
Der Kundenservice Kanalcheck

Veröffentlicht am: 23.04.2015, 13:10

Pressemittteilung von: **Bolzhauser AG // Christian Einig**

Welche Kanäle sind ein "Muss" und welche "too much"? Einfach online überprüfen und handeln!

"Schönen guten Tag, mein Name ist Sebastian Müller, was kann ich für Sie tun?" - so oder so ähnlich klang der Beginn von 90% aller Kundenserviceanfrage vor 10 Jahren. Wenn nicht, vorher noch eine IVR oder eine Warteschleife überbrückt werden musste. Hin und wieder kamen die Anfragen auch via E-Mail, sofern angeboten. Doch das altbekannte Medium Telefon, der klassische Kontaktkanal wird immer mehr ins Abseits gedrängt. Heute möchten die Kunden jederzeit, überall ihre Anfragen loswerden und natürlich auch postwendend eine Antwort erhalten. Fallabschließend und final natürlich - sonst muss der ohnehin oft genervte Kunde sich ja noch mal melden...

Facebook, Twitter, WhatsApp, Bewertungsportale, Kundenrezensionen und weitere Kanäle und Optionen mehr haben dafür gesorgt, dass die Kunden ihre Anfragen platzieren wo es ihnen gerade passt. Und genau dort - nicht dort wo Sie die Anfragen gerne hätten. Eine Kanalkonzeption hängt heute ganz stark vom Kundenverhalten ab und lässt sich nicht mehr so schön und einfach gestalten wie früher, als die Kunden "gezwungen" waren, sich für einen oder zwei Kanäle zu entscheiden. Heute liegt es an Ihnen, dass Beschwerden oder eine Reklamationen nicht von der ganzen Welt auf Facebook oder einem Fachforum zu lesen sind.

Video- und Servicechats sind ebenfalls auf dem Vormarsch. Befindet man sich eine gewisse Zeit auf einer Internetseite, man scrollt und navigiert sich durch den Shop und plötzlich kommt eine Anfrage: Ob man nicht mit einem Service Mitarbeiter live chatten und somit eine individuelle und persönliche Beratung in Anspruch nehmen möchte. Kostenlos und schnell, ganz so wie es die Kunden wünschen. Doch ein solcher Chat muss auch funktionieren - Wartezeiten nehmen die Kunden nicht in Kauf. Wenn ein solcher Kanal betrieben wird, dann auch richtig.

Doch bevor man sich die Frage stellt, wie denn dieser und jener Kanal richtig und kundenorientiert betrieben werden sollte, sollte man sich die Frage stellen, welcher Kanal / welche Kanäle sind denn für mich und meinen Kundenservice die Richtigen? Um Ihren Kundenservice auf Ihre Kunden anpassen zu können, ist es wichtig zu wissen, welche Kunden sich aus welchen Gründen bei Ihnen melden. Ohne die Altersstruktur und das Konsum- und Nutzenverhalten Ihrer Kunden zu kennen, lässt sich nur sehr schwer eine Aussage im Bezug auf die verschiedenen Kanäle treffen. Eventuell sollten Sie einen der neuen Kanäle für Ihre Kunden anbieten oder gar einen neu erschlossenen Kanal wieder schließen.

Die Bolzhauser AG, die sich mit der Kundenkontaktqualität und der Kundenzufriedenheit mit den unterschiedlichsten Kanälen beschäftigt, hat einen Online Kanalcheck entwickelt. Unter www.bolzhauser.de können Sie kostenlos und schnell überprüfen, welche Kanäle / TouchPoints im Kundenservice für Sie und Ihr Geschäft sinnvoll sind. Die Antwort gibt's dann direkt im Anschluss an die zu beantwortenden Fragen rund um Ihr Business. Bringen Sie Licht ins Dunkle der Kundenkontaktkanäle!

Pressekontakt

Herr Christian Einig
Vorstand

Bolzhauser AG
Keldersstraße 8
42697 Solingen, Deutschland

Telefon: +49 (0)212 38 31 56 - 40
E-Mail: christian.einig@bolzhauser.de
Website: www.bolzhauser.de

Firmenportrait

Wir sind ein spezialisiertes Beratungs- und Serviceunternehmen für die Steuerung von Kundenzufriedenheit und Kundenservice. Wir arbeiten an allen Touchpoints zwischen Ihnen und Ihren Kunden. Wir optimieren Ihren Service, reorganisieren Customer Care Center und kontrollieren für Sie die Einhaltung von Vorgaben beim Kundenkontakt durch gängige Methoden der Qualitätsprüfung im Kundenservice.

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Pressportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Pressportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>