

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/17349/1647183/social-media-zwingt-deutsche-contact-center-zum-umdenken-kanalvielfalt-forciert-trend-zu-blended> abgerufen werden.



Social Media zwingt deutsche Contact Center zum Umdenken Kanalvielfalt forciert Trend zu Blended-Agent-Verfahren Komplexität der Arbeitsplätze nimmt zu

13.07.2010 - 11:00 Uhr, novomind AG

Hamburg (ots) - Durch Social Media stehen deutsche Contact Center vor einem Umbruch. Die Mitarbeiter im Kundenservice müssen Anfragen über noch mehr Kanäle und in kürzerer Zeit beantworten. 90 Prozent der Contact Center bieten ihren Kunden heute bereits drei Kommunikationskanäle und mehr an. Mit Twitter oder Facebook kommen weitere dazu. Ein Team für Calls, ein Team für Non-Calls wird damit zum Auslaufmodell. Der Trend geht zum so genannten Blended-Agent-Verfahren: Ein Mitarbeiter bedient sowohl asynchrone Kanäle, wie E-Mail und Fax, als auch synchrone Kanäle wie Telefon und Chat. Das ergibt eine aktuelle Marktbeobachtung von novomind.

Eine Kontaktaufnahme per Telefon wird für die Generation Internet an Bedeutung verlieren. Durch den zunehmenden Austausch über Social-Media-Kanäle wie Twitter und Facebook steigt dagegen die Erwartung der Kunden, rund um die Uhr beraten zu werden - und zwar auf allen Kanälen. Durch diese Spreizung der Servicezeiten in Richtung einer 24/7-Beratung gerät das Thema Personaleinsatzplanung in den Fokus der Manager. Immer mehr Unternehmen nutzen inzwischen das Blended-Agent-Verfahren (dem Agenten werden nicht nur Calls zugestellt, sondern auch Non-Calls wie z.B. E-Mails), um Leerlaufzeiten im Betrieb zu reduzieren und die Servicelevel über alle Kanäle sicher zu stellen.

Gleichzeitig steigt mit jedem neuen Kommunikationskanal die Komplexität der Arbeitsplätze. "Das Umstellen auf das Blended-Agent-Verfahren stellt neue Anforderungen an die Abläufe und die eingesetzte Informationstechnologie", sagt Peter Samuelsen, Vorstandsvorsitzender von novomind. Neue Mitarbeiter der Contact Center müssen sich schnell einarbeiten können. Für die Kundenkommunikations-IT bedeutet die künftige Kanalvielfalt zudem eine große Integrationsfähigkeit in die bestehende Telefonanlagen und CRM-Systeme. "Um schneller zwischen E-Mail, Fax, Brief und SMS sowie Live-Chat und Telefon zu wechseln, brauchen Mitarbeiter eine Oberfläche, über die sie sämtliche IT-Anwendungen für das Kundenmanagement schnell und einfach ansteuern können", so Samuelsen.

Seit 1999 entwickelt novomind in Hamburg innovative eBusiness-Lösungen für die moderne Internetwelt in vier E-Business-Disziplinen: eCommerce (eShops und Zoomserver), ePDM (elektronisches Produktdatenmanagement), eMarketplace (Marktplatzintegration) und eCommunication (Lösungen für Call- und Servicecenter).

In jedem Leistungssegment gehört novomind zu den Technologieführern in Europa und deckt die gesamte digitale Wertschöpfungskette des Handels und der elektronischen Kundenkommunikation ab.

Auf den Gebieten der elektronischen Kundenkommunikation und Mail-Management (eCommunications) ist das Hamburger Softwarehaus das am schnellsten wachsende Unternehmen. Mit den beiden Produktlinien novomind iAGENT[TM] und novomind Self Service Suite[TM] können Unternehmen sämtliche Kommunikationskanäle bündeln. Die Kombination computerlinguistischer und semantischer Analysemethoden garantiert die besten Erkennungsquoten in Europa.

Die novomind AG betreut derzeit mehr als 80 Unternehmen, darunter Targobank, Der Club Bertelsmann, Deutsche Rentenversicherung Bund, Ernsting's family, EnBW, gebrüder götz, OTTO und QVC. Mehr Informationen auf <http://www.novomind.com> Pressekontakt:

novomind AG, Bramfelder Strasse 121, 22305 Hamburg
Pressekontakt: Jan Kleinevoss, Faktenkontor GmbH,
Tel.: 040/22703-8131, Fax: 040/22703-4131
E-Mail: jan.kleinevoss@faktenkontor.de, Internet: www.novomind.com

Originaltext:

novomind AG

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/17349/novomind-ag>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_17349.rss2