte Lösung, für den ersten Kontakt aus Sicht des Kunden.

## Identifizieren Sie die Hauptursachen im Serviceprozess

Sie können Probleme effektiv und systematisch identifizieren, wenn Sie Feedback verwenden. Beim Tracking und der Analyse von Feedback, erlangen Sie ein tieferes qualitatives Verständnis der Grundprobleme, die dazu führen, dass sich Kunden an den Support wenden. Kombinieren Sie diese Feedback-Erkenntnisse mit Hintergrundinformationen, die sich bereits in Ihrem System befinden - wie z. B. die Kundensegmentierung oder den Customer Lifetime Value -, um einen echten Wettbewerbsvorteil zu erzielen, indem Sie untersuchen, wie sich vom Kunden aufgeworfene Probleme auf Ihre Geschäftsleistung oder Ihre Customer Experience-Strategie auswirken.

Erwägen Sie außerdem, Feedback-Insight-Berichte mit verschiedenen Abteilungen innerhalb des Unternehmens zu teilen, um das organisatorische Verständnis darüber zu verbessern, welche Prioritäten für die zukünftige Produkt- oder Serviceentwicklung zu setzen sind.

## Priorisieren Sie "First Contact Resolution" (FCR)

Viele Unternehmen messen die Effizienz ihres Serviceprozesses anhand von Messwerten wie Wartezeit und/oder Bearbeitungszeit und First Contact Resolution - dies ist häufig bei Contact Center-Systemen der Fall. Sie können eine völlig neue Perspektive auf Leistung und Effizienz erhalten, wenn Sie Ihren Kunden fragen: "Haben wir Ihr Problem beim ersten Kontakt gelöst?". Durch die Antwort auf diese Frage erfahren Sie, ob der Kunde das Problem wirklich für gelöst hält oder Sie in Zukunft erneut bezüglich desselben Problems kontaktiert werden könnten. Probleme, die beim ersten Kontakt nicht gelöst werden, können dazu führen, sich auf andere Bereiche auszubreiten.

Dies kann im Gegenzug die Servicekosten um bis zu 50% erhöhen und die Kundenbindung um 10 bis 30% verringern.

Um die besten Ergebnisse zu erzielen, konzentrieren Sie sich nicht nur auf die Effizienz, da dieser Ansatz die Customer Experience bei der Interaktion mit Ihrer Kundenbetreuung negativ beeinflussen kann. Denken Sie daran, sowohl Effizienz als auch Qualität zu messen, um das gewünschte Gleichgewicht zu erreichen.



## Richten Sie die Kundenservicestrategie auf Ihr Feedback-Management-Programm aus:

- Setzen Sie sich ein klares strategisches Ziel für den Kundenservice und die Customer Experience
- Etablieren Sie die neue Servicekultur in Ihrem Unternehmen mit gezielten Schulungen
- Messen Sie die strategische Serviceleistung an relevanten Touchpoints
- Entwickeln und stärken Sie Ihre Agenten, verbessern Sie den Serviceprozess und nutzen Sie Technologien effizienter
- Ermöglichen Sie die Verknüpfung von CX-Feedbackdaten mit Geschäftszielen und der Leistung der Mitarbeiter

## Machen Sie das Beste Ihrem Kundenfeedback

Besseren Kundenservice durch Technologie und Wissen erreichen.

Kontaktiere Sie uns über [helphouse.io](https://helphouse.io)

