



Der neue Auftrag der CX

Erkenntnisse und Vorhersagen von 1.500
Führungskräften aus dem Kundenservice

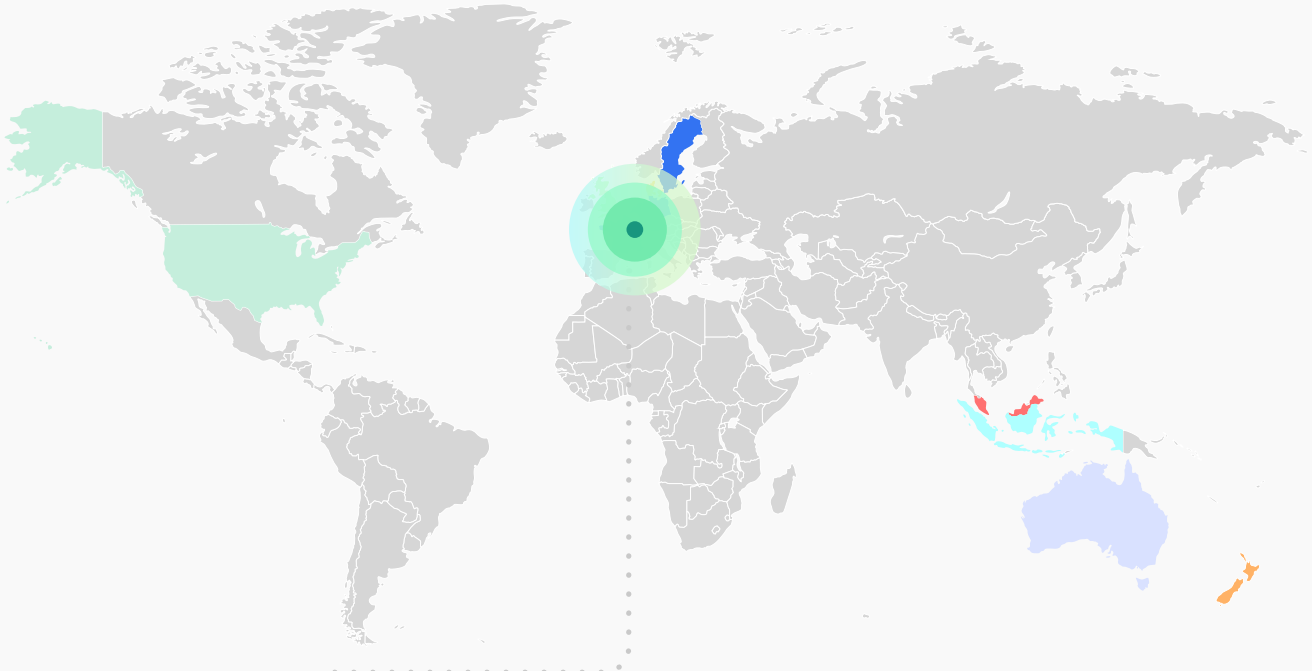
2020 SURVEY REPORT




EU-AUSGABE


Demografie


4 Länder. 600 Antworten.




600 FÜHRUNGSKRÄFTE

 **Frankreich**
200 Führungskräfte


 **Niederlande**
100 Führungskräfte

 **Schweden**
100 Führungskräfte

 **Deutschland**
200 Führungskräfte


 **USA**
300 Führungskräfte

 **Großbritannien**
200 Führungskräfte

 **Malaysia**
100 Führungskräfte

 **Australien**
140 Führungskräfte

 **Singapur**
100 Führungskräfte

 **Neuseeland**
60 Führungskräfte



Der Stand des Kundenservice im Jahr 2020

01

Durch die Krise sind die Kundenerwartungen gestiegen

In der EU verzeichnen 61 % der Führungskräfte im Kundenservice seit Februar 2020 einen Anstieg des allgemeinen Kontaktaufkommens.

Die Kunden nutzen für ihre Transaktionen mit Unternehmen zunehmend digitale Kanäle. **Kontaktloser Kundenservice hat sich zu einem Schlüsselement für die Kundenbindung und den Umgang mit der zunehmenden Kundenabwanderung entwickelt.**

[MEHR ERFAHREN →](#)

Glücklicherweise steigen auch die Budgets

In der EU stand 55 % der Führungskräfte im Kundenservice ein höheres Budget zur Verfügung als 2019.

Führungskräfte im Kundenservice setzen vermehrt auf Technologien, um Produktivität und Leistung zu steigern. Investitionen in Live-Chat und Messaging, KI-Chatbots und Automatisierung sowie Self-Service sind dieses Jahr deutlich gestiegen.

[MEHR ERFAHREN →](#)

02

CX wird 2021 unter dem Zeichen der Agilität stehen

65 % der Führungskräfte im Kundenservice in der EU rechnen damit, dass Remote Work zukünftig zur Normalität gehören wird. Über 57 % der Führungskräfte erwarten, dass sich der Anstieg des Anfrageaufkommens in Kontaktcentern 2021 trotz der Wiedereröffnung lokaler Geschäfte fortsetzt.

Führungskräfte im Kundenservice müssen es ihren Teams ermöglichen, agil und von überall aus zu arbeiten. Remote-fähige Technologien sind das Gebot der Stunde.

[MEHR ERFAHREN →](#)

03



Kundenerwartungen managen



Die Kunden sind anspruchsvoller geworden.

EUROPE

? Wie haben sich die folgenden Bereiche des Kundenservice seit Februar 2020 verändert?

Customer expectations



Customer empathy



Customer churn



Increase No change Decrease

Please note: The percentages are rounded off to the nearest number

57 % der Führungskräfte im Kundenservice in der EU verzeichnen seit Februar 2020 einen Anstieg der Kundenerwartungen.

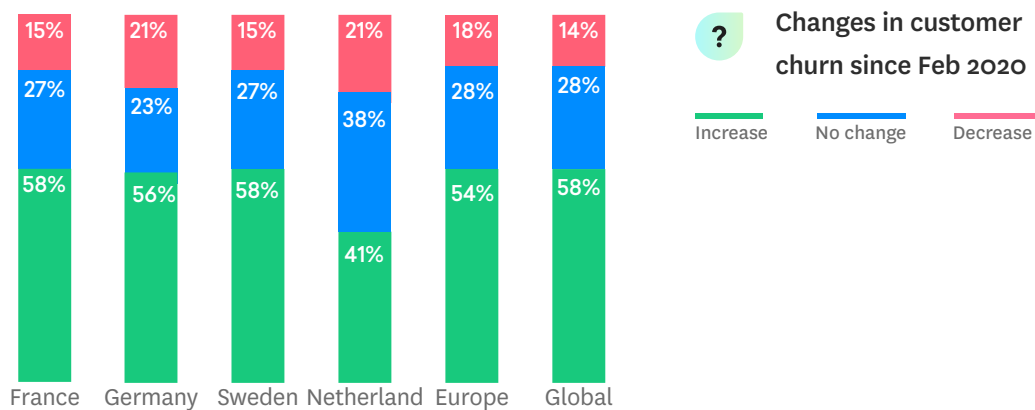
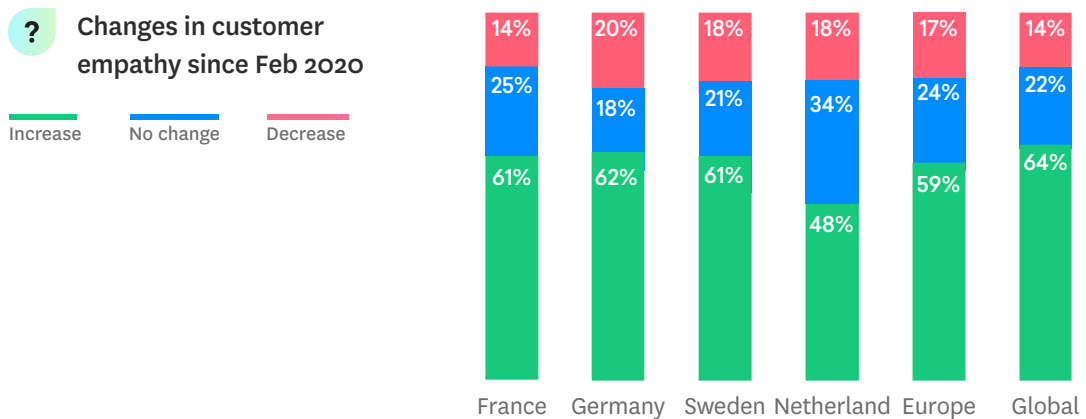
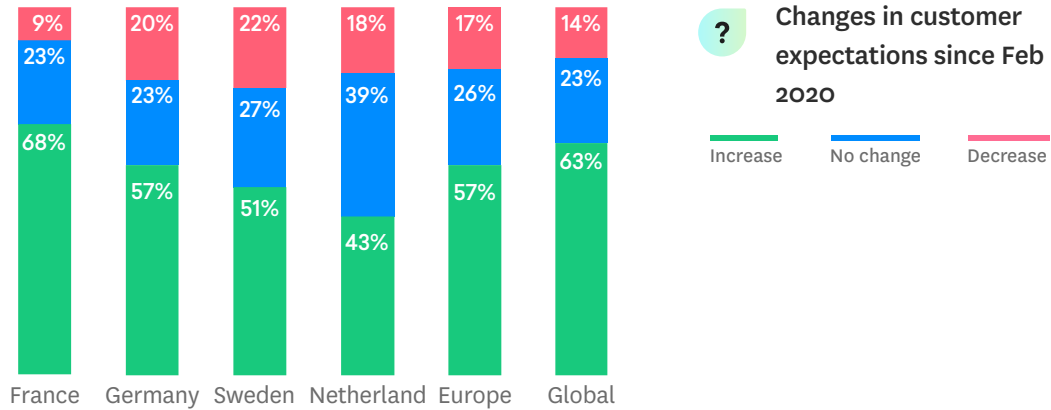
Kunden sind derzeit ängstlicher, verlassen nur ungern allzu oft das Haus und meiden belebte Orte. In Zeiten von Social Distancing liegt es für viele Kunden nahe, digitale Kanäle zu nutzen, um mit ihren bevorzugten Unternehmen zu interagieren.

Sie möchten wissen, woher ihre Produkte kommen, auf welchem Wege sie zu ihnen gelangen und welche Risiken ein Einkauf bei Ihrem Unternehmen bergen könnte. Besonders wichtig ist ihnen die Option einer kontaktlosen Abwicklung.

Unternehmen, die ihre Ansprüche nicht erfüllen, werden schnell zugunsten eines Mitbewerbers aufgegeben. **54 % der Führungskräfte in der EU verzeichnen seit Februar 2020 eine zunehmende Kundenabwanderung.**



Blick in die Regionen: Wie hat sich das Kundenverhalten in den folgenden Bereichen seit Februar 2020 verändert?



CX-Experte und Bestseller-Autor

„Eines meiner Prinzipien für gute wie für schlechte Zeiten lautet ‚Hilf, auch wenn du nicht helfen kannst‘. Soll heißen: Egal ob ein Problem lösbar ist oder nicht, versuche stets, die menschlichen Bedürfnisse deines Kunden wahrzunehmen und ihm weiterzuhelfen. In den aktuellen Krisenzeiten gibt es mehr Gelegenheiten denn je, diese Philosophie bei jedem Anruf, jedem Chatgespräch, jeder ein- oder ausgehenden E-Mail zu beherzigen.“



Anika Tannebaum

Expertin für Digital Leadership und Service

„Hervorragender Kundenservice ist heutzutage das entscheidende Alleinstellungsmerkmal, mit dem Sie sich von der Konkurrenz abheben können. So wie Sie Ihre Mitarbeiter behandeln, werden Ihre Mitarbeiter Ihre Kunden behandeln. Eine Investition in Ihre Führungskultur ist die beste Investition, die Sie tätigen können, um WOW-Momente zu erzeugen und aus Ihren Kunden Fans zu machen.“



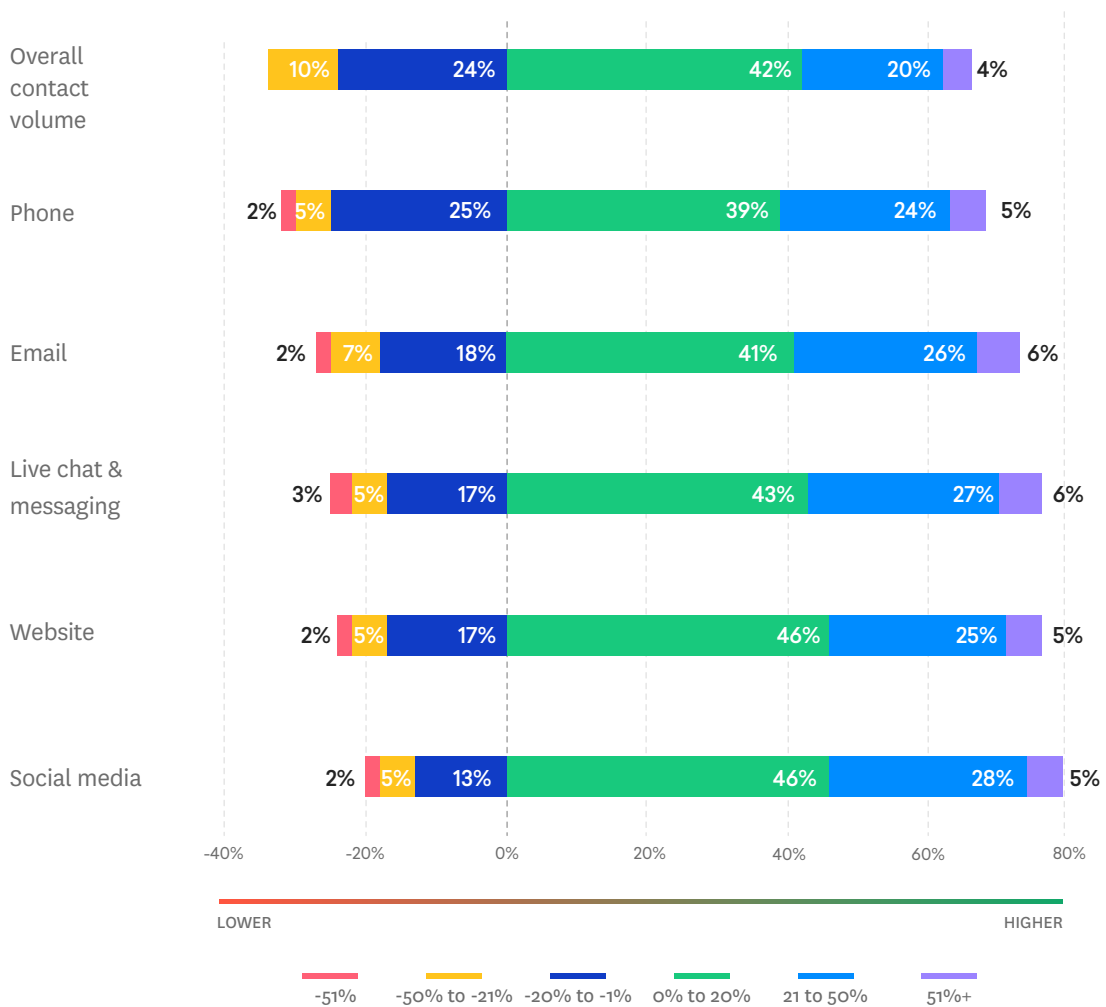
Auch das Kundenkontaktaufkommen ist gestiegen.

Da mehr Kunden Zuhause bleiben, hat sich die Verteilung auf die Supportkanäle verändert. Interaktionen in lokalen Geschäften haben sich auf digitale und Telefonkanäle verschoben, was sich in den Kontaktcentern eindeutig bemerkbar macht.

Über 73 % der Führungskräfte im Kundenservice in der EU verzeichnen eine Zunahme des Supportvolumens über digitale Kanäle wie E-Mail, Live-Chat und Messaging, soziale Medien und Websites.

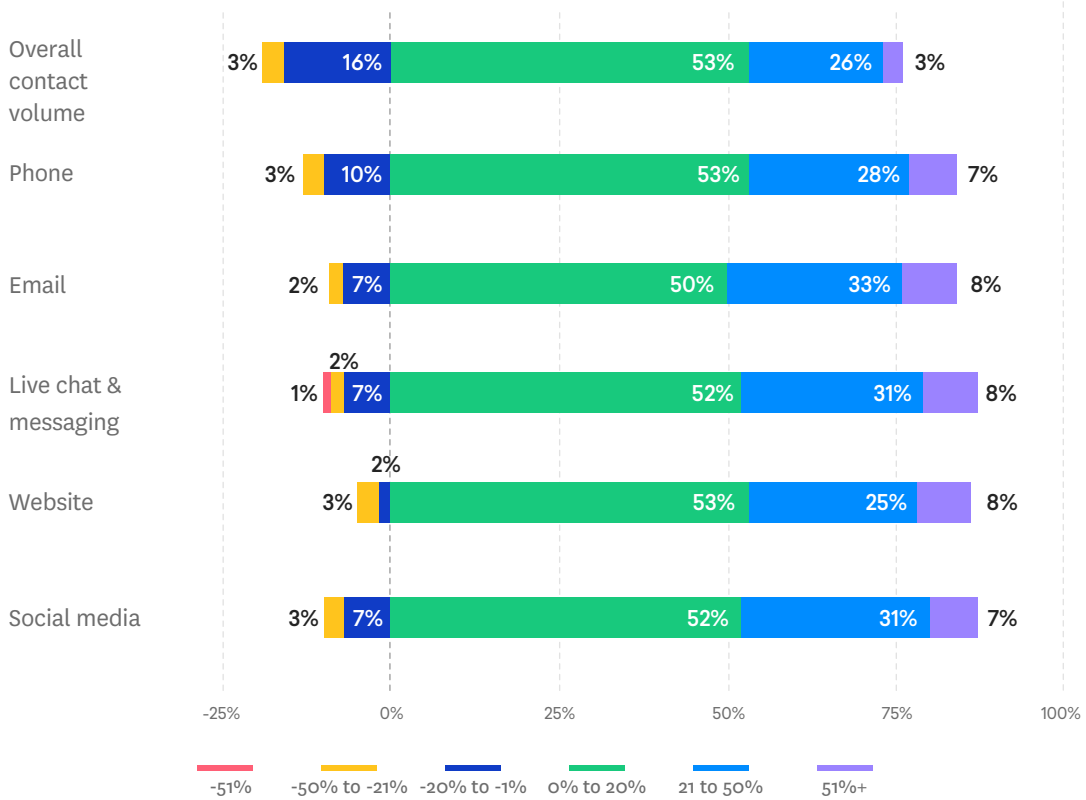
? Wie hat sich das Supportvolumen seit Februar 2020 bei Ihnen verändert?

EUROPE

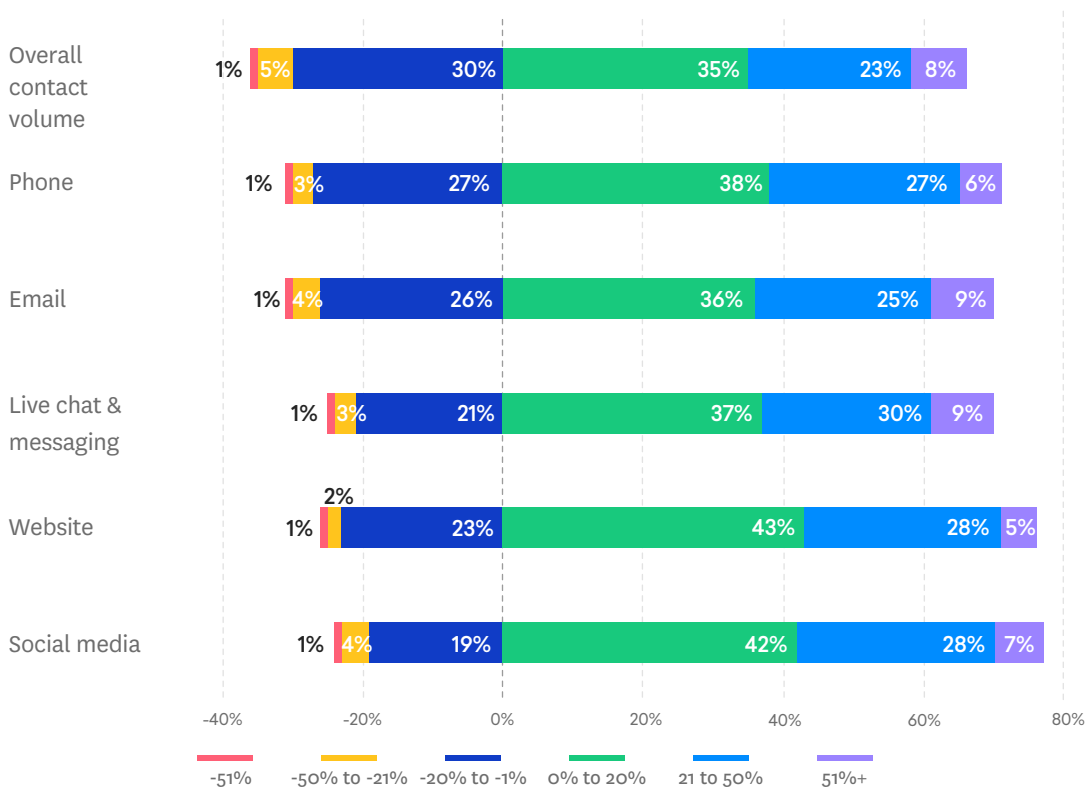


Blick in die Regionen: Wie hat sich das Supportvolumen seit Februar 2020 bei Ihnen verändert?

FRANKREICH

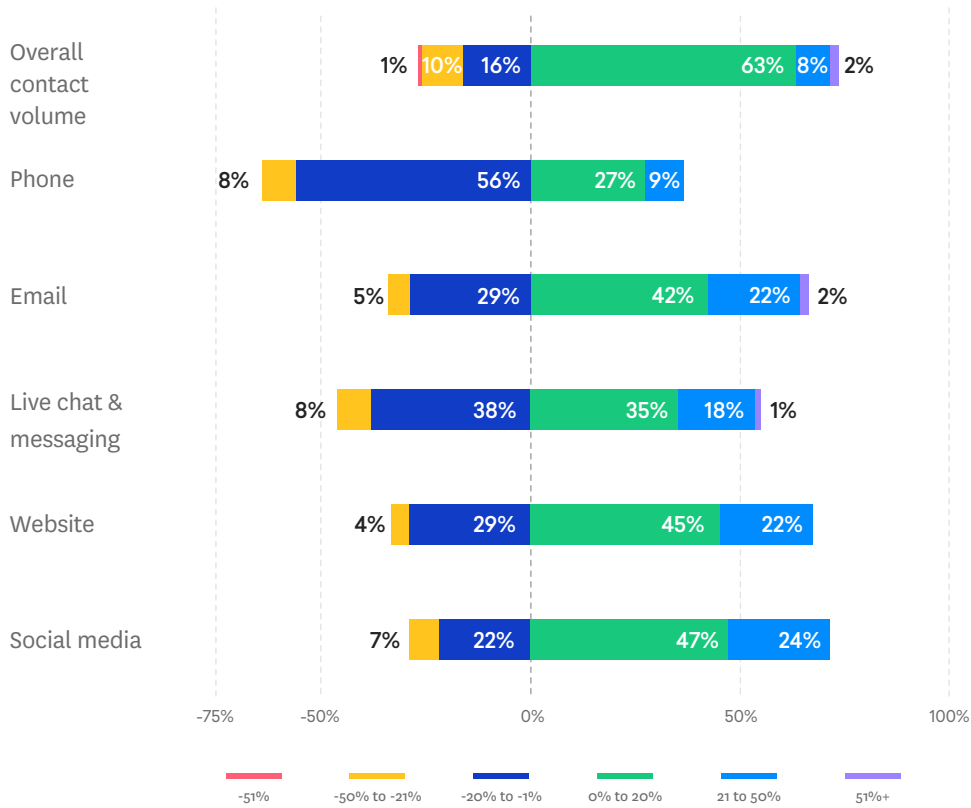


DEUTSCHLAND

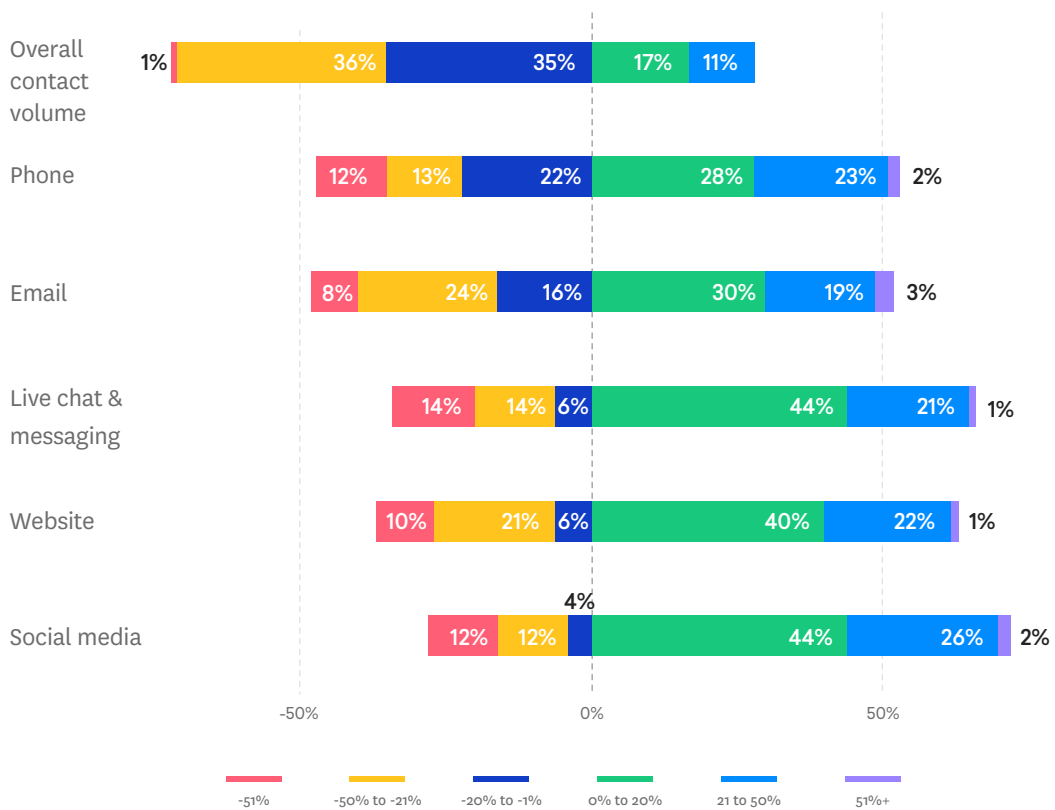


? Wie hat sich das Supportvolumen seit Februar 2020 bei Ihnen verändert?

SCHWEDEN

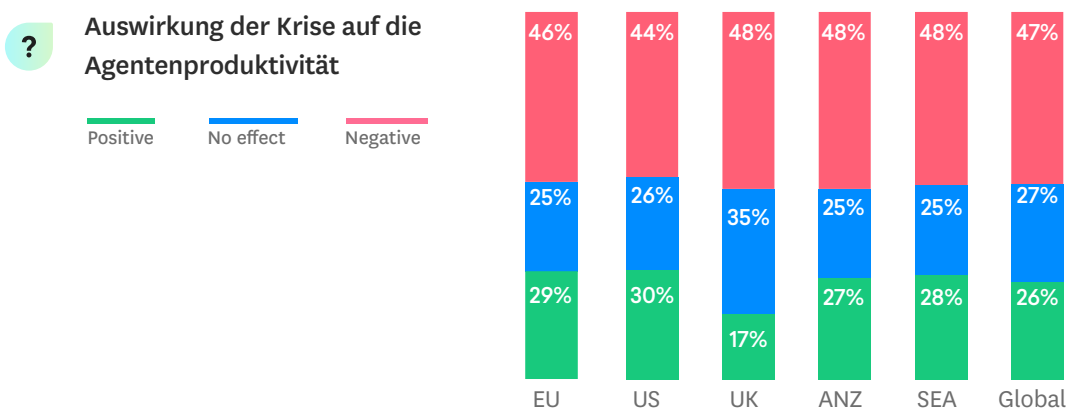
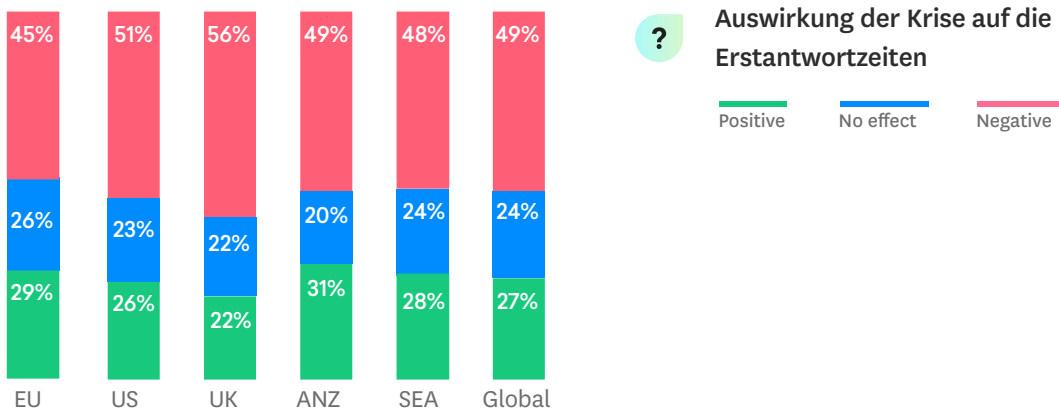
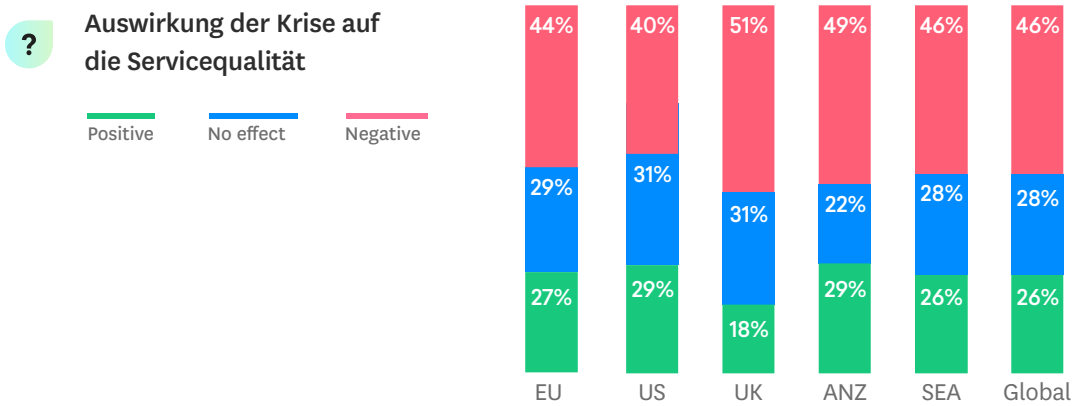


NIEDERLANDE



Die Unternehmen versuchen, sich über Wasser zu halten.

Über 45 % der Führungskräfte im Kundenservice in der EU verzeichnen eine Verschlechterung der Servicequalität, der Erstantwortzeiten und der Produktivität der Agenten.



Auch die Kundenserviceteams stehen vor Herausforderungen.

Dies sind die drei größten Herausforderungen, mit denen Führungskräfte im Kundenservice in der EU im Verlauf der Krise bislang konfrontiert waren:

Schwierigkeiten beim

Austarieren der

Agentenauslastung - 35%

Ein steigendes Kontaktaufkommen, weniger Personal und mangelnde Transparenz im Team können zu einer unausgewogenen Auslastung führen. Führungskräfte im Kundenservice müssen eine geeignete Kanalauswahl treffen und die Self-Service-Funktionalitäten ausbauen, um dieser Herausforderung zu begegnen.

Aufrechterhaltung des

Betriebs mit weniger

Personal - 33%

Ob aufgrund von Kosteneinsparungsmaßnahmen oder krankheitsbedingten Ausfällen, Kundenserviceteams haben seit einigen Monaten mit einer dünnen Personaldecke zu kämpfen. In Kombination mit dem gestiegenen Kontaktaufkommen hat dies zu einer Überlastung der Kontaktcenter geführt.

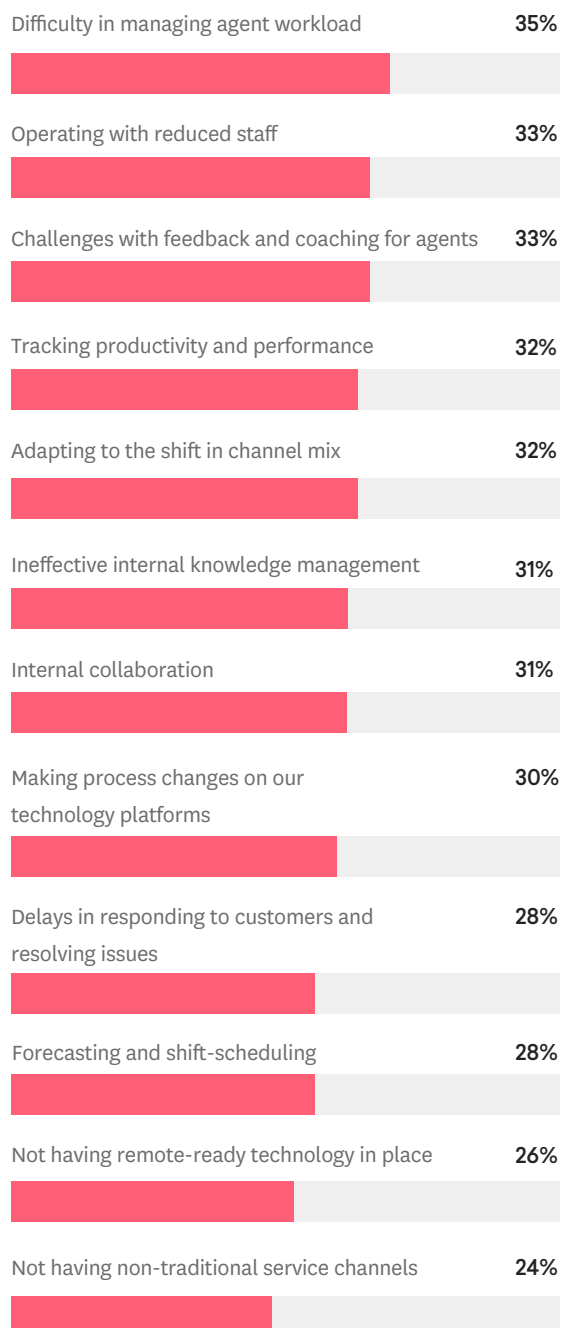
Schwierigkeiten mit

Feedback und Coaching - 33%

Feedback- und Coaching-Prozesse sind üblicherweise auf persönlichen Kontakt ausgelegt. Führungskräfte im Kundenservice müssen neue Modelle für motivierendes Online-Coaching umsetzen.

EUROPE

? Welche sind im Verlauf der Krise bislang die größten Herausforderungen für Ihr Kundenserviceteam gewesen?



Dies sind die drei größten Herausforderungen, mit denen Führungskräfte im Kundenservice in Frankreich im Verlauf der Krise bislang konfrontiert waren:

Nachverfolgung von Produktivität und Leistung - 32%

Führungskräfte empfinden es als schwierig, ihre remote arbeitenden Teams zu kontrollieren. In vielen Unternehmen eigneten sich die vorhandenen Mittel zur Leistungsüberwachung nicht für Teams, die remote arbeiten und die Unternehmen mussten feststellen, dass das Remote-Management besondere Fähigkeiten erfordert.

Umsetzung von prozessualen Änderungen auf unseren Technologieplattformen - 30%

Manche älteren Plattformen sind sehr starr und lassen keine einfachen Anpassungen durch die Benutzer zu. Selbst kleine Änderungen an Prozessen erfordern häufig eine umfangreiche Zusammenarbeit der Führungskräfte im Kundenservice mit dem IT-Team und den Entwicklern. Die Schwäche dieser Plattformen wurde durch die Krise besonders deutlich.

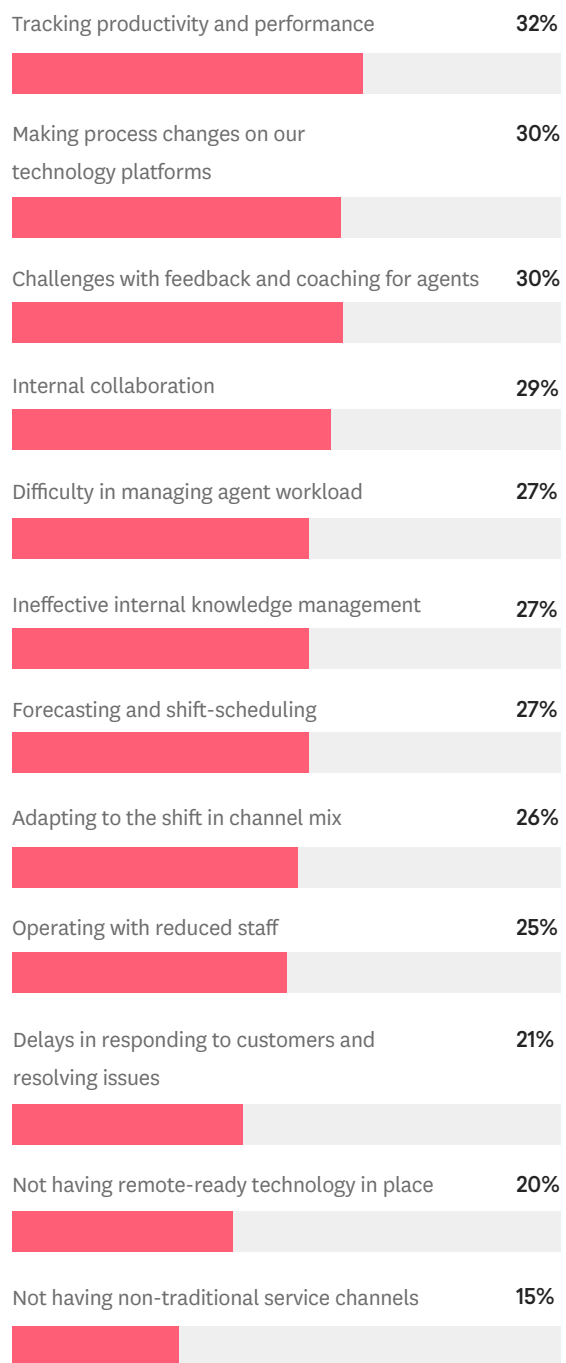
Schwierigkeiten mit Feedback und Coaching - 30%

Feedback- und Coaching-Prozesse sind üblicherweise auf persönlichen Kontakt ausgelegt. Führungskräfte im Kundenservice müssen neue Modelle für motivierendes Online-Coaching umsetzen.



Welche sind im Verlauf der Krise bislang die größten Herausforderungen für Ihr Kundenserviceteam gewesen?

FRANKREICH



Dies sind die drei größten Herausforderungen, mit denen Führungskräfte im Kundenservice in Deutschland im Verlauf der Krise bislang konfrontiert waren:

Anpassung an die Verschiebung der Kanalauslastung - 39%

Nach Februar 2020 kam der Kundenverkehr in lokalen Geschäften vollständig zum Erliegen. Die Kunden zögerten, die Sicherheit ihrer Wohnräume zu verlassen, und wandten sich stattdessen vermehrt „kontaktlosem Service“ zu. In der Folge stieg die Auslastung in den Kontaktcentern auf Kanälen wie Telefon, Live-Chat und E-Mail sprunghaft an.

Aufrechterhaltung des Betriebs mit weniger Personal- 38%

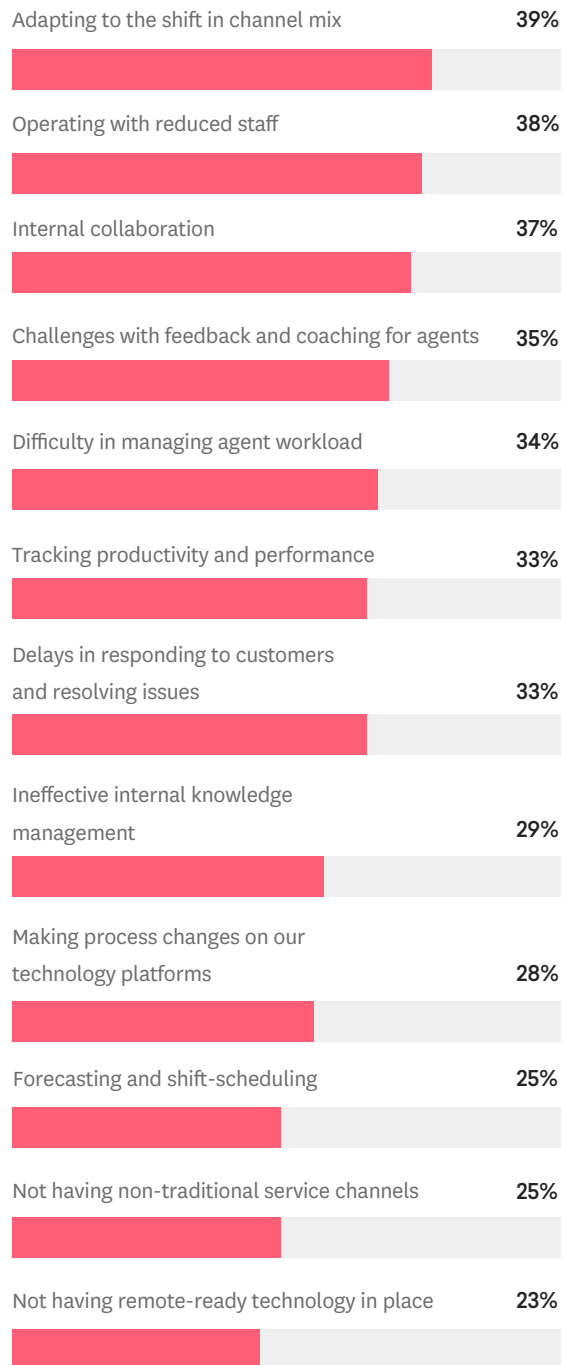
Ob aufgrund von Kosteneinsparungsmaßnahmen oder krankheitsbedingten Ausfällen, Kundenserviceteams haben seit einigen Monaten mit einer dünnen Personaldecke zu kämpfen. In Kombination mit dem gestiegenen Kontaktaufkommen hat dies zu einer Überlastung der Kontaktcenter geführt.

Interne Zusammenarbeit - 37%

Sich einfach umzudrehen, um den Kollegen um Rat zu fragen, das war einmal. Der Umstieg von der persönlichen Interaktion auf Videoanrufe, Chatfenster und gelegentliche Telefongespräche hat in den Teams zu zahlreichen Verzögerungen und Missverständnissen geführt.

? Welche sind im Verlauf der Krise bislang die größten Herausforderungen für Ihr Kundenserviceteam gewesen?

DEUTSCHLAND



Dies sind die drei größten Herausforderungen, mit denen Führungskräfte im Kundenservice in Schweden im Verlauf der Krise bislang konfrontiert waren:

Schwierigkeiten beim Austarieren der Agentenauslastung - 46%

Ein steigendes Kontaktaufkommen, weniger Personal und mangelnde Transparenz im Team können zu einer unausgewogenen Auslastung führen. Führungskräfte im Kundenservice müssen eine geeignete Kanalauswahl treffen und die Self-Service-Funktionalitäten ausbauen, um dieser Herausforderung zu begegnen.

Fehlende Verfügbarkeit remote-fähiger Technologie - 40%

Führungskräfte im Kundenservice brauchen eine dynamische Technologieausstattung mit Software, die ihnen ein flexibles Hin- und Herwechseln zwischen Büroarbeit und Remote Work ermöglicht. Aufgrund der plötzlichen Ausweitung der Krise waren manche Kundenserviceteams nicht ausreichend auf die Veränderungen vorbereitet, worunter die Produktivität und die Prozesse litten.

Fehlende Verfügbarkeit neuartiger Servicekanäle - 37%

Support per Telefon und E-Mail ist üblich, neuartige Kanäle wie Live-Chat und Messaging sind jedoch weniger weit verbreitet. Auf diesen Kanälen können Agenten mehrere Tickets gleichzeitig bearbeiten, was ihre Produktivität drastisch erhöht und zu einer gleichmäßigeren Verteilung der Arbeitslast beiträgt.

? Welche sind im Verlauf der Krise bislang die größten Herausforderungen für Ihr Kundenserviceteam gewesen?

SCHWEDEN



Please note: The percentages are rounded off to the nearest number



Dies sind die drei größten Herausforderungen, mit denen Führungskräfte im Kundenservice in den Niederlanden im Verlauf der Krise bislang konfrontiert waren:

Ineffektivität des internen

Wissensmanagements - 41%

In einer Situation wie der jetzigen, in der die Mitarbeiter von zu Hause aus arbeiten und nicht so einfach voneinander lernen können wie früher, kommt Systemen für das interne Wissensmanagement eine besondere Bedeutung zu. Wenn Kundenserviceteams auf Hindernisse stoßen und ihre Kollegen nicht erreichbar sind, müssen sie sich auf eine konsolidierte Datenquelle verlassen können.

Schwierigkeiten beim Ausräumen der Agentenauslastung - 39%

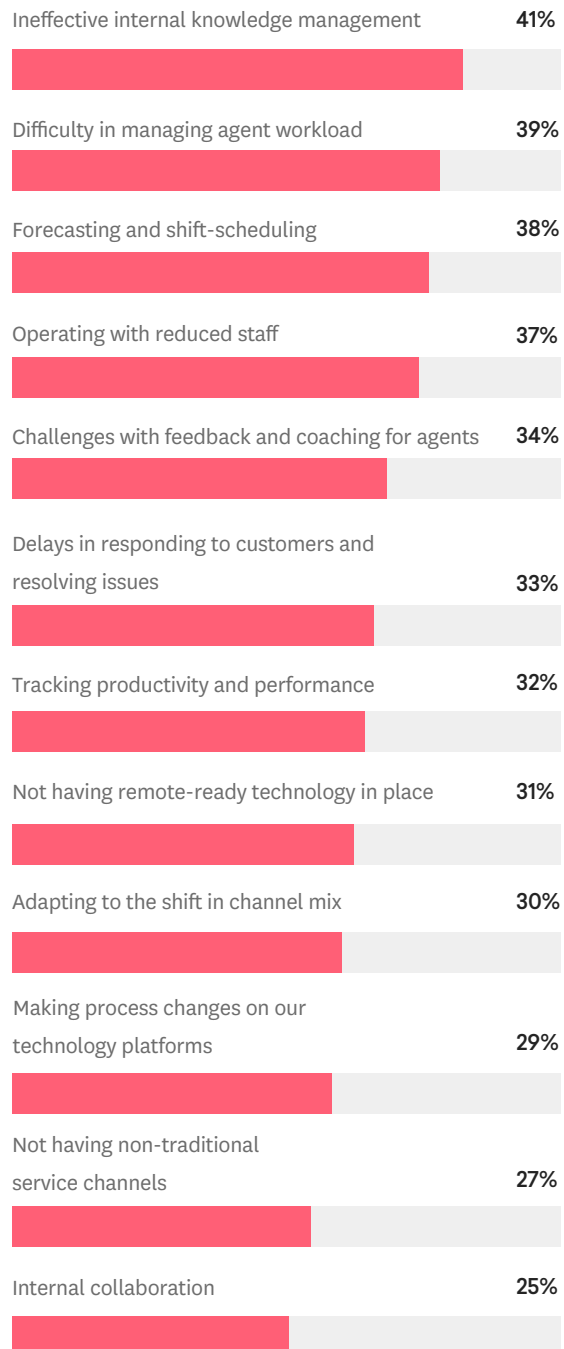
Ein steigendes Kontaktaufkommen, weniger Personal und mangelnde Transparenz im Team können zu einer unausgewogenen Auslastung führen. Führungskräfte im Kundenservice müssen eine geeignete Kanalauswahl treffen und die Self-Service-Funktionalitäten ausbauen, um dieser Herausforderung zu begegnen.

Prognosen und Schichtplanung - 38%

Ohne die richtige Technologie und ausreichend Personal ist es schwierig, Trends zu analysieren und Prognosen zu erstellen. Mitarbeiter mit Familie müssen eine Balance zwischen Privatleben und Beruf finden und benötigen dafür kürzere, häufigere Schichten. Führungskräfte im Kundenservice müssen die täglichen Prozesse neu denken, um den sich verändernden Umständen gerecht zu werden.

? Welche sind im Verlauf der Krise bislang die größten Herausforderungen für Ihr Kundenserviceteam gewesen?

NIEDERLANDE



Der Umgang mit der Krise

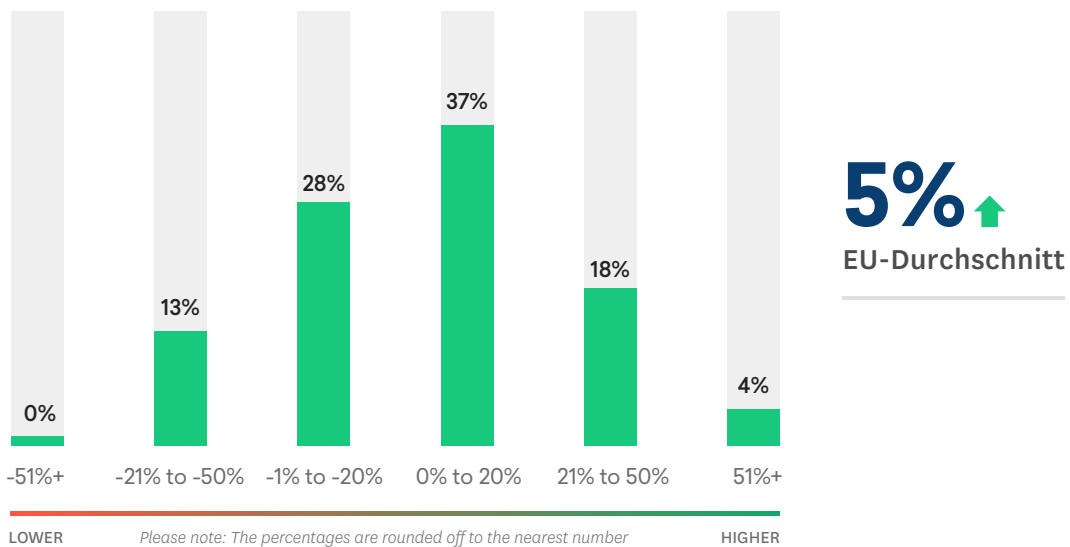


Glücklicherweise stieg das Budget der Führungskräfte im Kundenservice.

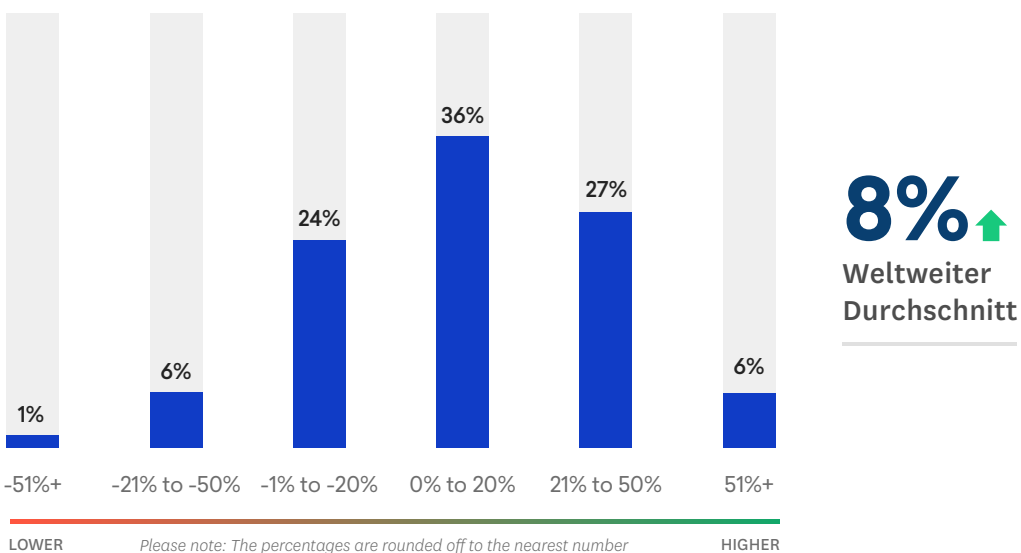
59 % der Führungskräfte im Kundenservice in der EU stand insgesamt ein höheres Budget zur Verfügung als 2019. In der EU stieg das Budget für den Kundenservice durchschnittlich um 5 %, weltweit um 8 %.

? Welche Auswirkungen auf das Kundenservicebudget haben Sie im Vergleich zu 2019 festgestellt?

EUROPE

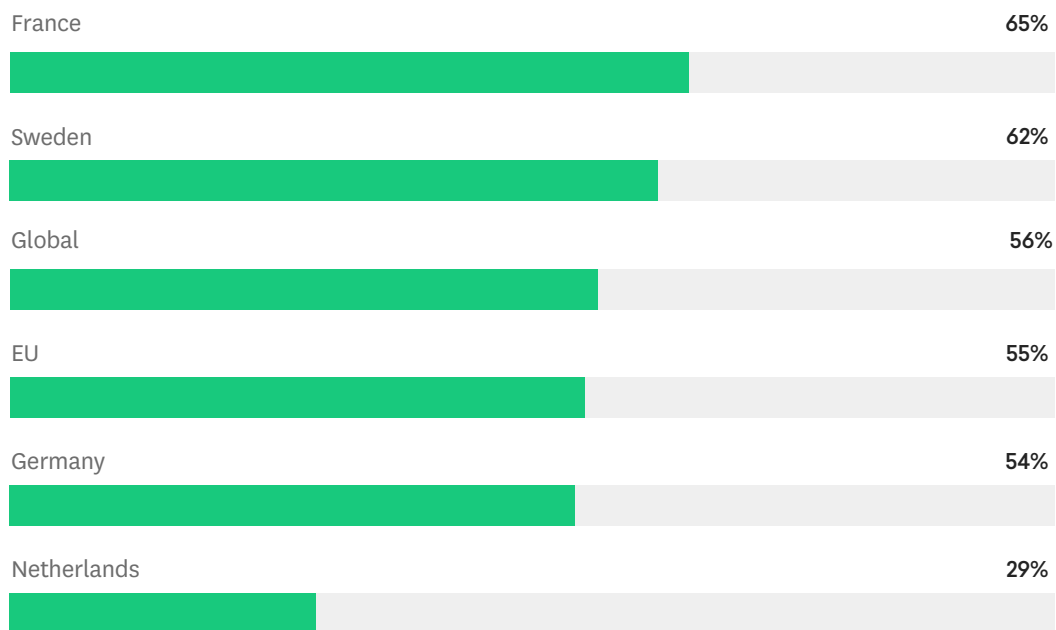


GLOBAL

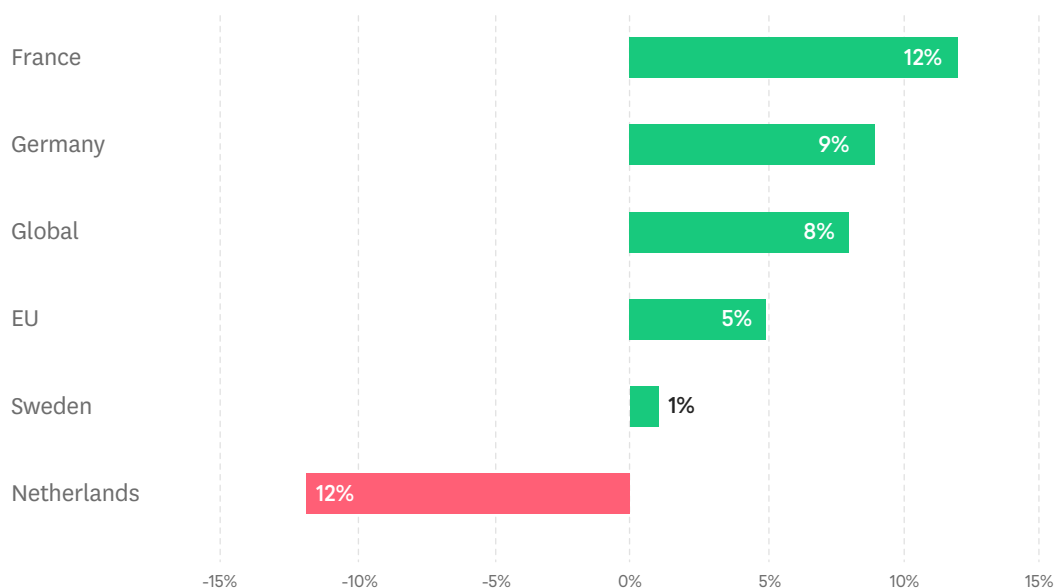


Blick in die Regionen: Frankreich hat im Vergleich zu anderen EU-Ländern mehr in den Kundenservice investiert. Die Führungskräfte im Kundenservice in Frankreich verzeichneten eine durchschnittliche Erhöhung ihres Budgets um 12 %. In den Niederlanden hingegen sanken die Budgets im Verhältnis zu 2019 um durchschnittlich 12 %.

? **Wie viel Prozent der Führungskräfte im Kundenservice in diesen Ländern verzeichneten eine Erhöhung ihres Budgets?**



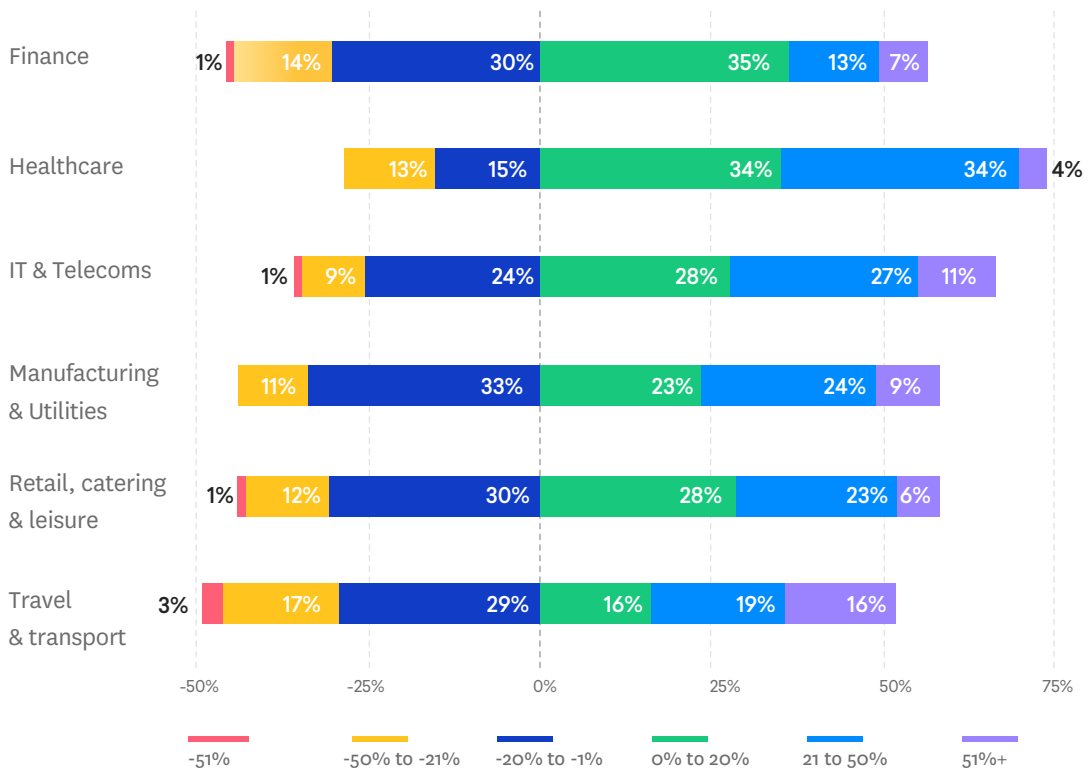
? **Um wie viel Prozent stieg das Budget der Führungskräfte im Kundenservice im Durchschnitt?**



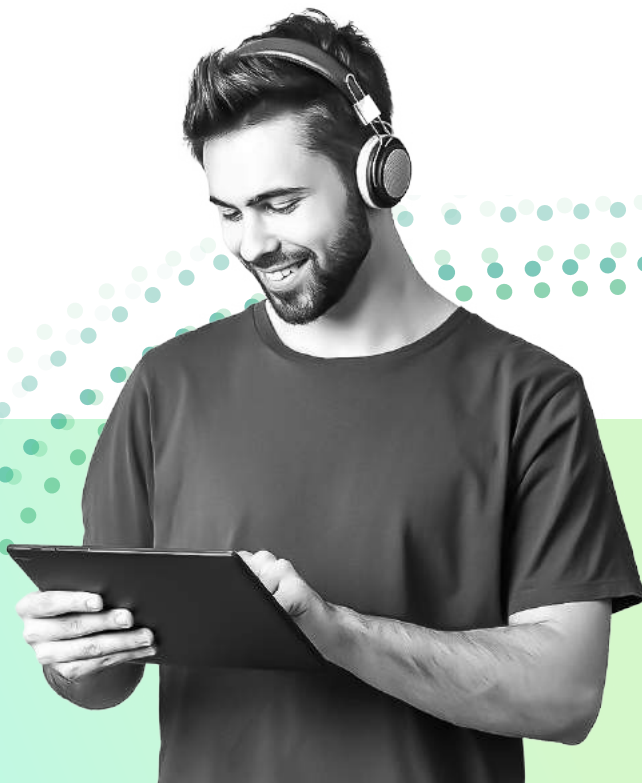
Blick auf die Branchen: In Branchen wie dem Gesundheitswesen oder IT & Telekommunikation stiegen die Budgets am deutlichsten. Branchen wie Einzelhandel, Catering & Freizeit oder die Finanzbranche hingegen mussten eine deutliche Kürzung ihrer Kundenservicebudgets hinnehmen.

EUROPE

? Welche Auswirkungen auf das Kundenservicebudget haben Sie im Vergleich zu 2019 festgestellt?



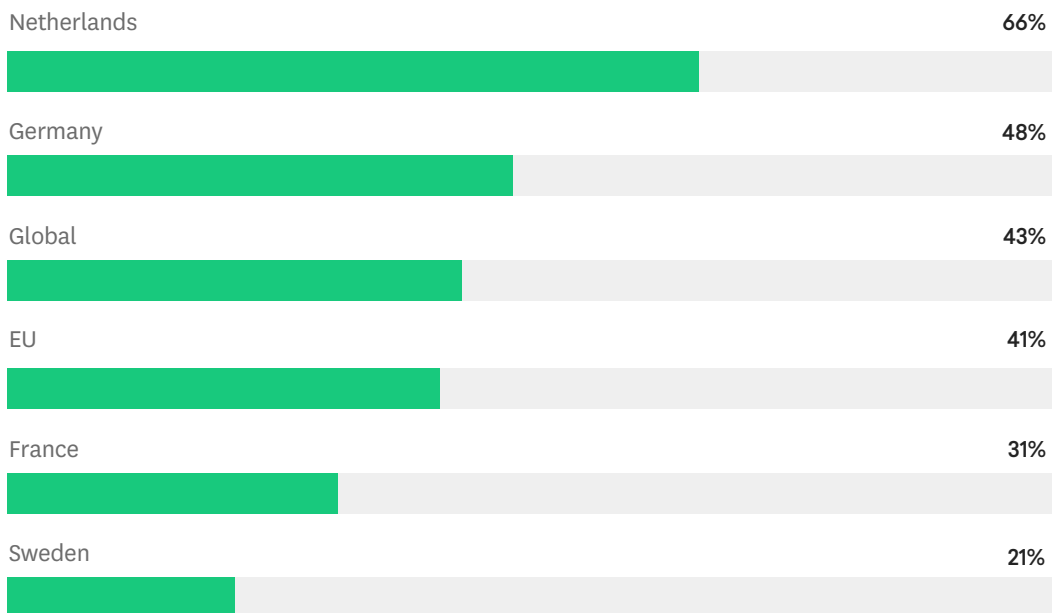
Please note: The percentages are rounded off to the nearest number



Der Personalstand hinkt hinter dem wachsenden Anfrageaufkommen hinterher.

Obwohl die Belegschaft im Kundenservice in der EU um durchschnittlich 6 % wuchs, kommen die Führungskräfte bei dem steigenden Kontaktaufkommen nicht hinterher. Tatsächlich meldeten **41 % der Führungskräfte im Kundenservice in der EU eine Verringerung des Personals seit Februar 2020**. Die „Aufrechterhaltung des Betriebs mit weniger Personal“ rangiert weltweit und in der EU auf Rang 2 der größten Herausforderungen, mit denen Kundenserviceteams im Verlauf der Krise bislang konfrontiert gewesen sind.

? Wie viel Prozent der Führungskräfte im Kundenservice in diesen Ländern verzeichneten einen Rückgang des Personals?



6% ↑
EU-Durchschnitt

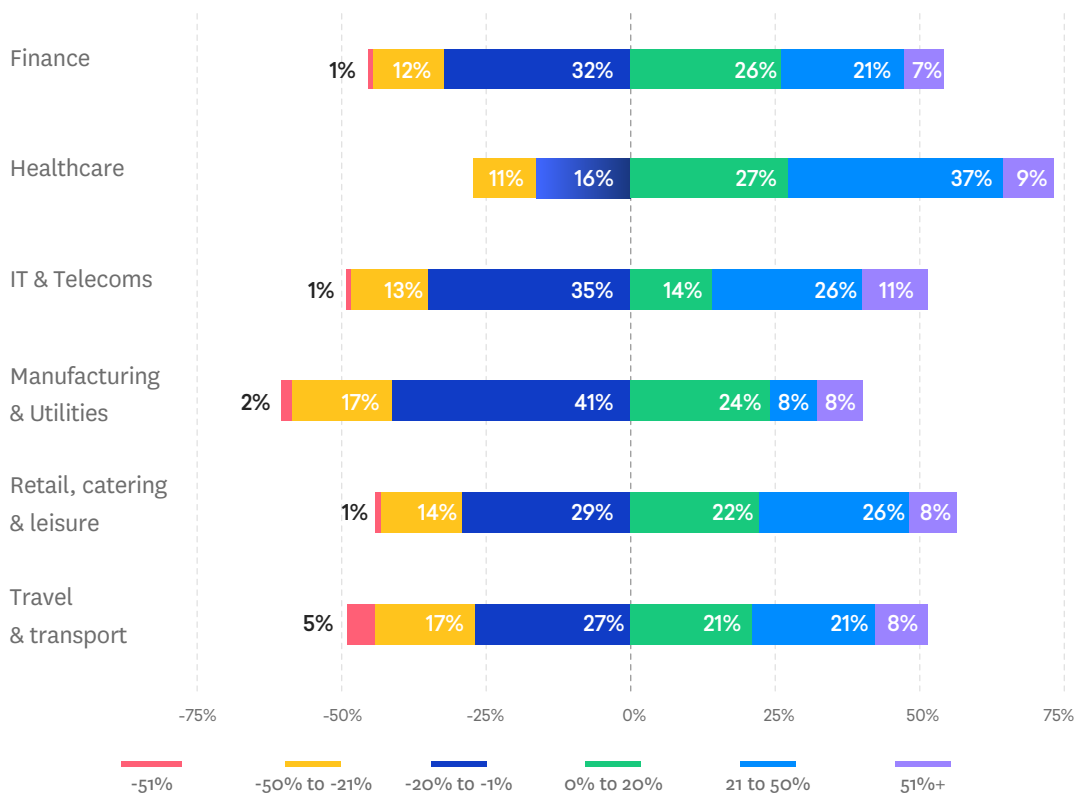
7% ↑
Weltweiter Durchschnitt



Blick auf die Branchen: 50 % der Führungskräfte im Kundenservice in Branchen wie Reise & Verkehr oder Fertigung & Versorgung verzeichneten personelle Einbußen, wohingegen 60 % der Führungskräfte im Kundenservice im Gesundheitswesen ihr Personal während der Pandemie aufstockten.

WELTWEIT

? Wie stark hat die Zahl Ihrer Mitarbeiter im Kundenservice seit Februar 2020 zu- oder abgenommen?



Please note: The percentages are rounded off to the nearest number



Angesichts des knappen Personals steigt die Bedeutung von Technologien.

Angesichts steigender Kundenerwartungen, eines großen Kundenkontaktaufkommens und einer unbeständigen Personalsituation versuchten die Unternehmen, die Krise mithilfe von Technologien dauerhaft in den Griff zu bekommen.

44 % der Führungskräfte im Kundenservice weltweit gaben an, dass Live-Chat und Messaging am wichtigsten für sie sind, um während der Krise ihre Serviceneiveaus zu halten.

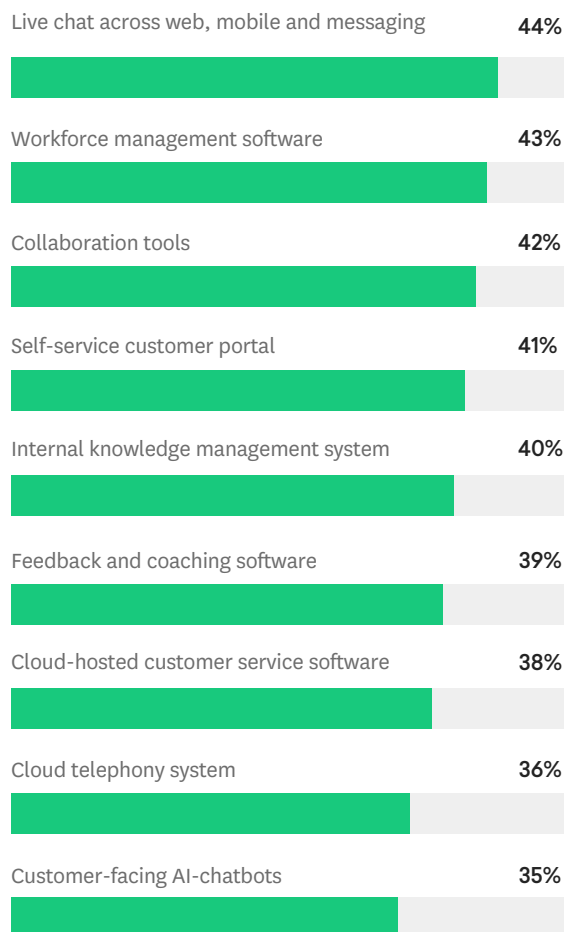
Chats sind nicht nur für die Kunden ein vertrauter, benutzerfreundlicher Kanal, sondern können auch die interne Produktivität erheblich verbessern. Serviceagenten arbeiten über Chats bis zu 3-mal produktiver als über Sprachkanäle, weil sie in Chats mehrere Kunden gleichzeitig betreuen können.

Interessanterweise zählten KI-Chatbots mit Kundenkontakt nicht zu den am meisten genannten Tools.



Welche Tools, sofern zutreffend, sind am wichtigsten für Sie, um während der Krise Ihr Serviceneiveau zu halten?

EUROPE



Please note: The percentages are rounded off to the nearest number

„Seit einiger Zeit ändert sich die Art und Weise, wie die Kunden mit uns sprechen. Üblicherweise verzeichnen wir jeden Monat einen Zuwachs an Tickets von 10 bis 15 %, doch seit Beginn der Pandemie ist die Anzahl der per Chat eingehenden Anfragen sprunghaft angestiegen. Vorher bearbeiteten unsere Agenten etwa 30 bis 50 Chatanfragen täglich, aber seit März hat sich die Anzahl der Chatanfragen im Durchschnitt verdoppelt! Mittlerweile bearbeitet jeder Agent zwischen 120 und 150 Chatanfragen pro Tag.“

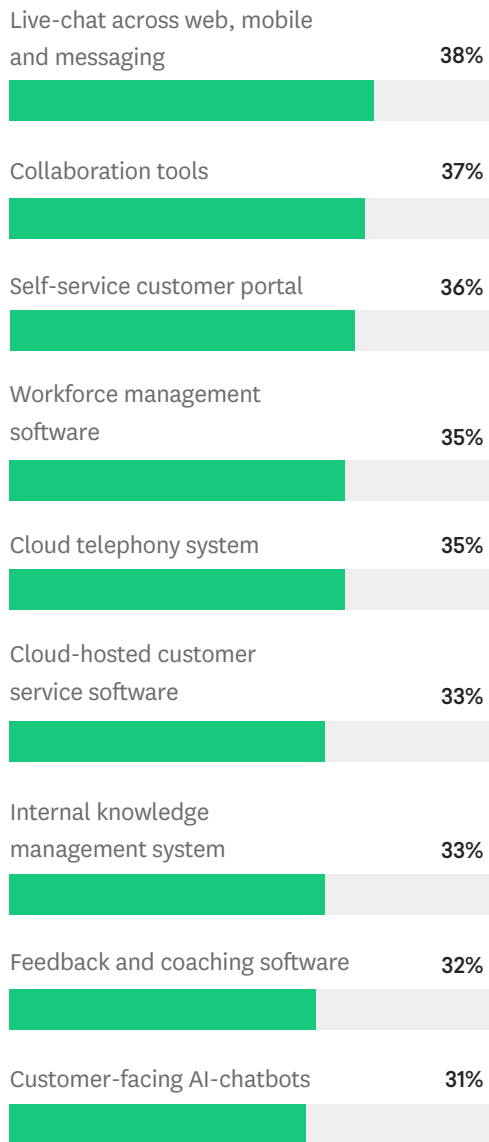
Charlie Cross

Chief Sales Manager, Axminster Tools

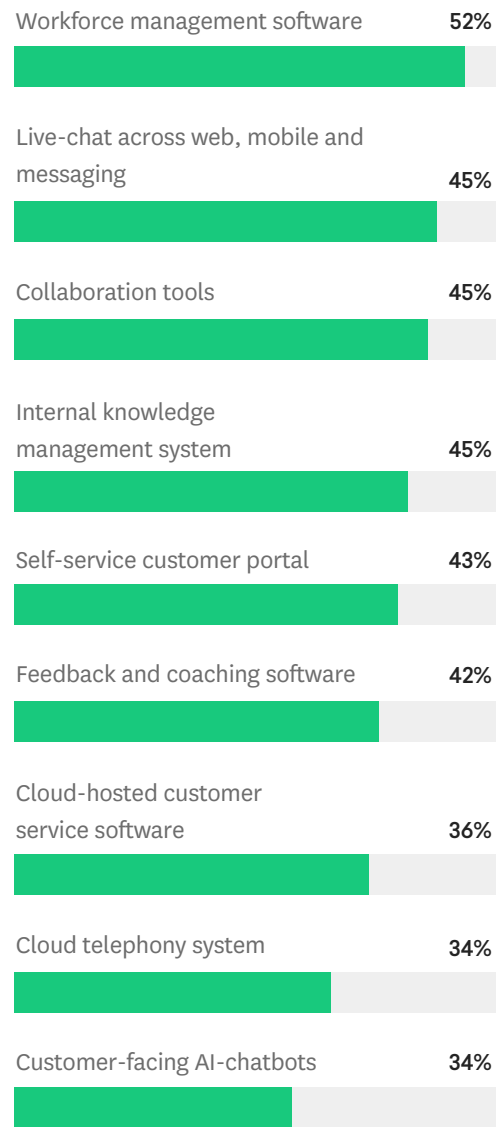


Blick auf die Regionen: Welche Tools, sofern zutreffend, sind am wichtigsten für Sie, um während der Krise Ihr Serviceniveau zu halten?

FRANKREICH



DEUTSCHLAND

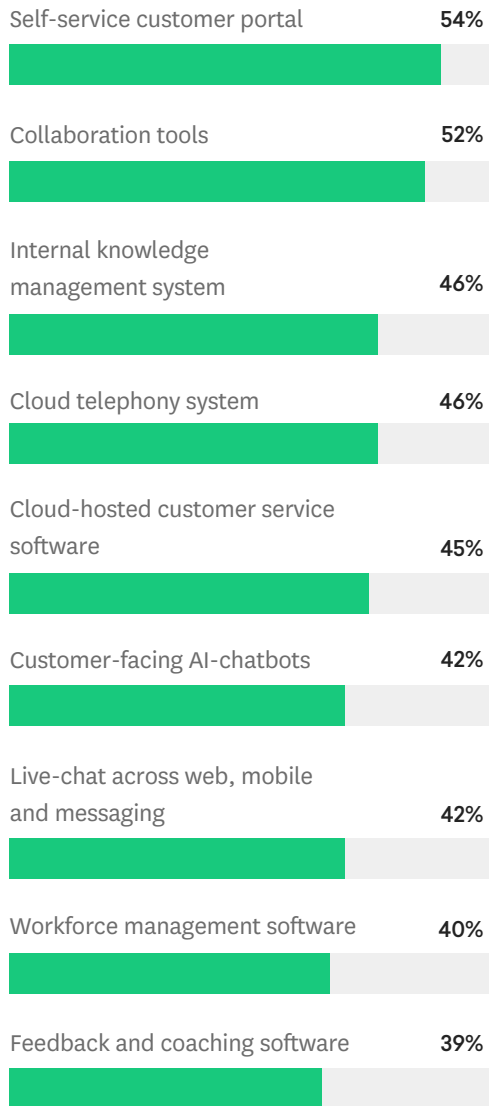


Please note: The percentages are rounded off to the nearest number

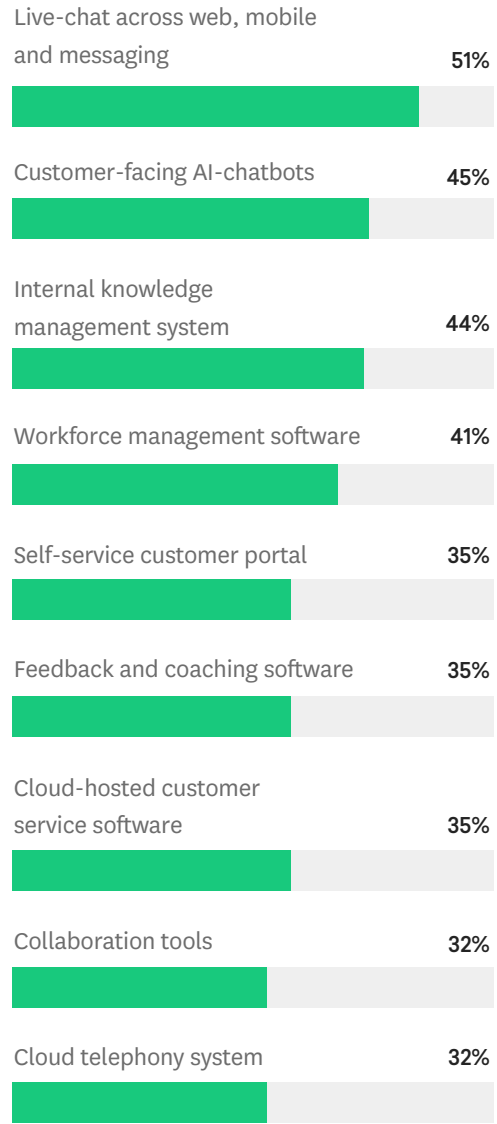


Blick auf die Regionen: Welche Tools, sofern zutreffend, sind am wichtigsten für Sie, um während der Krise Ihr Serviceniveau zu halten?

SCHWEDEN



NIEDERLANDE



Please note: The percentages are rounded off to the nearest number



Die Prioritäten für 2021 verstehen



Den Erwartungen zufolge wird das Kontaktaufkommen 2021 weiter steigen.

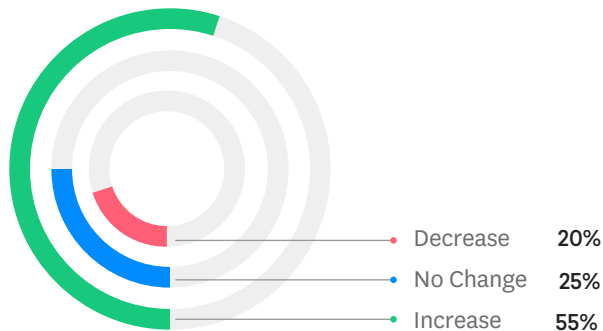
52 % der Führungskräfte im Kundenservice gehen davon aus, dass die Anfragen in den lokalen Geschäften bis Juni 2021 zunehmen werden. Dies deutet darauf hin, dass die Führungskräfte zumindest bis zu einem gewissen Grad mit einer Rückkehr zur Normalität und damit der Kunden in den Geschäften rechnen.

Nichtsdestotrotz erwarten mehr als 57 % der Führungskräfte, dass das Anfrageaufkommen in den Kontaktcentern per Telefon, E-Mail, Chat und Messaging, Internet und in den soziale Medien auch 2021 weiter ansteigen wird.

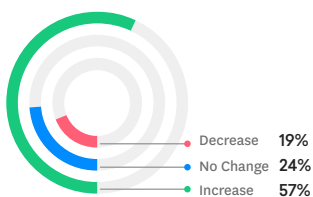
Die Unternehmen müssen in der Lage sein, das steigende Supportvolumen zu bewältigen und eine Balance zwischen Support aus dem Office und via Remote Work finden.

? Mit welcher Entwicklung des Supportvolumens, ausgehend vom Stand im Juni 2020, rechnen Sie bis Juni 2021?

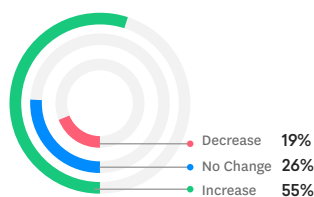
EUROPE



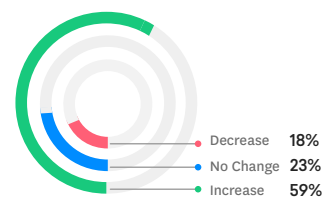
Overall contact volume



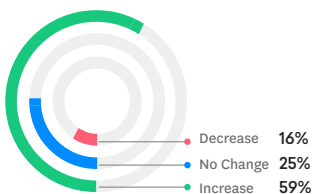
Phone



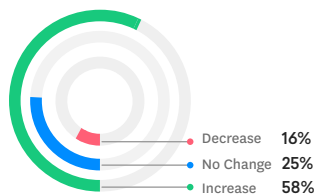
Email



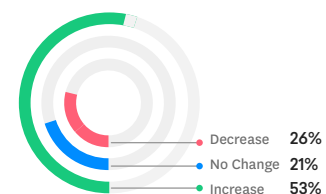
Live chat & messaging



Website



Social media



In-store



Blick auf die Regionen: Mit welcher Entwicklung des Supportvolumens, ausgehend vom Stand im Juni 2020, rechnen Sie bis Juni 2021?

FRANKREICH

Overall contact volume



Phone



Email



Live chat & messaging



Website



Social media



In-store



Increase No change Decrease

DEUTSCHLAND

Overall contact volume



Phone



Email



Live chat & messaging



Website



Social media



In-store



Increase No change Decrease



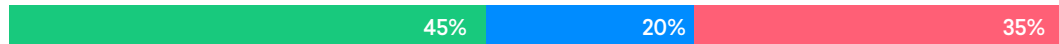
Blick auf die Regionen: Mit welcher Entwicklung des Supportvolumens, ausgehend vom Stand im Juni 2020, rechnen Sie bis Juni 2021?

SCHWEDEN

Overall contact volume



Phone



Email



Live chat & messaging



Website



Social media



In-store



Increase No change Decrease

NIEDERLANDE

Overall contact volume



Phone



Email



Live chat & messaging



Website



Social media



In-store



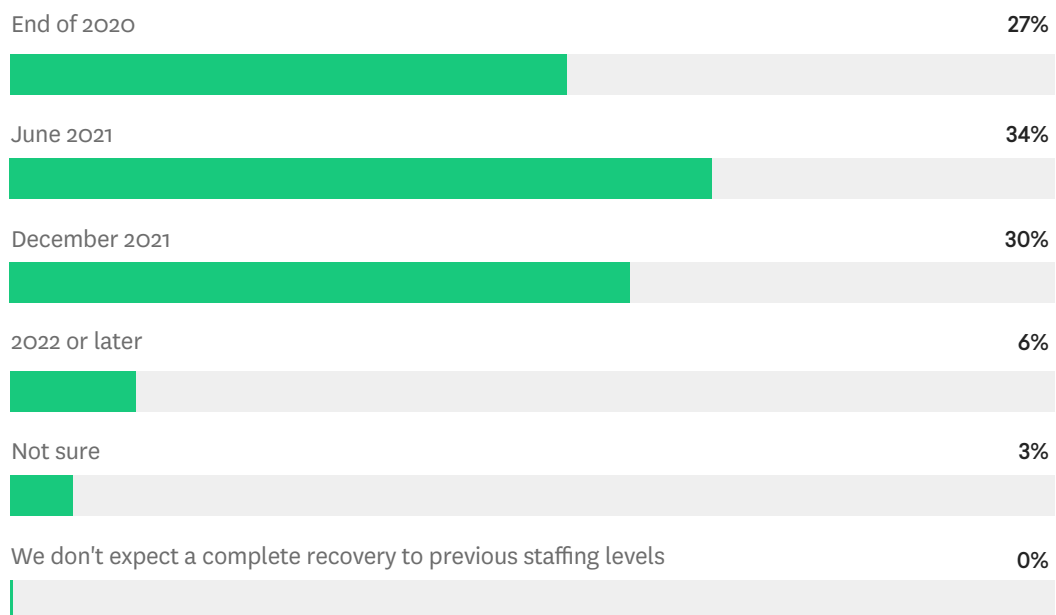
Increase No change Decrease



Mit einer Wiederherstellung des Personalstands wie zu Zeiten vor der Krise wird nicht vor Juni 2021 gerechnet.

? Wann wird Ihrer Einschätzung nach der Personalstand von Februar 2020 wiederhergestellt sein?

EUROPE



Please note: The percentages are rounded off to the nearest number



Mitarbeiter sind überarbeitet und Automatisierung rückt in den Fokus.

Die Umstellung vieler Unternehmen auf Remote Work zwingt die Mitarbeiter, sich mit der schwindenden Trennung zwischen Berufs- und Privatleben auseinanderzusetzen. **Über 50 % der Führungskräfte im Kundenservice weltweit haben den Eindruck, dass die psychische Gesundheit ihrer Agenten infolge der Krise gelitten hat.**

Da davon auszugehen ist, dass noch deutlich bis ins Jahr 2021 hinein remote gearbeitet werden wird, suchen Unternehmen nach Wegen, um ihren Mitarbeitern den Übergang zu erleichtern und die Stimmung sowie Motivation zu heben.

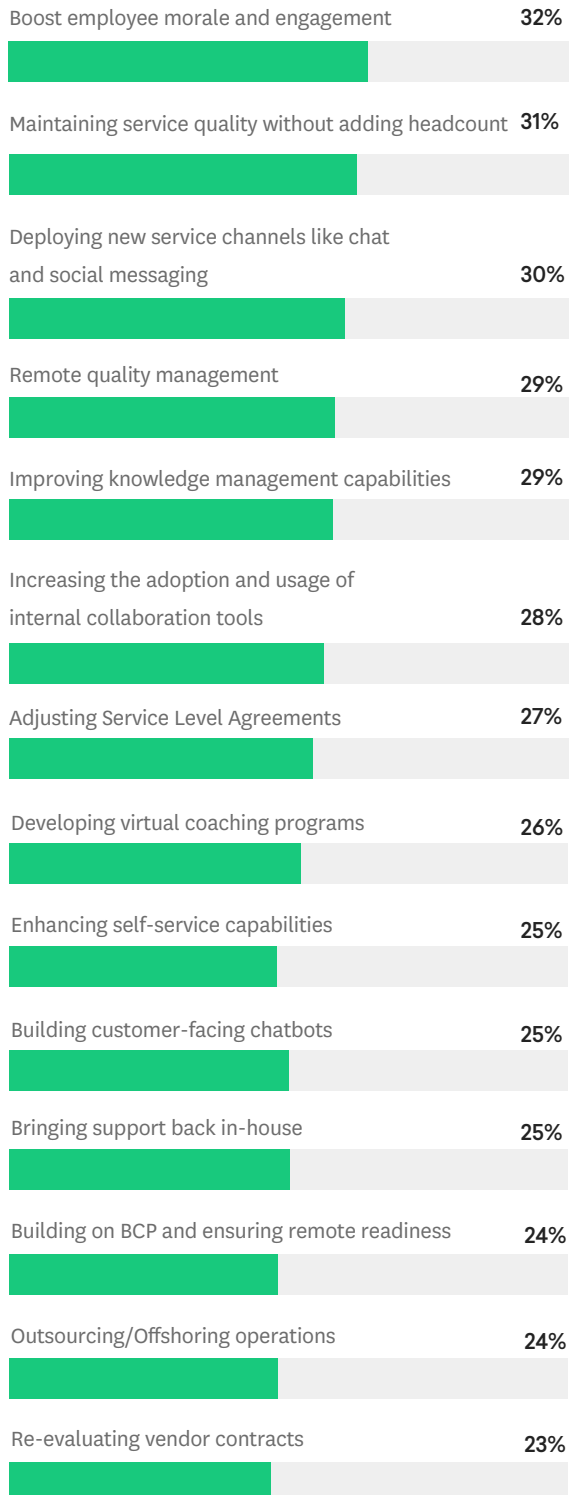
Zu den am häufigsten genannten Prioritäten zählen außerdem:

- ✔ Wahrung der Servicequalität ohne Aufstockung des Personals
- ✔ Nutzung neuer Servicekanäle wie Chat und soziale Medien



Welche, sofern zutreffend, sind die wichtigsten Prioritäten für Ihren Kundenservicebetrieb?

WELTWEIT



Blick in die Regionen:

Dies sind die drei wichtigsten

Prioritäten für den

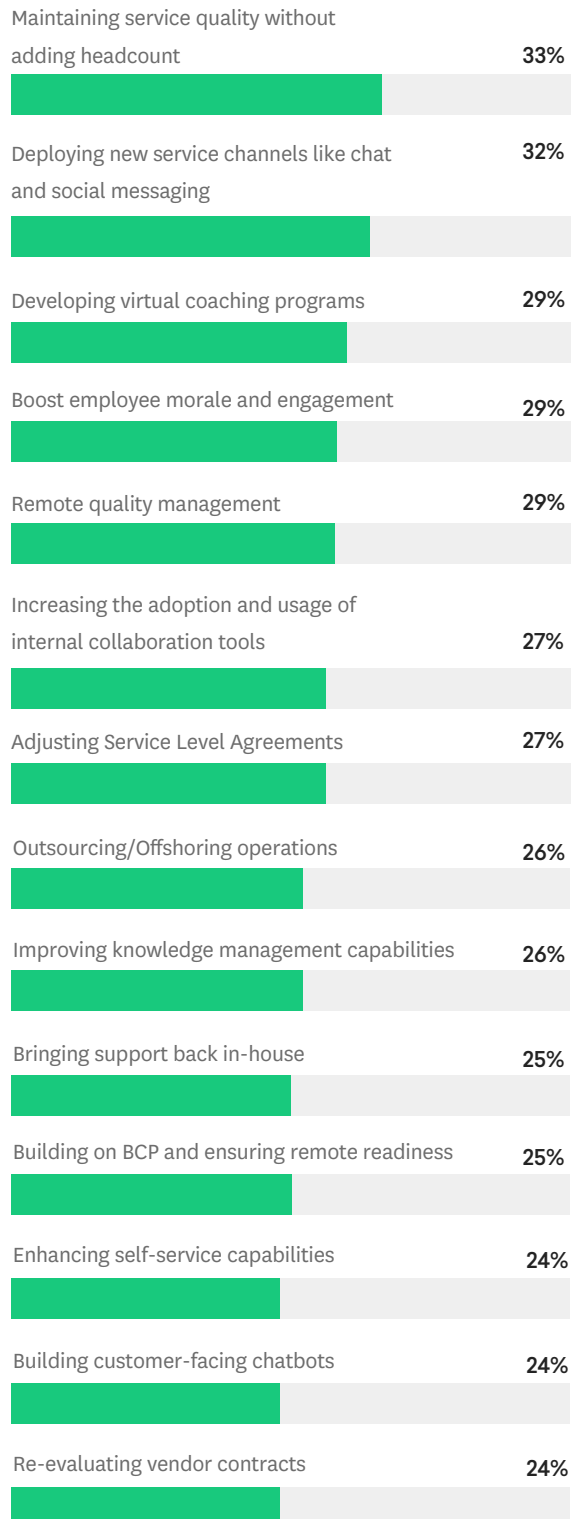
Kundenservicebetrieb in der EU:

- ✓ Wahrung der Servicequalität ohne Aufstockung des Personals
- ✓ Nutzung neuer Servicekanäle wie Chat und Messaging
- ✓ Entwicklung virtueller Coaching-Programme

In der EU liegt der Fokus der Führungskräfte im Kundenservice auf einer Verbesserung der Effizienz mithilfe von Technologien, um die Mitarbeiter zu entlasten.



Welche, sofern zutreffend, sind die wichtigsten Prioritäten für Ihren Kundenservicebetrieb?

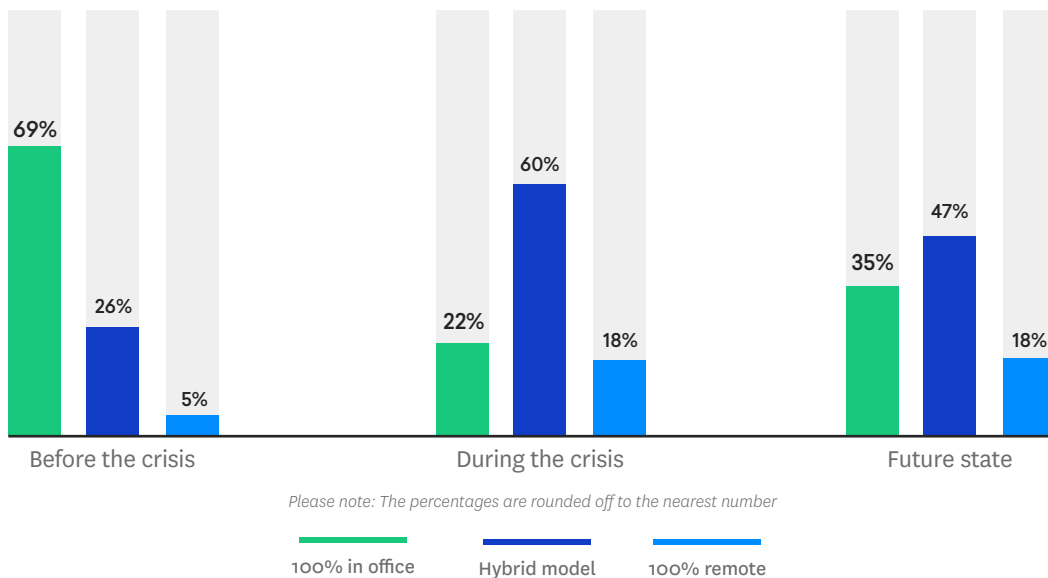
EUROPE

„Zurück an die Arbeit“ wird nicht unbedingt „Zurück ins Büro“ bedeuten.

65 % aller Führungskräfte im Kundenservice weltweit stellen sich für die Zukunft auf Arbeitsmodelle wie Remote Work oder hybride Modelle mit einer flexiblen Aufteilung der Arbeit zwischen Büro und dem Zuhause ein. Damit erleben wir das Aufkommen einer neuen Art von Kundenservice, bei der sich alles um Agilität dreht.

WELTWEIT

? Wie hat Ihr Team in den folgenden Zeiträumen gearbeitet?



Founder & CEO, Native



Nicolas Petit

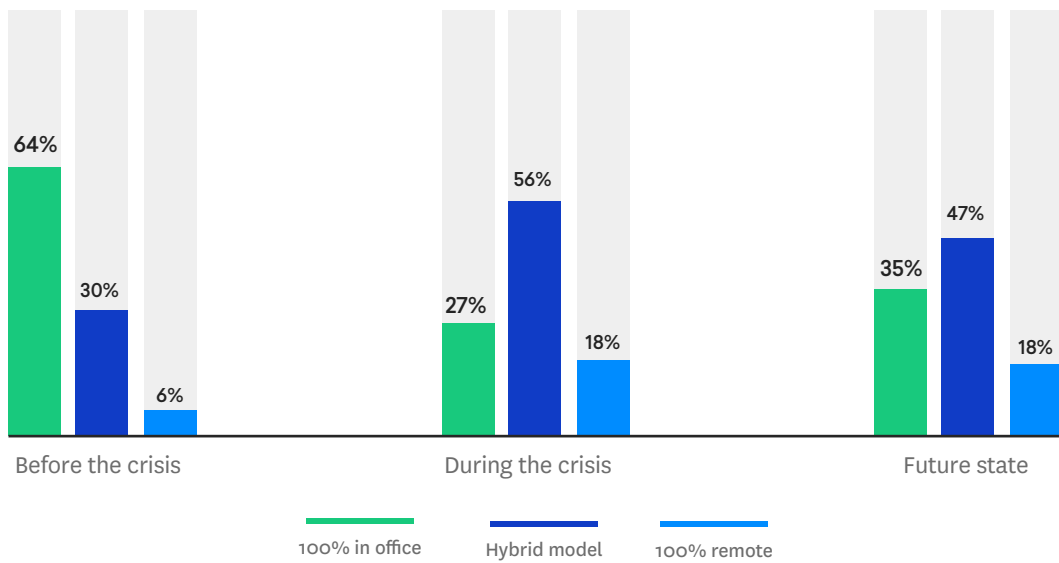
„Das hybride Arbeitsmodell wird sich halten, es hat seine Leistungsfähigkeit in den letzten Monaten unter Beweis gestellt. Für diesen neuen Arbeitsstil braucht es jedoch mehr als eine flexible Bürogestaltung und Tools für die Remote-Zusammenarbeit. Es braucht einen grundlegenden Kulturwandel, da Kunden wie Mitarbeiter höchste Anforderungen an die Produktivität stellen (Chatbots, Messaging-Apps, umfangreiche Personalisierung) und zugleich Sorgfalt und Empathie erwarten. Künftige CX-Führungskräfte werden diese beiden konkurrierenden Aufträge erfüllen müssen: die Integration hyperproduktiver Tools zum einen und die Förderung eines echten Empowerment des Kundenservice zum anderen.“



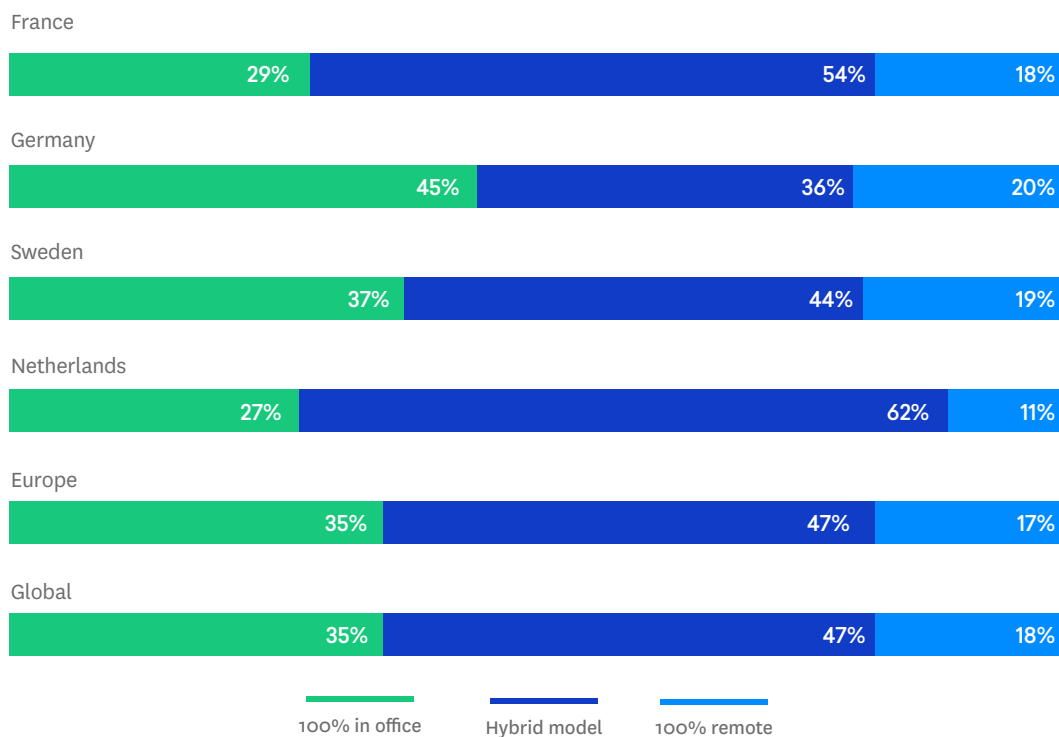
Blick in die Regionen: 65 % aller Führungskräfte im Kundenservice in der EU stellen sich für die Zukunft auf Arbeitsmodelle wie Remote Work oder hybride Modelle mit einer flexiblen Aufteilung der Arbeit zwischen Büro und dem Zuhause ein.

EUROPE

? Wie hat Ihr Team in den folgenden Zeiträumen gearbeitet?



ERWARTETE ZUKÜNFTIGE ARBEITSMODELLE IM KUNDENSERVICE



Investitionen in remote-fähige Technologien sind das Gebot der Stunde.

Mit **Live-Chats und Messaging (70%)** können Führungskräfte im Kundenservice die Produktivität ihrer Teams steigern. In der Zeit, die sonst mit einer einzigen Telefonanfrage verbracht wird, können die Agenten mehrere Chats gleichzeitig betreuen.

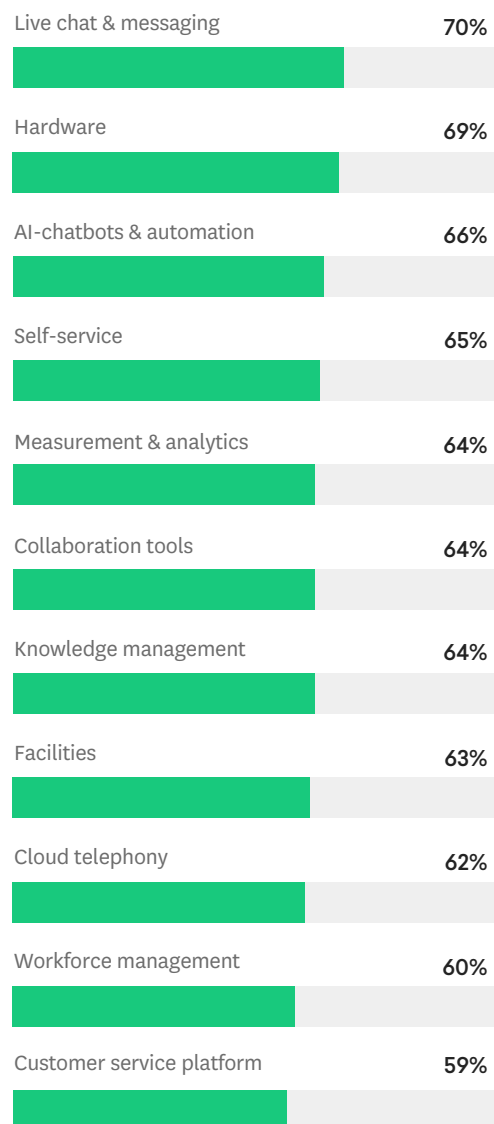
Für den Umstieg auf Remote Work benötigten alle Mitarbeiter die entsprechende **remote-fähige Hardwareinfrastruktur (69%)**. Dazu gehören Headsets, Laptops, Router, Bildschirme usw.

Mithilfe von **KI-Chatbots und Automatisierung (66%)** können Führungskräfte im Kundenservice 24/7-Support gewährleisten, ohne ihre Mitarbeiter zu überlasten. Zudem können einfache Anfragen damit umgelenkt werden, sodass den Agenten mehr Zeit und Energie für komplexere Probleme bleiben.

Self-service (65%) ist in den Fokus der Unternehmen gerückt und wird auch zukünftig eine Schlüsselrolle spielen. Angesichts des steigenden Kontaktaufkommens suchen Führungskräfte im Kundenservice nach Möglichkeiten, ihre Kunden zur Selbsthilfe zu befähigen.

EUROPE

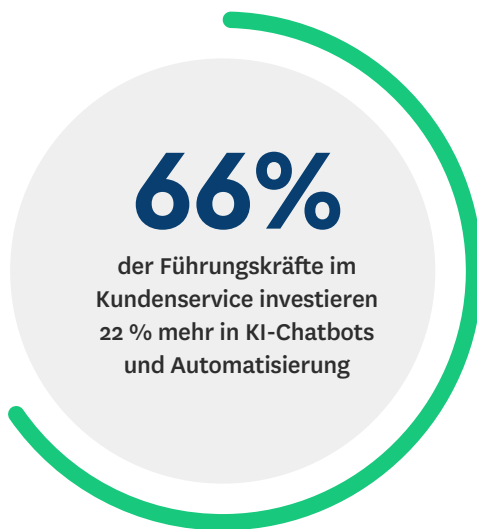
? Welche Auswirkungen auf Ihre Kundenservicebudgets haben Sie im Vergleich zu 2019 in den folgenden Kategorien festgestellt?



Please note: The percentages are rounded off to the nearest number



Für alle, die es noch genauer wissen möchten:

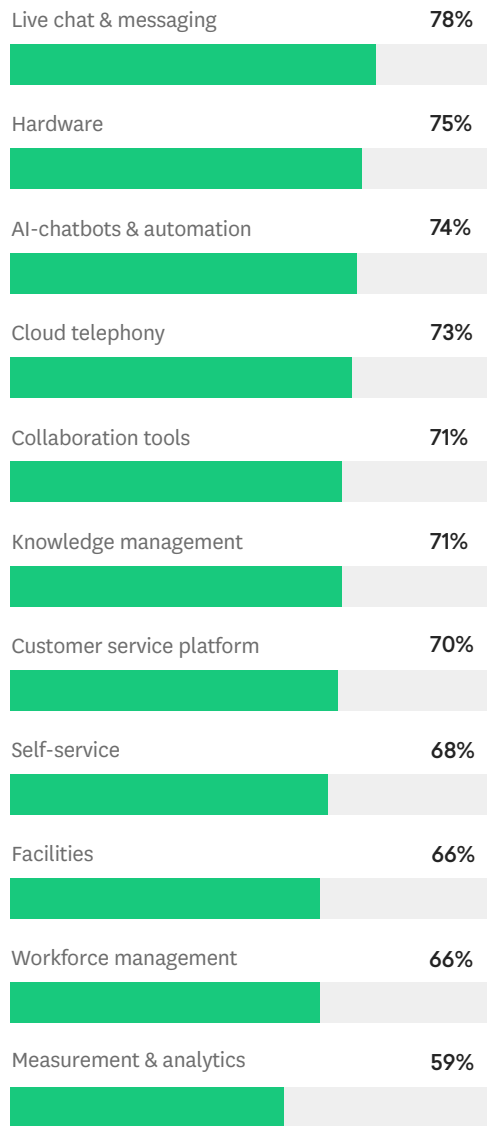


Please note: The percentages are rounded off to the nearest number



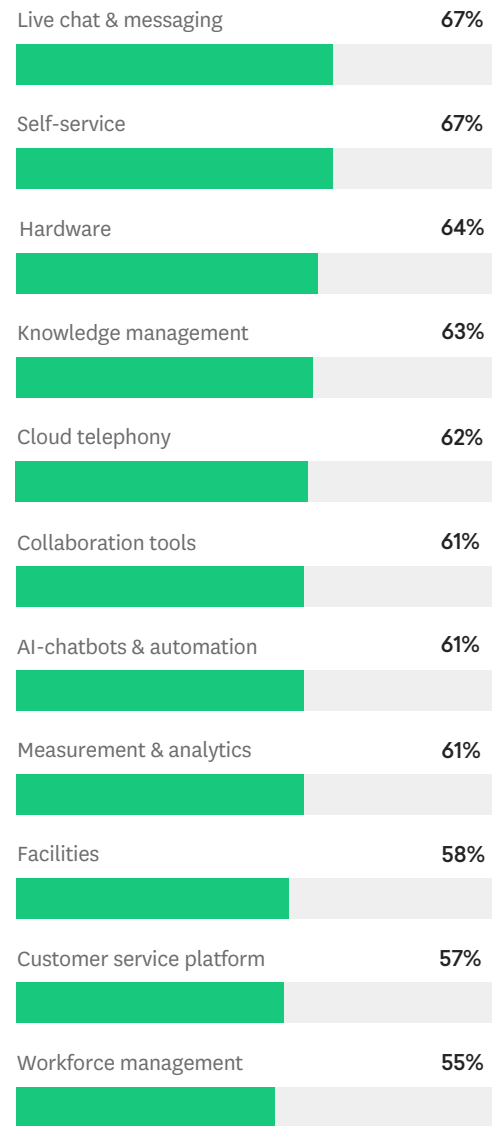
Blick auf die Regionen: Haben Sie Ihre Investitionen in den folgenden Bereichen erhöht?

FRANKREICH



Please note: The percentages are rounded off to the nearest number

DEUTSCHLAND

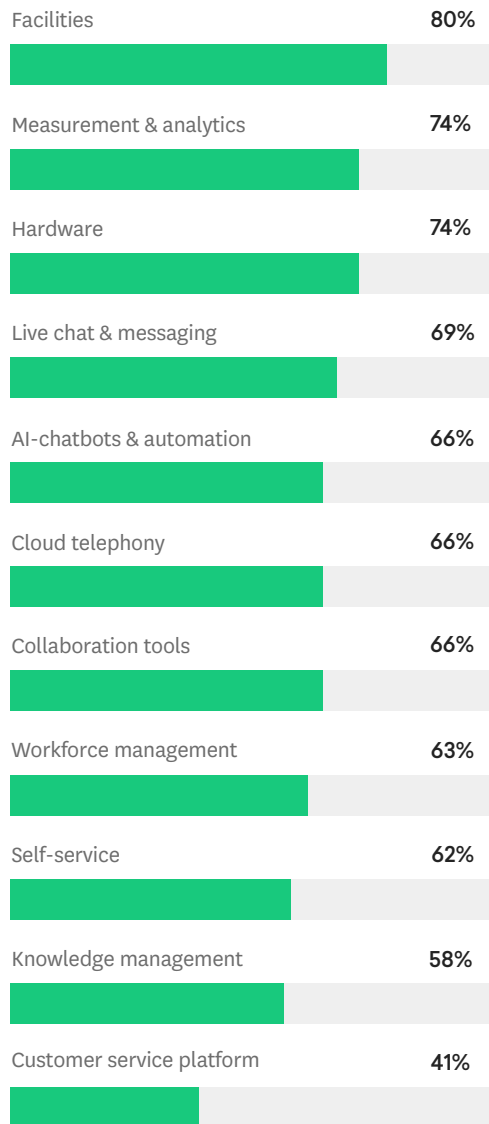


Please note: The percentages are rounded off to the nearest number



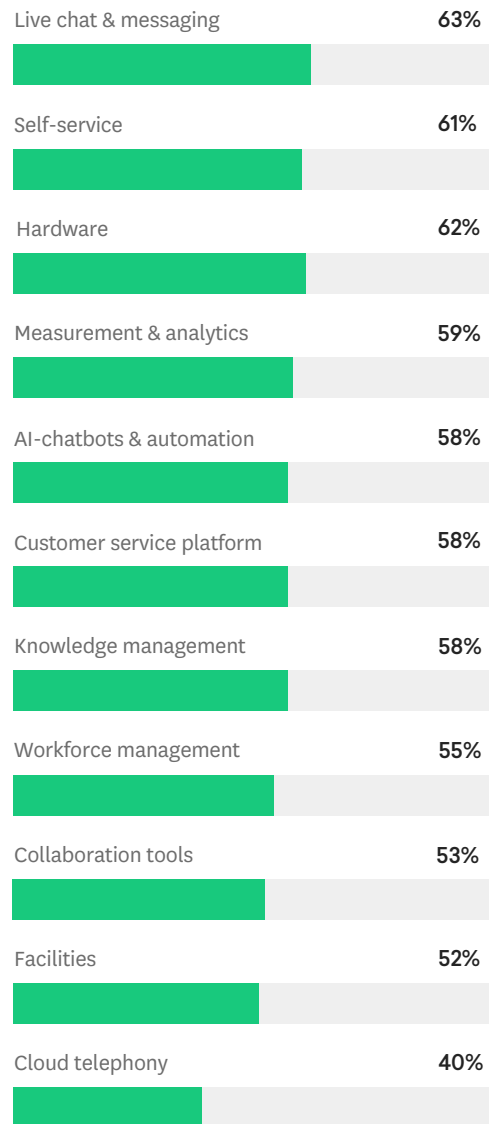
Blick auf die Regionen: Haben Sie Ihre Investitionen in den folgenden Bereichen erhöht?

SCHWEDEN



Please note: The percentages are rounded off to the nearest number

NIEDERLANDE



Please note: The percentages are rounded off to the nearest number



Was erwarten wir für 2021?

Bei den Kunden steht die Sicherheit im Vordergrund, wenn möglich werden sie kontaktlosen Kundenservice in Anspruch nehmen. Diese Entwicklung wird sich auch 2021 fortsetzen. Wir haben drei zentrale Aspekte identifiziert, derer sich Führungskräfte im Kundenservice bewusst sein sollten, um ihre Teams für die Zukunft besser aufzustellen.

Chat löst gebührenfreies Telefonieren als neuen großen Trend ab

44 % der Führungskräfte im Kundenservice weltweit nannten den Chat als wichtigstes Tool, um während der Krise ihr Serviceniveau zu halten. Außerdem hat sich gezeigt, dass 70 % der Führungskräfte im Kundenservice in der EU stärker in Live-Chats und Messaging investieren als vor der Krise. Der Chat ist deshalb so beliebt und effektiv, weil beide Seiten davon profitieren: Die Kunden schätzen es als vertrauten, benutzerfreundlichen Kanal und den Kontaktcentern ermöglicht es eine exponentielle Steigerung der Agentenproduktivität.

Angesichts der unbeständigen Personalsituation wird Technologie zum Schlüsselfaktor

Die „Aufrechterhaltung des Betriebs mit weniger Personal“ rangiert weltweit auf Rang 2 der größten Herausforderungen, mit denen Kundenserviceteams im Verlauf der Krise bislang konfrontiert gewesen sind, und 34 % der Führungskräfte im Kundenservice rechnen erst zu Juni 2021 mit einer Wiederherstellung des Personalstands wie zu Zeiten vor der Krise. Hinzu kommt, dass das Anfrageaufkommen in den Kontaktcentern nach Einschätzung von über 57 % der Führungskräfte auch 2021 weiter ansteigen wird. Die Lösung: Technologie. In der EU investieren 65 % der Führungskräfte mehr Mittel in den Self-Service. Versetzen Sie die Kunden in die Lage, sich selbst zu helfen, z. B. mit einem Supportportal, einer umfangreichen Knowledge Base und KI-gestützten Chatbots, die Routinefragen beantworten können. Identifizieren und automatisieren Sie zeitaufwändige Aufgaben, damit sich Ihre Agenten auf die Kunden konzentrieren können.

Die Welt bewegt sich vom „neuen Normal“ zum „nächsten Normal“. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Kundenserviceteams darauf vorbereitet sind.

Die Zukunft ist hybrid

65 % der Führungskräfte im Kundenservice weltweit rechnen damit, dass sich Arbeitsmodelle wie Remote Work oder hybride Modelle mit einer flexiblen Aufteilung der Arbeit zwischen Büro und dem eigenen Zuhause auch zukünftig halten werden. Um sich darauf vorzubereiten, erhöhen 64 % der Führungskräfte im Kundenservice in der EU ihre Budgets und Investitionen in Hardware, Analysen und Tools für die Zusammenarbeit. Ist die geeignete, remote-fähige Technologieausstattung für Ihren Kundenservice erst einmal ermittelt und eingerichtet, kann Ihr Team von jedem beliebigen Ort aus auf alle Situationen reagieren.





Über Freshworks

Freshworks ist ein führender Anbieter von Kundenkontakt-Technologie. Unsere Customer-for-Life-Plattform ist sofort einsatzbereit, benutzerfreundlich und eignet sich für Unternehmen jeder Größe. Mehr als 40.000 Unternehmen lieben unsere Produkte und arbeiten mit uns zusammen, um ihren Kundenservice zu optimieren.

Panasonic



DECATHLON



Möchten Sie mehr erfahren?

[ZU UNSERER WEBSITE](#)

**Berechnen Sie mit
unserem interaktiven
Rechner Ihren ROI.**



[JETZT BERECHNEN](#)



**Holen Sie sich noch heute
eine Freshdesk-Demo!**

[JETZT REGISTRIEREN](#)