

Erfolgreiches Contact Center
Hanau, 5.11.2013



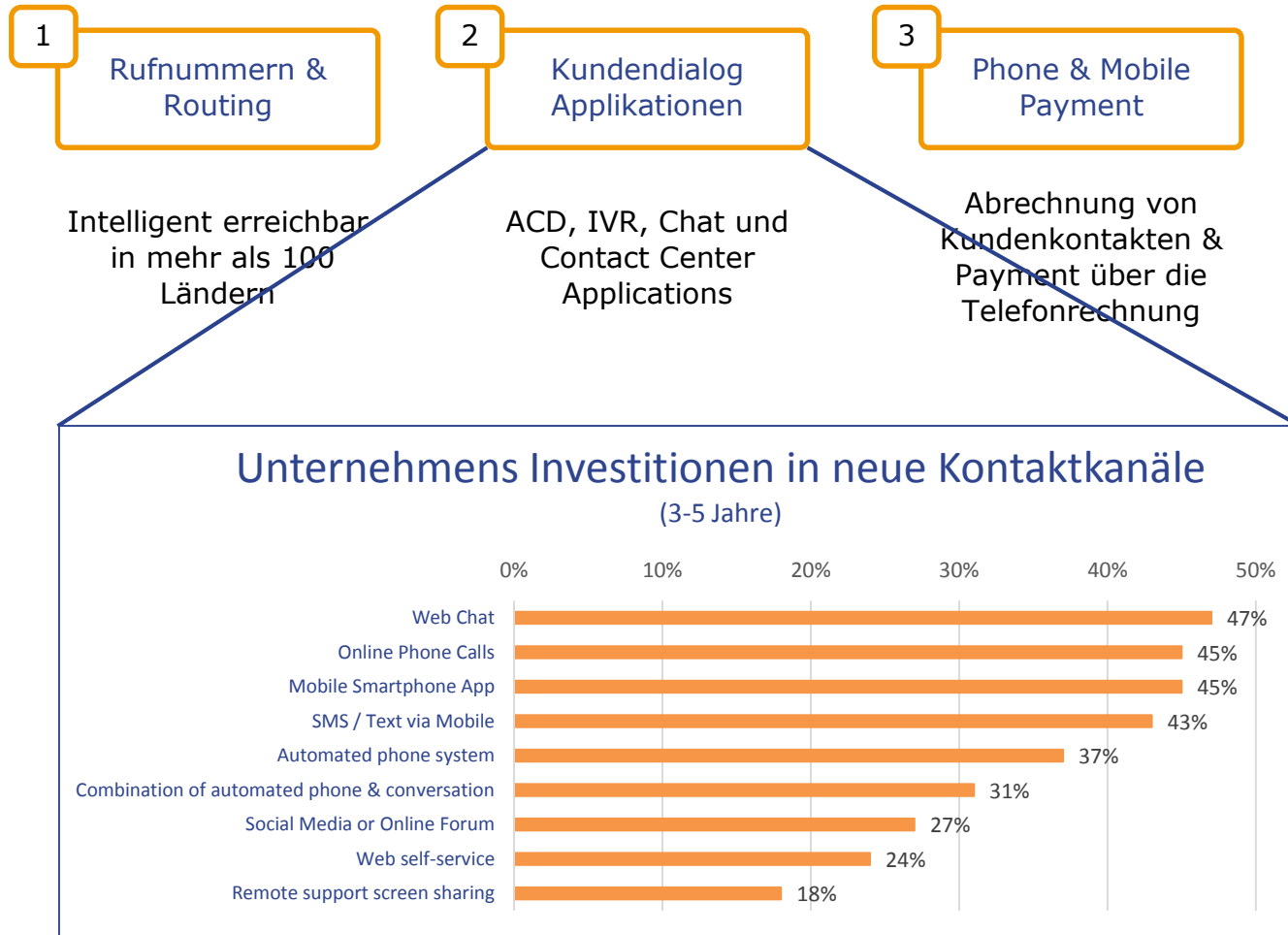
Ich sehe was, am Telefon...

Vom Business Case der Videoberatung mit
Cobrowsing und Multimedia im Contact Center
für höhere Abschlussquoten im Telefonvertrieb
und bessere Conversion im Online-Handel



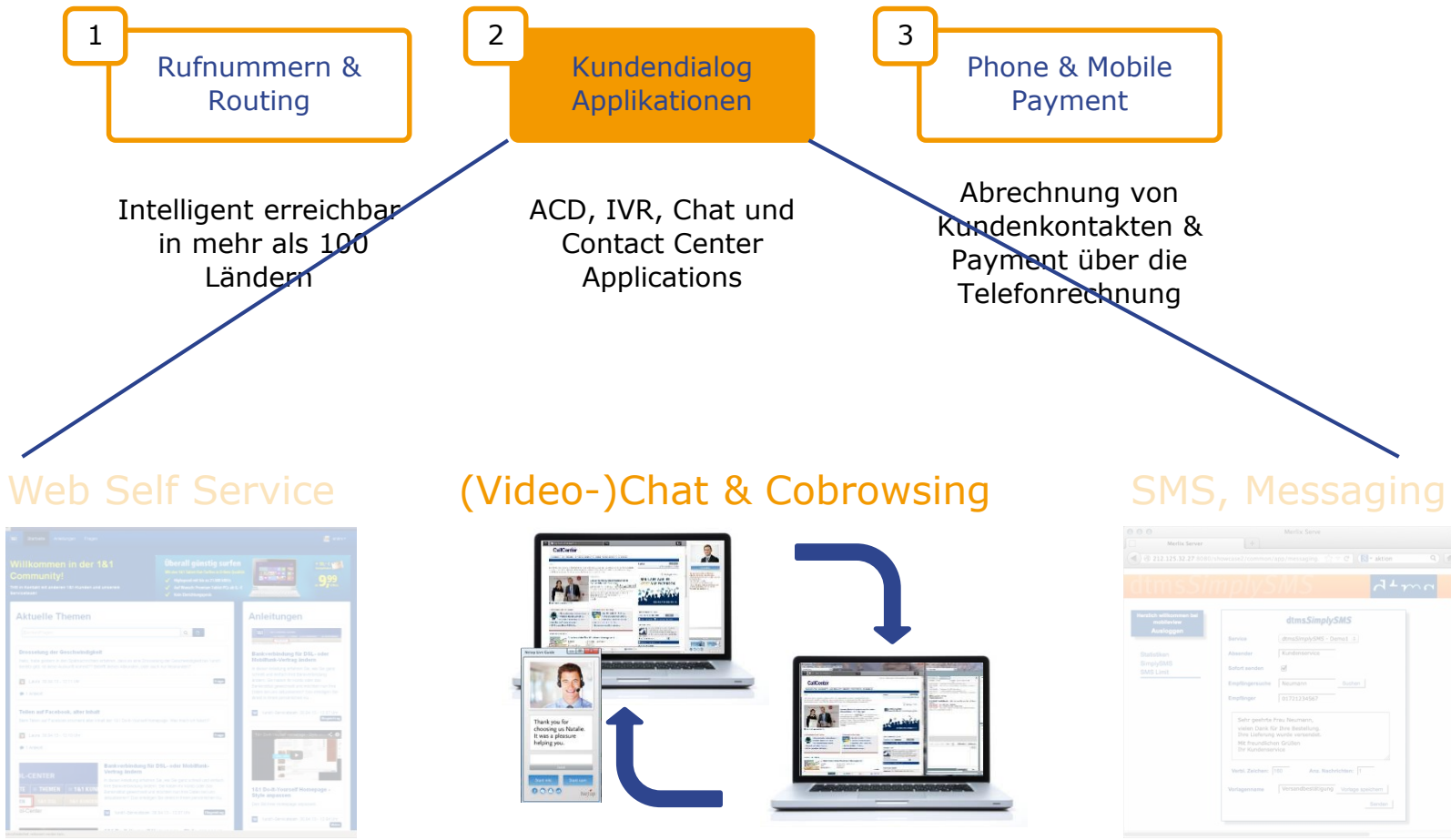
Axel Gibmeier
Head of Strategy and Communications

Die 3 Geschäftsfelder der dtms: Converting Communication



(Quelle: Fifth Quadrant Whitepaper: The future of Customer Support)

dtms: Converting Communication



Vorab-Ergebnisse unserer Metastudie

Metastudie anfordern:
www.dtms.de/liveguide/studie

MULTIMEDIA IM KUNDENDIALOG



Metastudie

Videoberatung, Cobrowsing und Unified Communications im Contact Center

Der Nutzen multimedialer Kundenbetreuung in Bezug auf Kommunikations-, Kauf- und Nutzungsverhalten von B2B-Entscheidern

Videoberatung, Cobrowsing, Web-Chat: 3+1 Nutzen-Ansätze



Stärkung Telefon- Vertrieb

Verkaufen Sie
mehr am
Telefon, indem
Sie Ihren
Kunden
Produkte und
Unterlagen live
zeigen!

Stärkung Online- Vertrieb & Conversion

Verkaufen Sie
mehr im
Internet, indem
Sie Ihre
Kunden online
im Video-Chat
beraten!

Reduktion der E-Mail-Flut

Sparen Sie
Kosten und
ersetzen Sie
E-Mail-Ping-
Pong durch
Live-Chat!

Top Service im Live-Kontakt

Bieten Sie Top-
Service im
Sofort-Kontakt
für höhere
Kunden-
zufriedenheit
und -bindung!

Telefon-Vertrieb stärken

Stärkung Telefon- Vertrieb

Verkaufen Sie
mehr am
Telefon, indem
Sie Ihren
Kunden
Produkte und
Unterlagen live
zeigen!

Stärkung Online- Vertrieb & Conversion

Verkaufen Sie
mehr im
Internet, indem
Sie Ihre
Kunden online
im Video-Chat
beraten!

Reduktion der E-Mail-Flut

Sparen Sie
Kosten und
ersetzen Sie
E-Mail-Ping-
Pong durch
Live-Chat!

Top Service im Live-Kontakt

Bieten Sie Top-
Service im
Sofort-Kontakt
für höhere
Kunden-
zufriedenheit
und -bindung!

Kunden wollen den Berater sehen

42%

der Konsumenten würden es schon heute begrüßen, den Agenten im Telefonat zu sehen.

16%

sehen darin einen echten Mehrwert.

und

36%

würden schon heute VideoChat nutzen, während sie mit einem Unternehmen telefonieren.

Quellen:
2012 Global Customer Service Barometer; echo 2012,
a research report prepared for American Express

A commissioned study conducted by callcentres.net and analysed by Forrester Consulting
on behalf of Avaya, Februar 2011

Die Kombination aus Web und Telefon liegt nahe

48%

der Smartphone User haben schon einmal im Call Center angerufen, während sie auf der Webseite surfen

und

10%

tun das schon heute regelmäßig.

Quelle:
Davies Hickmann: „The Autonomous Customer, 2011“
Understanding the challenges of dealing with informed, demanding and networked customers“
- Studie gesponsort von Avaya und BT

Nutzen Sie die Kraft der Bilder

Produktabbildungen
und Schaubilder

Präsentationen und
Slideshows

Animationen und
interaktive Grafiken

Produkt- und
Vertragsunterlagen

Videos und
Produktanimationen

Tabellen und
Preislisten

Produkt- und
Preisvergleiche

Schritt-für-Schritt-
Erläuterungen

Formulare und
Workflows

Online-Verkäufe steigern

**Stärkung
Telefon-
Vertrieb**

Verkaufen Sie mehr am Telefon, indem Sie Ihren Kunden Produkte und Unterlagen live zeigen!

**Stärkung
Online-
Vertrieb
& Conversion**

Verkaufen Sie mehr im Internet, indem Sie Ihre Kunden online im Video-Chat beraten!

**Reduktion der
E-Mail-Flut**

Sparen Sie Kosten und ersetzen Sie E-Mail-Ping-Pong durch Live-Chat!

**Top Service im
Live-Kontakt**

Bieten Sie Top-Service im Sofort-Kontakt für höhere Kundenzufriedenheit und -bindung!

Beispiel Finanzbranche: Konvertieren Sie Kunden direkt während der Informationssuche im Web



71%

der Verbraucher recherchieren für
Versicherungs- und
Vorsorgeprodukte online.

34%

der Verbraucher geben an, dass
ein Online-Abschluss von
Finanzprodukten für sie
wahrscheinlich ist.

Quelle:
Steria Mummert Consulting
„Web 2.0 für Banken- Risiko oder strategische Chance?“
Studie „Wege zum Kunden 2015“

Beispiel Finanzbranche: Die Webseite ist wichtigste Info-Quelle



70%

der Bankkunden recherchieren
bei Entscheidungen über
Bankprodukte auf der
Webseite des Finanzinstituts.

Als weitere
Informations-
quelle nutzen

56%	Vergleichsportale
41%	Fremdwebseiten & Blogs
19%	Fachpresse
7%	Social Media

Quelle:
Steria Mummert Consulting
„Web 2.0 für Banken- Risiko oder strategische Chance?“
Studie „Wege zum Kunden 2015“

E-Commerce: Erhöhen Sie Ihren Online-Absatz, indem Sie Kunden online beraten und binden



65%

der Deutschen kaufen bestimmte Waren nicht online, weil sie persönliche Beratung wünschen

und ebenso

65%

der Konsumenten geben an, nach Online-Recherchen offline zu kaufen.

„ROPO“: Research Online – Purchase Offline“

Quellen:
CreditPlus Bank AG, Quick Survey Shopping 2012

Customer Journey Typologie 2012 – B2C Multichannel
Institut für Handelsforschung Köln im Auftrag von AZ Direct

E-Commerce: Eine direkte Online-Beratung kann den Kunden motivieren, sofort online zu kaufen.



Gefragt nach dem Grund, nach einer Informationssuche im Internet im stationären Handel zu kaufen, antworten...

27,6%

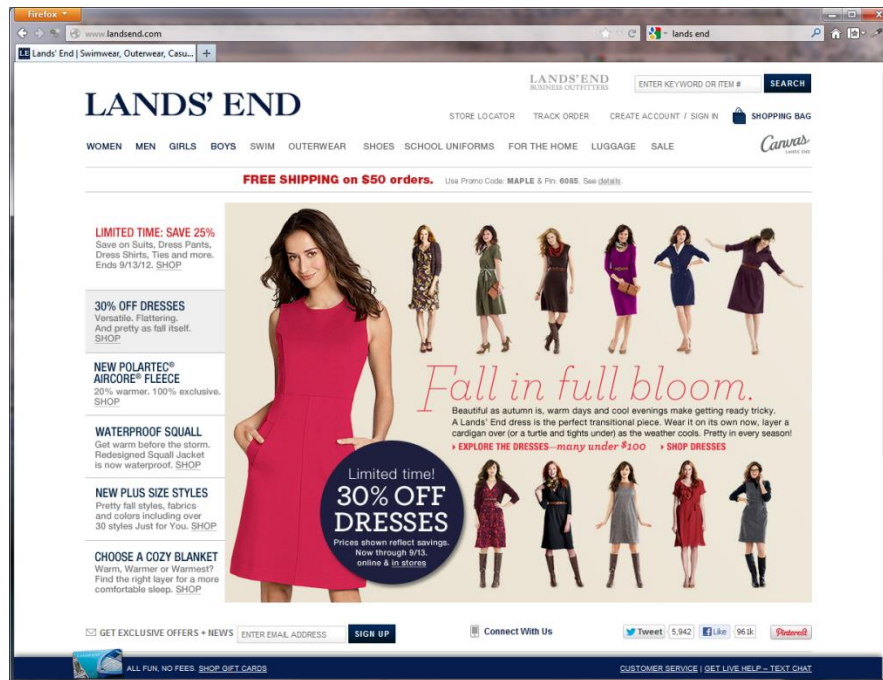
dass sie sich im Ladengeschäft noch nach Produkteigenschaften informieren wollten und dann auch gleich dort gekauft haben.

19,6%

dass sie sich persönlich beraten lassen wollten, bevor sie das Produkt kaufen.

Quelle:
ECC Handel in Zusammenarbeit mit hybris:
Von Multi-Channel zu Cross-Channel – Konsumentenverhalten im Wandel, 2011

Erfolgreiche Online-Vertriebe erhöhen ihre Conversion mit Sales Chat



Lands' End

"The information I can share in regards to business results is we see a

40% increase in conversion

when compared to someone not chatting with us and around

15% increase in order value.

Again the customer who video chats is a more serious buyer."

Service-Kosten senken

**Stärkung
Telefon-
Vertrieb**

Verkaufen Sie mehr am Telefon, indem Sie Ihren Kunden Produkte und Unterlagen live zeigen!

**Stärkung
Online-
Vertrieb
& Conversion**

Verkaufen Sie mehr im Internet, indem Sie Ihre Kunden online im Video-Chat beraten!

**Reduktion der
E-Mail-Flut**

Sparen Sie Kosten und ersetzen Sie E-Mail-Ping-Pong durch Live-Chat!

**Top Service im
Live-Kontakt**

Bieten Sie Top-Service im Sofort-Kontakt für höhere Kundenzufriedenheit und -bindung!

Reduzieren Sie unnötige Mehrfachkontakte durch Rückfragen und E-Mail-Ping-Pong



172

Kontakte sind erforderlich, um **100 Anliegen** fallabschließend zu bearbeiten



Bis zu

42%

der Kontakte resultieren aus unnötigen Rückfragen und können durch Live-Chat vermieden werden

Quelle:
Cost of Business as Usual
Reducing Transaction Costs by Understanding Consumer Preferences
Callcentres.net 2011, Avaya

Eigene Berechnungen

Schnelle Problemlösung ist das mit Abstand wichtigste Kriterium für exzellenten Service



56%

nennen eine schnelle abschließende Bearbeitung des Anliegens als eins der wichtigsten 3 Kriterien für exzellenten Service.

Quelle:
EMEA 2011 Consumer Preference Report – Contact Centres
A Forrester Consulting Thought Leadership Paper Commissioned by Avaya



Kunden-Erlebnis verbessern

**Stärkung
Telefon-
Vertrieb**

Verkaufen Sie mehr am Telefon, indem Sie Ihren Kunden Produkte und Unterlagen live zeigen!

**Stärkung
Online-
Vertrieb
& Conversion**

Verkaufen Sie mehr im Internet, indem Sie Ihre Kunden online im Video-Chat beraten!

**Reduktion der
E-Mail-Flut**

Sparen Sie Kosten und ersetzen Sie E-Mail-Ping-Pong durch Live-Chat!

**Top Service im
Live-Kontakt**

Bieten Sie Top-Service im Sofort-Kontakt für höhere Kundenzufriedenheit und -bindung!

Guter Service zahlt sich aus

60%

der Deutschen sind bereit, im Schnitt

8%

mehr für guten Service zu bezahlen.

Doch auch schlechter Service wirkt sich aus:

52%

der Deutschen haben schon einmal wegen schlechtem Service einen Kauf abgebrochen oder auf einen Vertrag verzichtet.

Quelle:
2012 Global Customer Service Barometer; echo 2012,
a research report prepared for American Express

Web-Chat und Video Calls sind Alltag.

29%

der Smartphone User nutzen
mindestens 2-3 mal pro Woche
Web-Chat.

und

11%

der Smartphone User nutzen
mindestens 2-3 mal pro Woche
Video Conferencing.

Quelle:
Davies Hickmann: „The Autonomous Customer, 2011“
Understanding the challenges of dealing with informed, demanding and networked customers“
- Studie gesponsort von Avaya und BT



Die Praxis

- › Ein schneller Blick auf ein Tool

Tools: Ein Beispiel dtmsLiveGuide



Web-/Text-Chat

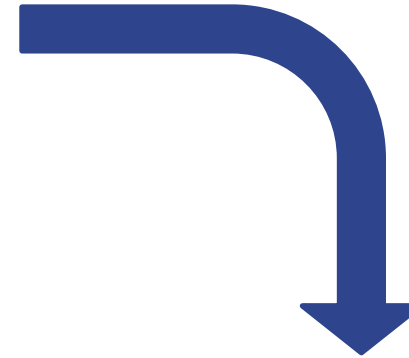
Video-Chat

Cobrowsing

Remote Control

Embedded
Communications

Tools: Cobrowsing

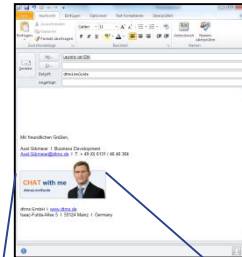


Vielfältig einsetzbar

Webseite



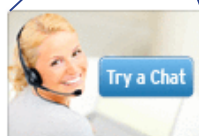
E-Mail



Mobile Apps



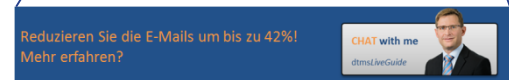
Social Media



Point of sale



Banner



Workshop



Wie könnten Videoberatung und Chat Ihr Geschäft optimal unterstützen?

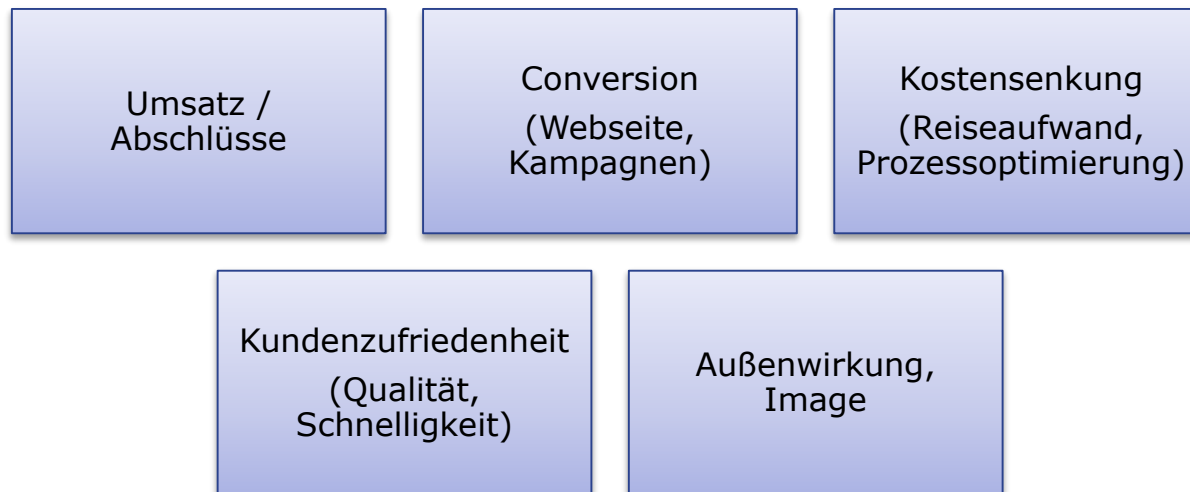
› Ein paar Fragen: Ansatzpunkte?

Collaboration / Multimedia im Kundendialog

Vorgang



Zielsetzung



Multimedia in der Kundenberatung

Context/ Vorgang	Zugang	Medien	Vertrags- schluss	Dokumen- tation
Geplanter vs. spontaner Kontakt	Zugangs- Optionen	Live- Kommunikation	Später Offline	Recording?
Beratung vs. Vertrieb vs. Service	Einbindung	Statische Dokumente	Direkt Online	Workflow/ Formular?
2nd Level- Unterstützung? In der Filiale?	Systemvoraus- setzungen	Interaktive Dokumente		
		Cobrowsing/ Online- Medien		
		Screen- / Application Sharing		

Nutzen Sie die Kraft der Bilder

Produktabbildungen
und Schaubilder

Präsentationen und
Slideshows

Animationen und
interaktive Grafiken

Produkt- und
Vertragsunterlagen

Videos und
Produktanimationen

Tabellen und
Preislisten

Produkt- und
Preisvergleiche

Schritt-für-Schritt-
Erläuterungen

Formulare und
Workflows



Axel Gibmeier

E-Mail: axel.gibmeier@dtms.de Head of Strategy and Communications

Tel: 06131-4646-364 dtms GmbH

Axel Gibmeier (40) arbeitet seit mehr als 15 Jahren in der Telekommunikationsbranche im Bereich telefonischer Mehrwertapplikationen. Nach seinem Berufseinstieg bei einem auf Telekommunikation spezialisierten Beratungsunternehmen kam er zum Mainzer Netzbetreiber dtms, wo seine Aufgabe im Produkt- und Innovationsmanagement das Design neuer Lösungsarchitekturen zur Optimierung von Geschäftsprozessen im telefonischen Kundendialog war. Schwerpunkt seiner Tätigkeit im Business Development war seit 2007 die Optimierung von Geschäfts-, Routing- und Kundenbetreuungsprozessen im komplexen Systemumfeld des Contact Centers durch Konzeptionierung, Anpassung und Vernetzung von Telefon- und Kundenkontakt-Applikationen.

Seit April 2013 leitet er als Head of Strategy and Communications das Marketing, die Öffentlichkeitsarbeit und das Business Development und verantwortet die strategische Positionierung der dtms.

