



Das neue Zendesk: Bessere Kundenbeziehungen in jeder Beziehung

Zendesk erweitert die Produktfamilie über Kundensupport hinaus und gibt sich einen neuen Markenauftritt

Berlin, 27. Oktober 2016 – Zendesk erweitert seine Produktfamilie und gibt sich einen komplett neuen Markenauftritt. Im Fokus von Zendesk stehen künftig bessere Beziehungen zwischen Unternehmen und ihren Kunden. Damit geht das Softwareunternehmen über sein angestammtes Geschäft mit Kundenservice hinaus. Das neue Design der Marke Zendesk spiegelt die Bedeutung von Kundenbeziehungen für den Erfolg von Unternehmen wider. Die neuen Produkte Zendesk Connect und Zendesk Explore sorgen dafür, dass Unternehmen mithilfe von tiefgehenden Analysen und Customer Intelligence eine noch persönlichere, engere Bindung zu ihren Kunden aufbauen können.

„Viel zu lange wurde Unternehmenssoftware zu Gunsten von Unternehmen aber zu Lasten von Kunden entwickelt. Dadurch arbeiten Abteilungen separiert voneinander in unterschiedlichen ‚Clouds‘ und können nicht die nahtlosen Kundenerlebnisse bieten, die Kunden heutzutage erwarten“, sagt Mikkel Svane, Gründer und CEO von Zendesk. „Das ändern wir mit unseren Produkten, bei denen die Beziehung zwischen Unternehmen und Kunden an erster Stelle steht.“

Die neue Zendesk Produktpalette steht für den Wandel, den das Unternehmen durchlaufen hat: Von einer einzelnen Kundenservice-Lösung hin zu einer einheitlichen Produktfamilie, deren Bestandteile darauf ausgelegt sind, Kundenbeziehungen zu verbessern. Sie helfen Unternehmen dabei, ihre Kunden genau zu verstehen, besser mit ihnen zu kommunizieren und Unterstützung immer zum richtigen Zeitpunkt und am richtigen Ort anzubieten.

Beziehungen mithilfe von Daten besser verstehen

[Zendesk Explore](#) und [Zendesk Connect](#) helfen gemeinsam dabei, mit Kundendaten Kundenerlebnisse aktiv zu gestalten und zu personalisieren.

Zendesk Explore stellt allen Zendesk-Produkten Analysefunktionen zur Verfügung und führt Daten auch aus Drittquellen zusammen. Es stellt Kundendaten über das ganze Unternehmen hinweg bereit, sodass Unternehmen die gesamte Customer Experience besser messen und verstehen können.

Zendesk Connect liefert stets die richtigen Informationen und Erkenntnisse über eine Kundenbeziehung und versetzt Unternehmen in die Lage, ihre Kunden mit relevanten und hilfreichen Botschaften anzusprechen. Das Tool verknüpft dafür die Kundenhistorie mit Daten zum Onlineverhalten des Kunden, wie etwa Interaktionen mit Websites, Apps und anderen digitalen Touchpoints. Mit Zendesk Connect können Unternehmen ihre Kunden beispielsweise durch neue Produkterlebnisse leiten, Support-Anliegen durch ein relevantes Informationsangebot vermeiden und ergänzende Produkte empfehlen.

„Kunden wünschen sich ein einheitliches Erlebnis im Umgang mit Unternehmen. Es soll ihren persönlichen Vorlieben und ihrer Kundenhistorie entsprechen und nicht den Anforderungen interner Abteilungen“, meint Adrian McDermott, Senior Vice President Product Development bei Zendesk. „Mit Zendesk schaffen wir ein zentrales, über Abteilungsgrenzen hinweg verfügbares Gedächtnis für Unternehmen. So wissen Organisationen zu jeder Zeit umfassend über jeden Kunden Bescheid und können im richtigen Moment auf ihn zugehen.“

Die Gestaltung von „Relationshapes“

Das neue Design von Zendesk ist Ausdruck der Expansion des Unternehmens über Kundenservice hinaus. Die sogenannten „Relationshapes“ spiegeln die sieben Produkte von Zendesk wider, mit jeweils einem eigenen Logo, in dem zwei Formen miteinander interagieren. Die Formen stehen jeweils für das Unternehmen und den Kunden, mit je einer eigenen Persönlichkeit und einer wechselseitigen Beziehung.

Während jedes Produkt eine eigene Identität hat, fügen sich doch alle zu einem großen Ganzen zusammen, repräsentiert durch das neue Zendesk Logo. Das Logo ist ein großes Z, zusammengesetzt aus einzelnen, miteinander verbundenen Formen.

„Wir sind unseren Wurzeln treu geblieben und haben uns von der einfachen Formensprache dänischen Designs inspirieren lassen“, so Toke Nygaard, Chief Creative Officer bei Zendesk. „Wir wollten eine neue Marke mit Persönlichkeit und Flexibilität erschaffen, die unser Ziel unterstreicht, Kundenbeziehungen zu verbessern.“

Eine einheitliche Produktfamilie

Alle Produkte der Zendesk Familie sind über eine einheitliche Benutzeroberfläche miteinander verzahnt und sollen künftig nur ein Login und eine gemeinsame Kundendatenplattform nutzen. Zusätzlich zu den heute vorgestellten Produkten Zendesk Explore und Zendesk Connect umfasst die Produktfamilie noch:

- [Zendesk Support](#): Ein einfaches System, um Kundensupport-Tickets zu verfolgen, zu priorisieren und zu beantworten
- **Zendesk Help Center**: Die Anlaufstelle für Self-Service, die mithilfe von Artikeln, interaktiven Foren und einer Community dem Kunden hilft, sich selbst zu helfen
- [Zendesk Chat](#): Live-Chat-Software für schnellen und direkten Kundenkontakt

- **[Zendesk Talk](#)**: Callcenter-Software für persönlichere und produktivere Telefonate mit Kunden
- **[Zendesk Message](#)**: Eine Messaging-Software, die Unternehmen in die Lage versetzt, mit ihren Kunden über die beliebtesten Messenger-Apps Kontakt aufzunehmen

Weitere Informationen:

- Ein Video, um das „neue Zendesk“ in Aktion zu sehen, finden Sie hier: https://youtu.be/6W-60Hz_I0U

Pressekontakt DACH-Region

Julia della Peruta

Oseon

069-25 73 80 22-12

zendesk@oseon.com

Über Zendesk

Zendesk entwickelt Software für bessere Kundenbeziehungen. Mit Zendesks Hilfe können Unternehmen die Interaktionen mit ihren Kunden verbessern und die Wünsche ihrer Kunden besser verstehen lernen. Mehr als 81.000 zahlende Kunden nutzen Zendesk-Produkte in über 150 Ländern. Zendesk hat seinen Hauptsitz in San Francisco, sowie weitere Niederlassungen in den USA, Europa, Asien, Australien und Südamerika. Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.zendesk.de/>.