



Schließen Sie die Lücke zwischen IVR und Digital

Wie Sie Kommunikationssilos
überwinden und ein besseres
Kundenerlebnis schaffen.

Inhalt

Die Digitalisierung hat die IVR nicht überflüssig, sondern noch besser gemacht	3
Ihr Kunde sieht keine Kanäle – er sieht nur das Serviceerlebnis	4
Es wird Zeit, die Lücke zwischen IVR und digitalen Angeboten zu schließen	4
Die IVR-to-Digital-Chance	5
IVR-to-Digital in Aktion	6
Lernen Sie Nuance IVR-to-Digital kennen	8
Nächste Schritte	9



Die Digitalisierung hat die IVR nicht überflüssig, sondern noch besser gemacht



Die Kundenansprache kanalübergreifend zu gewährleisten, um die Kundenanforderungen zu bedienen – das hört sich einfach an. Tatsächlich ist es eine der komplexesten Herausforderungen, denen sich Unternehmen stellen müssen.

Omnichannel umfasst eine Vielzahl von kundenorientierten Technologien und Funktionen, die in der Vergangenheit isoliert und schwer zu verbinden waren. Die Vision von Omnichannel bestand darin, jedem Kunden ein nahtloses, konsistentes und smartes Nutzererlebnis zu bieten – unabhängig davon welcher Kommunikationskanal genutzt oder zwischen welchen hin- und hergesprungen wird. Doch der Wettlauf um herausragende digitale Angebote hat dazu geführt, dass traditionelle Interaktionskanäle wie die IVR unzeitgemäß und deplatziert in einer digitalen Welt erscheinen. Das Ergebnis? Ein suboptimales Kundenerlebnis sowie höhere Komplexität und Kosten für Unternehmen.

Selbst im goldenen Zeitalter der Digitalisierung ist die IVR noch immer ein entscheidender Bestandteil in der Customer Journey. Nach wie vor rufen Kunden an, wenn sie ein komplexes Problem haben oder auf anderen Kanälen keine Lösung finden. 52% geben an, dass ein Telefonanruf der wahrscheinlichste Weg ist, um Probleme erfolgreich zu lösen.¹ Wenn Ihre IVR dem Anrufer jedoch nur begrenzte Selfservice-Optionen bietet oder ihn gar solange in der Warteschleife hält, bis ein Agent verfügbar ist, steigt beim Kunden die Frustration und er wird nicht mehr lange Ihr Kunde bleiben.

In diesem Leitfaden erfahren Sie, wie Sie die Lücke zwischen Ihrer IVR und digitalen Lösungen schließen und Anrufer an die richtigen digitalen Kanäle weiterleiten, um das Kundenerlebnis zu verbessern und gleichzeitig die Kosten zu senken

79%

der Kunden nutzen immer noch einen Telefonanruf, um den Kundenservice zu kontaktieren²

¹ Nuance Digital Consumer Experience Survey 2021

² Contact Center Satisfaction Index (CCSI) 2018, CFI Group, 2018

Ihr Kunde sieht keine Kanäle – er sieht nur das Serviceerlebnis

All der Aufwand Ihre Kunden vom Contact Center auf kostengünstigere digitale Kanäle zu verlagern ist umsonst, wenn Ihre IVR sie nicht dorthin umleiten kann.

Stellen Sie sich vor, Ihre IVR würde Anrufer direkt an digitale Kanäle weiterreichen und alle kontextbezogenen Daten für eine schnellere Lösung gleich mitliefern. Das hört sich großartig an, doch es gibt ein Problem: Telefonkanäle sind oft separiert von den neuen digitalen Angeboten, die die ganze Aufmerksamkeit (und das Budget) auf sich ziehen. Kein Wunder, dass sich in vielen Unternehmen das IVR-Team und das Digital-Team kaum kennen.

Das ist der Punkt, an dem eine IVR-to-Digital-Strategie zum Tragen kommt, so dass Ihre Kunden alternativ auf z. B. Live-Chat oder virtuelle Assistenten zugreifen können, um ihr Anliegen zu lösen, statt über per Telefon einen Agenten einbinden zu müssen.

Es wird Zeit, die Lücke zwischen IVR und digitalen Angeboten zu schließen



Silos schaden nicht nur der operativen Effizienz und treiben die Kosten in die Höhe, sie haben auch gravierende Auswirkungen auf die Kundenzufriedenheit. Sind IVR- und digitale Interaktionskanäle, sowie die Teams, die sie verwalten, nicht miteinander verbunden, leidet das Kundenerlebnis maßgeblich.



Ohne automatisierte Weiterleitung haben Kunden, die keine zufriedenstellende Lösung erhalten, nur zwei ähnlich frustrierende Optionen: in der Warteschleife auf einen Ansprechpartner warten oder den Sprachkanal verlassen und die Anfrage erneut online starten. Das macht eine dritte Alternative umso wahrscheinlicher: Der Wechsel zur Konkurrenz.



Doch dies birgt eine große Chance für Sie: Indem Sie Anrufer nahtlos von der IVR ins Web, zu SMS oder in andere digitale Kanäle umleiten, halten Sie Kunden davon ab, nach einem Agenten zu verlangen, liefern ihnen schneller eine Lösung und reduzieren zugleich Ihre Servicekosten.



„Der Kunde erwartet beim Erstkontakt einfach eine genaue, relevante und vollständige Antwort auf seine Frage bzw. eine schnelle Lösung für sein Problem.

Immerhin 66% gaben an, dass die Wertschätzung ihrer Zeit das Wichtigste ist, was ein Unternehmen tun kann, um ihnen einen guten Online-Kundenservice zu bieten.“³

— Forrester Research

Die IVR-to-Digital-Chance

Ein schlüssiges IVR-to-Digital-Konzept bietet Ihnen eine einfache Möglichkeit, die richtigen Anrufer an die richtigen digitalen Kanäle weiterzuleiten – so steigern Sie das Kundenerlebnis und senken gleichzeitig Ihre Kosten.

IVR-to-Digital ist ein praktischer Weg zur Lösung eines häufigen Problems: Viele Unternehmen scheitern daran, bislang isolierte Lösungen miteinander zu vernetzen, um nahtlose, intelligente und kostengünstigere Kundeninteraktionen zu ermöglichen.

1 Bieten Sie Ihren Kunden ein herausragendes Serviceerlebnis

Sobald Ihre IVR mit digitalen Kanälen verbunden ist und jeder Kunde samt Kontext verstanden wird, können Anrufer, die den Selfservice bevorzugen oder einfache Fragen stellen, direkt an einen virtuellen Assistenten oder Live-Chat weitergeleitet werden. Die Kunden, die es vorziehen, mit einem Live-Agenten zu sprechen oder die komplexere Bedürfnisse haben, werden an das Call Center durchgestellt.

Es geht dabei nicht nur darum, Wartezeiten oder Abbruchquoten in der Warteschlange zu reduzieren. Es geht auch darum, Konversationen verlustfrei vom Telefon auf digitale Kanäle umzuleiten, damit Kunden ihre Daten nicht nochmals eingeben müssen, und somit schneller zum Ergebnis kommen.

2 Reduzieren Sie Ihre Servicekosten

Indem Sie Kunden nahtlos von den Call-Center-Agenten zu den kostengünstigeren digitalen Kanälen leiten, reduzieren Sie die Contact-Center-Kosten und erhöhen die Rendite Ihrer digitalen Investitionen. Zugleich erhöhen Sie die Betriebsdauer und den ROI Ihrer IVR.

Hinzu kommt, dass Anrufer, die zur Informationssuche im Internet angeleitet werden, eher dazu neigen, diese Option in Zukunft zu präferieren, was das Anrufaufkommen weiterhin reduziert.

Smarte IVR-to-Digital-Lösungen können zudem Premium-Kunden erkennen und an einen Live-Agenten weiterleiten, um einen Rundum-Service zu bieten. Kostenintensive Kunden mit hohem Transaktionsbedarf werden hingegen an digitale Angebote weitergeleitet, um die Rentabilität des Contact Centers zu steigern

Durchschnittlich kostet ein Telefonanruf mit einem Live-Agenten mehr als 6 US-Dollar, verglichen mit nur 0,50 US-Dollar für eine digitale Interaktion.

3 Stärken Sie Ihre Agenten

Je weniger Anrufe das Contact Center bearbeiten muss, desto mehr können sich Agenten auf Premium-Kunden und komplexe Anfrage konzentrieren.

Geringerer Stress für die Agenten bedeutet auch weniger Fluktuation. Das wiederum spart nicht nur Kosten bei der Rekrutierung und beim Onboarding. Es bedeutet auch, dass Sie ein Team erfahrener Kundenservicemitarbeiter zusammenstellen können, das über das nötige Wissen verfügt, wodurch wiederum die durchschnittlichen Bearbeitungszeiten gesenkt werden.

Zufriedene Agenten sind zudem erfolgreicher im Upselling bzw. ihre Kunden sind empfänglicher für solche Angebote. So wandelt sich das Contact Center von einem Kostenfaktor zu einem Umsatzmotor für Ihr Geschäft.

IVR-to-Digital in Aktion

Lange Wartezeiten? Leiten Sie Anrufer an einen virtuellen Assistenten weiter.

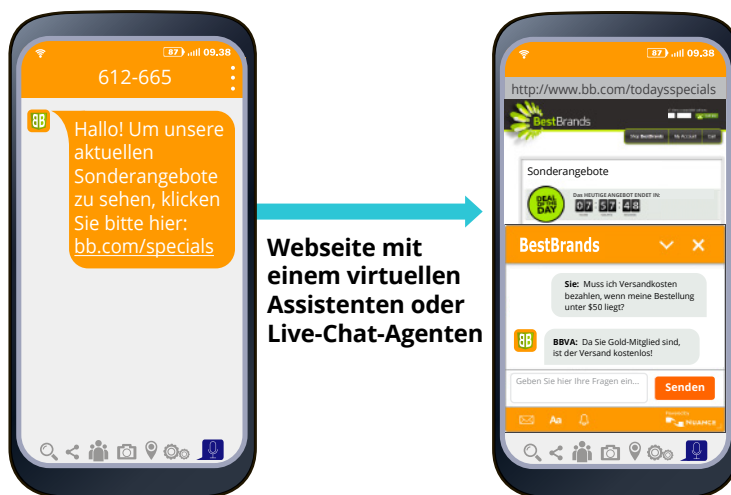
Bei hohem Anrufaufkommen kann es sinnvoll sein, dem Kunden die Möglichkeit zu geben, die IVR zu verlassen und seine Frage einem virtuellen Assistenten zu stellen. Anrufer können den virtuellen Assistenten per Text-Message (SMS), über Web- oder mobiler Anwendung ansprechen. Dank natürlicher Sprachtechnologie ist die Interaktion mit einem virtuellen Assistenten vergleichbar mit einer Unterhaltung mit einem Menschen.



Eine einfache Frage? Helfen Sie Anrufern, die Antwort auf Ihrer Webseite oder per virtuellem Assistenten zu finden.

Oftmals rufen Menschen mit Fragen an, die schnell zu beantworten sind und mitunter bereits auf Ihrer Webseite geklärt werden. Eine geeignete IVR kann mittels Spracherkennung das Thema identifizieren und dem Fragenden anbieten, ihn zur entsprechenden Stelle auf der Internetseite zu führen. Dadurch spart der Anrufer Zeit und lernt den Selfservice für zukünftige Situationen einzusetzen. Wird ein Agent benötigt, um ein komplexeres Problem zu lösen, kann dieser auch eine Co-Browse-Funktion nutzen, während er mit dem Kunden kommuniziert.

- 1 Die IVR identifiziert das Bedürfnis des Anrufers und bietet einen Link zur Antwort über die Webseite oder einen virtuellen Assistenten an.
- 2 Der Kunde erhält eine Textnachricht mit dem Link zu einer Webseite auf der zudem ein virtueller Assistent integriert ist.
- 3 Der Kunde kann nun auf die benötigten Informationen zugreifen.
- 4 Ist die Anfrage komplexer, leitet der virtuelle Assistent das Gespräch an einen Live-Agenten weiter.



IVR-to-Digital in Aktion

Was passiert mit Anrufern, die einen Agenten benötigen, aber nicht in der Warteschleife warten wollen? Verbinden Sie sie mit Ihrem Live-Chat.

Bei hohem Anrufaufkommen können Kunden durch die Weiterleitung an einen Live-Chat-Agenten schneller bedient werden. Live-Chat-Agenten können gleichzeitig mehr Gespräche als per Telefon führen, sodass die Wartezeit sinkt und die Anrufer trotzdem mit einer echten Person interagieren.



Weisen Sie Kunden visuell den Weg – und helfen Sie ihnen, sich selbst zu helfen.

Mithilfe von Co-Browsing kann ein Agent zur Problemlösung den Bildschirm mit dem Anrufer teilen bzw. diesen gemeinsam nutzen, um den Kunden so direkt auf der Webseite anzuleiten und zu passenden Ergebnis zu führen. Dadurch lernt der Kunde die Antworten auf seine Fragen selbst zu finden, das Kundenerlebnis wird besser und der Bedarf an weiteren Anrufen zum gleichen Problem wird reduziert..

- 1** Die IVR identifiziert ein konkretes Problem, das der Kunde zu lösen versucht und das mit einer Anleitung oder einem Video leicht zu klären ist. Es wird dem Kunden angeboten, einen Link zu senden.
- 2** Der Kunde erhält eine Textnachricht mit einem Link, um den Vorgang zu starten.
- 3** Der Kunde ist nun in der Lage, das Problem selbst zu beheben, nachdem er das Video oder die Anleitung gesehen hat.



Ein weltweit führender Telekommunikationsanbieter verlagerte in den ersten 90 Tagen nach der Implementierung einer IVR-to-Digital-Lösung von Nuance 10% aller Anrufer in den Chat. Einmal dort angekommen, fanden davon 79% das, wonach sie suchten, und nur 9% brachen ihre Chat-Sitzung ab, um zu einem Live-Agenten zu wechseln.

Lernen Sie Nuance IVR-to-Digital kennen

Nuance IVR-to-Digital lässt Ihre IVR robuster und intelligenter arbeiten. Anrufer werden zielgerichtet nahtlos auf digitale Kanäle umgeleitet, einschließlich Live-Chat, Messaging und virtuellen Assistenten.

Mit Nuance IVR-to-Digital lösen Sie die traditionellen Silos auf, die zu zusammenhanglosen Kundenerlebnissen führen. So machen Sie einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung einer intelligenten, kanalübergreifenden Kundenansprache.

Leistungsstarke Funktionen...



Kontrolle mittels Call-Targeting: Behalten Sie die Kontrolle darüber, welche Anrufe wohin geleitet wird, indem Sie Regeln für die automatische Weiterleitung definieren.



Kontextbezogene Weiterleitung: Transferieren Sie Kunden zwischen Kanälen, ohne dass kontextbezogene Informationen verlorengehen und bieten Sie ein nahtloses, bequemes Serviceerlebnis.



Erlaubnisbasiert: Geben Sie dem Kunden die Wahl und Kontrolle, indem Sie nur dann zum Co-Browsing oder Chat übergehen, wenn der Kunde dem zustimmt und es ihm gleichzeitig ermöglicht, auf Wunsch in der IVR zu bleiben.



Unterstützung aller IVR-Plattformen: Integrieren Sie IVR-to-Digital einfach mit Nuance Conversational IVR oder jedem anderen IVR-System. So ziehen Sie einen höheren Nutzen aus Ihren getätigten IVR-Investitionen.

...und große Vorteile



Reduzieren Sie Ihre Contact-Center-Kosten: Leiten Sie ausgewählte Kunden auf kostengünstigere Kanäle, geben Sie Agenten die Befugnis, Anrufe an den Chat weiterzuleiten, und schulen Sie Anrufer für die künftige Nutzung von Selfservice-Tools.



Verbessern Sie die Kundenzufriedenheit: Reduzieren Sie Wartezeiten, beschleunigen Sie die Lösungsfindung und transferieren Sie Interaktionen samt Kontext. So erhalten Ihre Kunden das bequeme Serviceerlebnis, das sie erwarten.



Kanalbindung optimieren: Leiten Sie Anrufe an das Contact Center weiter, erhöhen Sie die Einbindung von Selfservice-Kanälen und entlasten Sie Agenten, damit sie sich komplexeren und wertschöpfenden Interaktionen widmen können.

Nächste Schritte

Möchten Sie erfahren, wie IVR-to-Digital Sie dabei unterstützen kann, nahtlose Kundenerlebnisse zu schaffen und gleichzeitig Ihre Servicekosten zu senken?

Lernen Sie Nuance IVR-to-Digital kennen

Erfahren Sie, wie wir Ihnen helfen können, traditionelle Silos abzubauen, um ein echtes Omnichannel-Erlebnis zu schaffen.

[Besuchen Sie den Infohub](#)

SPRECHEN SIE MIT UNS

Kontaktieren Sie uns für eine geführte Tour mit einem unserer Customer-Experience-Experten. Senden Sie eine E-Mail an CXexperts@nuance.com.



About Nuance Communications, Inc.

[Nuance Communications](#) (Nuance) ist Technologie-Pionier und Marktführer im Bereich der dialogorientierten KI und Ambient Intelligence. 77 Prozent der Krankenhäuser in den USA und 85 Prozent aller Fortune-100 Unternehmen weltweit vertrauen Nuance als Full-Service-Partner. Wir liefern intuitive Lösungen, die Menschen ermöglichen, andere zu unterstützen.