

# Professioneller Service

im Zeitalter des Kunden





Liebe Leser,

der Service ist nicht mehr das, was er einmal war – und das mit gutem Grund. In einer Welt, in der Produkte immer austauschbarer werden, ist der Kundenservice für Unternehmen die wichtigste Stellschraube, um sich von der Konkurrenz abzuheben.

War früher Kundenbetreuung nach dem „One Size Fits All“-Prinzip gängige Praxis, so ist dies angesichts des Siegeszuges sozialer Netzwerke und mobiler Technologien heutzutage keine Option mehr. Das Internet hat die Welt verändert und jedem Einzelnen eine mächtige Stimme gegeben, sodass sich schlechte Erfahrungen mit Ihrer Serviceabteilung rasch zu einem echten Imageschaden auswachsen können.

Seit einigen Jahren steht Service daher bei kaufmännischen Entscheidern weit oben auf der Agenda. Doch es gibt noch viel zu tun: Umfragen zufolge gibt es eine große Diskrepanz zwischen Eigen- und Fremdwahrnehmung, was die Qualität von Serviceerlebnissen angeht. So sind 80 Prozent der Unternehmen der Überzeugung, überdurchschnittlich guten Service zu bieten, aber nur elf Prozent ihrer Kunden stimmen dieser Aussage zu.<sup>1</sup>

Diese breite Kluft gilt es zu schließen. Unsere Empfehlung: Stellen Sie die Prozesse in jedem Ihrer Servicekanäle auf den Prüfstand. Wie schnell werden Anfragen bearbeitet? Wie einfach können Sie und Ihre Kunden zwischen verschiedenen Kanälen wechseln, beispielsweise von der Supportwebsite zu einem Telefonat oder persönlichen Gespräch? Stehen Ihren Mitarbeitern sämtliche benötigten Informationen überall und in Echtzeit zur Verfügung?

Jede Interaktion – ob online, im Callcenter oder im Außendienst – ist eine Chance, Ihre Kunden zu begeistern, das Vertrauen zu fördern und treue Fans zu gewinnen. Ich hoffe, dass Ihnen diese Broschüre viele neue Inspirationen dafür liefert, die Voraussetzungen für durchgängig professionellen Service zu schaffen!

**Andreas Dutz**

Business Group Lead Microsoft Dynamics  
Microsoft Deutschland GmbH

<sup>1</sup>The Directors' Centre, 2014.



# Ihre Kunden sind so anspruchsvoll wie nie

Unsere immer stärker vernetzte digitale Welt hat die Art und Weise, wie Kunden mit Unternehmen beziehungsweise Marken interagieren, grundlegend verändert. Kunden recherchieren oft selbst, um ein Problem zu lösen, und benötigen daher übersichtliche und komfortable Self-Service-Portale sowie leicht zugängliche Kontaktangebote.

Schon mit diesen einfachen Mitteln steigern Sie die Kundenzufriedenheit und gewinnen selbst mehr Zeit für komplexere Cases, die Sie im Callcenter, am Counter oder im Außendienst bearbeiten. Führen Sie Ihre Kunden auf einfache Weise zu den richtigen Lösungen – im Kanal ihrer Wahl und genau dann, wenn sie es möchten.

## Schon gewusst?

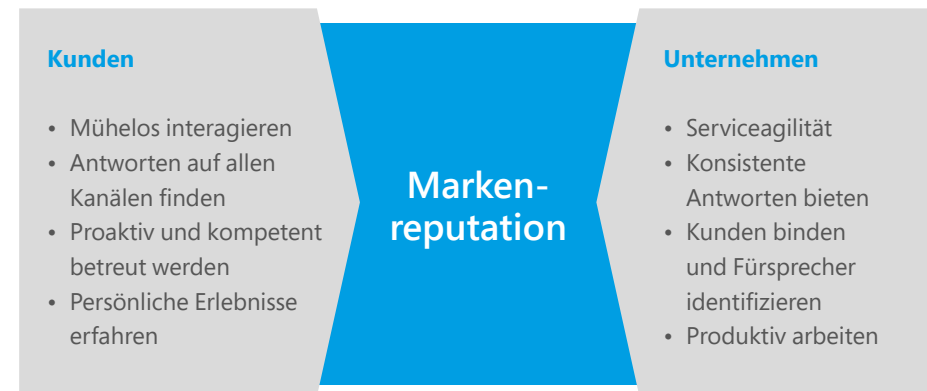
**86 %** aller Kunden sind bereit, mehr zu bezahlen, wenn sie dafür einen besseren Service erhalten.<sup>1</sup>

**91 %** aller Kunden bleiben einer Marke treu, die einfache, „intuitive“ Serviceerlebnisse bietet.

**23 %** mehr Rentabilität und Umsatz erbringen Kunden, die durch individuellen Service langfristig gebunden werden.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> (Quelle: Fortune Magazine)

<sup>2</sup> (Quelle: Peppers & Rogers)



# Ihre Mitarbeiter brauchen Zugang zu Informationen und Wissen

Inkonsistente Aussagen und unzureichende Antworten auf Serviceanfragen haben häufig einen ganz einfachen Grund: Servicemitarbeitern fehlt der Zugang zu zuverlässigen, vollständigen und aktuellen Informationen. Nur allzu oft müssen sie an verschiedenen Orten nach Daten suchen oder sich mit ihren Fragen an Kollegen wenden.

Mit einer zentralen, vernetzten Arbeitsumgebung, die nicht nur sämtliche Informationen, sondern auch alle Softwarewerkzeuge für den Kundenservice vereint, gehören diese Probleme der Vergangenheit an. So können Ihre Mitarbeiter in allen Kanälen überzeugende Serviceerlebnisse bieten – ob in sozialen Netzwerken, per Chat, am Telefon oder persönlich. Die positiven Nebeneffekte: Sie sparen Zeit, und Produktivität und Motivation steigen geradezu zwangsläufig.

04/05

Schon gewusst?



Zufriedene Mitarbeiter tragen **zweimal mehr** zu Kennzahlen wie Kundenzufriedenheit sowie Net Promoter Score und Customer Effort Score bei.



In **44 Prozent** der Fälle können Mitarbeiter die Antworten, die sie suchen, nicht finden.





### Treue Kunden gewinnen

- Kunden können sofort im Channel ihrer Wahl Kontakt aufnehmen.
- Personalisierter Service verringert Aufwand für Kunden.
- Servicethemen können direkt über soziale Netzwerke angesprochen werden.



### Mitarbeiter unterstützen

- Stellen Sie eine zentrale, durchgängige Arbeitsumgebung zur Verfügung – für optimalen Service.
- Bieten Sie sofortigen Zugriff auf die richtigen Antworten zur rechten Zeit.
- Versetzen Sie Ihre Agenten in die Lage, stets die beste Entscheidung zu treffen.



### Agil bleiben

- Passen Sie sich einfach an den raschen Wandel der Unternehmens- und Marktanforderungen an.
- Optimieren Sie Ihre Serviceerlebnisse mithilfe aussagekräftiger Analysen.
- Gewährleisten Sie Sicherheit, Flexibilität und Zuverlässigkeit.

# Individuelle Serviceerlebnisse im Zeitalter des Kunden

Unternehmen mit einer professionellen Serviceorganisation bieten ihren Kunden nahtlose Erlebnisse, die sich auf natürliche Weise in die heutigen Interaktionsstile und Kommunikationswelten einfügen. Sie sind der Hebel, um Markenaffinität und Kundenbindung zu steigern.

Microsoft bietet Lösungen, mit denen Kunden einfach Self-Service-Funktionen nutzen oder sich persönlich betreuen lassen können und mit denen Servicemitarbeiter schnelle, informierte Antworten und effektive Lösungen liefern können. Zudem werden sämtliche Abläufe im Außendienst unterstützt, um auch beim Kunden vor Ort reibungslose Serviceleistungen zu erbringen.

Unsere agilen Lösungen passen sich individuell an die Anforderungen Ihrer Serviceorganisation an und bieten Ihnen eine sichere, flexible und zuverlässige Umgebung, damit Sie sich stets auf das Wesentliche konzentrieren können: die professionelle Betreuung Ihrer Kunden.

06/07

# Mehr Serviceproduktivität: typische Szenarien



## **Cross-Channel-Service**

Kontextuelle Serviceerlebnisse im Web, in sozialen Netzwerken, per Chat und E-Mail sowie mobil, inklusive Kunden-Self-Service und Social Care



## **Self-Service**

Wissensbasierte Serviceumgebungen für jeden Kanal im Corporate Design, sodass Kunden ihre Probleme selbst lösen können



## **Außendienst**

Professioneller Service beim Kunden vor Ort, der für mehr Effizienz sorgt und Kosten minimiert



## **Mitarbeiterunterstützung**

Durchgängige Arbeitsumgebung mit Kontextwerkzeugen und Anleitungen – für eine rasche, professionelle Betreuung



## **Wissensmanagement**

Zentrale Speicherung freigegebener Informationen, sodass Mitarbeiter und Kunden konsistente Antworten erhalten



## **Service-Intelligence**

Umfassende Einblicke dank Dashboards mit leistungsstarken Analyse- und Datenvisualisierungsfunktionen



### Enge Zusammenarbeit

Vernetzung von Mitarbeitern, um Serviceleistungen besser zu koordinieren und Kunden rundum zu betreuen



### Multichannelkommunikation

Professionelle Betreuung von Kunden an allen Touchpoints, da Informationen zentral zusammenlaufen



### Mobile Produktivität

App für Außendienstmitarbeiter, um unterwegs auf alle Informationen und Prozesse zuzugreifen



### Nahtlose CRM-Integration

360-Grad-Kundenansicht, da sämtliche Serviceaktivitäten in Microsoft Dynamics CRM archiviert werden

# Customer Engagement leicht gemacht mit Microsoft Dynamics CRM

Die Servicelösungen von Microsoft Dynamics liefern Ihnen sämtliche Funktionen für Ihre Customer-Engagement-Strategien. Ihre Servicemitarbeiter erhalten eine vertraute, zentralisierte Arbeitsumgebung, um sich untereinander zu vernetzen und Kundenanfragen rasch und kompetent zu bearbeiten. Integriert sind Werkzeuge für Wissensmanagement, Social Care und mobiles Arbeiten sowie leistungsstarke Analysen und Dashboards.

Bieten Sie Ihren Kunden überzeugende Serviceerlebnisse – ob auf Self-Service-Portalen, bei der Interaktion in sozialen Netzwerken sowie per Telefon, Chat und E-Mail oder im Außendienst.

#### Ihre Vorteile:

- Fokussiertes Arbeiten auf einer durchgängigen, vertrauten Oberfläche
- Best Practices und geführte Prozesse für sämtliche Interaktionen
- Enge Abstimmung und Zugang zum kollektiven Wissen und Erfahrungsschatz des Teams





#### Fakten zum Multichannelservice

- Studien von Forrester Research zeigen, dass die Kundenzufriedenheit durch Multichannelunterstützung um **36 Prozent** verbessert werden kann.
- Laut der Aberdeen Group erfahren soziale Netzwerke als Servicekanal einen Zuwachs von **70 Prozent**.



Das nahtlos integrierte Microsoft-Lösungspaket für mehr Serviceproduktivität umfasst CRM, Produktivitätswerkzeuge und Analysefunktionen. Dank der durchgängigen Benutzeroberfläche bleiben Ihre Mitarbeiter fokussiert und können sich auf das Wesentliche konzentrieren – beispielsweise auf die wichtigsten Cases. Ihre Mitarbeiter können jederzeit auf umfassende Informationen einschließlich Social-Daten zugreifen, um Interaktionen mit Kunden individueller zu gestalten und mehr Vertrauen aufzubauen. Zudem sorgen die einfach zu bedienenden und mobilen Lösungen dafür, dass auch Ihr Außendienst stets auf dem Laufenden ist.

„Microsoft Dynamics CRM bietet starke Servicefunktionen und erreicht Bestnoten bei der Usability (aufgrund des vertrauten Look-and-Feels von Office). Zudem bietet es eine stabile, skalierbare Plattform und eine Architektur für globale Bereitstellungen.“

Kate Leggett, Forrester Research

08/09

# Wie und warum sich Produktivität bezahlt macht

Die einfach zu erlernenden und zu bedienenden Microsoft-Lösungen für Serviceproduktivität unterstützen Sie auf dem Weg zu einem Unternehmen, bei dem Kundendienst großgeschrieben wird. Relevante und präzise Informationen werden zusammen mit allen benötigten Werkzeugen zur Verfügung gestellt – zum richtigen Zeitpunkt am gewünschten Ort.

„Dank Dynamics kann ich mein Team so aufstellen, dass es stets den besten Mehrwert liefert – und nicht einfach nur die Prozesse am Laufen hält.“

**Mike Olson**, Director CRM und BI, Weight Watchers

## Wie Weight Watchers mit Microsoft-Lösungen von mehr Produktivität im Service profitiert:

Weight Watchers punktet bei Kunden durch direkten Zugriff auf benötigte Informationen. Der international führende Anbieter von Programmen zur Gewichtsreduktion setzt auf eine Rundumbetreuung seiner Kunden – ob in traditionellen Kanälen, digitalen Medien oder sozialen Netzwerken. Mithilfe von Microsoft Dynamics CRM kann Weight Watchers nahtlos integrierte Kundenerlebnisse bieten und Tag für Tag Millionen Interaktionen koordinieren, da sämtliche Daten an zentraler Stelle zusammenlaufen.

## Die Erfolge von Weight Watchers in Zahlen:



erzielter ROI **von 331%**



Verkürzung der Average Handling Time (AHT) **um 20%**



Steigerung der Kundenzufriedenheit (CSAT) **um 4%**

Mehr Produktivität für Ihren Service – mit Microsoft Dynamics.  
**Erfahren Sie mehr unter [aka.ms/Produktiver-Service](https://aka.ms/Produktiver-Service)**



# Ihre nächsten Schritte

## Informieren.

Nutzen Sie unsere Ressourcen im Web:

- Produktwebseite: [www.microsoft.de/crm](http://www.microsoft.de/crm)
- Schwerpunktthema Service: [aka.ms/Produktiver-Service](http://aka.ms/Produktiver-Service)
- Aktuelle Themen im Blog: [aka.ms/Dynamics-Blog](http://aka.ms/Dynamics-Blog)

## Testen.

Probieren Sie Microsoft Dynamics CRM selbst aus. 30 Tage lang. Kostenlos und unverbindlich. [aka.ms/CRM-Testversion](http://aka.ms/CRM-Testversion)  
Keine Zeit zum Testen? Dann nutzen Sie einfach unsere unverbindliche Onlinedemo: [aka.ms/CRM-Produkttour](http://aka.ms/CRM-Produkttour)

## Kaufen.

Nehmen Sie Kontakt zu uns auf!  
Ihr direkter Draht zum Microsoft Dynamics-Team  
in Deutschland:  
Telefon: +49 221 80 10 25 55  
E-Mail: [askmsdynamics@microsoft.com](mailto:askmsdynamics@microsoft.com)

10/11

Gewinnen Sie treue Kunden. Unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter mit den richtigen Werkzeugen. Bieten Sie überzeugende Serviceerlebnisse, die das Vertrauen Ihrer Kunden fördern und sie zu langjährigen Fans machen.

**Mehr Produktivität für Ihren Service. Jetzt.**

Microsoft Deutschland GmbH  
Walter-Gropius-Straße 5  
80807 München

[www.microsoft.de](http://www.microsoft.de)

© 2016 Microsoft Corporation. Alle Rechte vorbehalten. Namen und Produkte anderer Firmen können eingetragene Warenzeichen der jeweiligen Rechteinhaber sein.