



# Zendesk: Kundenbeziehungs-Trends 2017

Kommentar von Björn Bauer, Senior Solutions Consultant EMEA bei Zendesk

## Messaging wird sich weiter massiv etablieren

Die Messenger-Dienste, die wir als Verbraucher nutzen, um uns mit Freunden und Bekannten – und seit neuestem auch Unternehmen – auszutauschen, sind nur der Anfang einer breiter gefassten Bewegung im Markt, und ein Trend, der sich 2017 auch im Geschäftsumfeld weiter verstärken wird. Ich gehe davon aus, dass beispielsweise Facebook nächstes Jahr noch viel stärker in den Messaging-Bereich für Unternehmen vordringen und hier weitere Möglichkeiten schaffen wird. Spannend wird es dann, wenn die Branche es schafft, das, was wir heute unter dem Namen Chat Bots kennen – also die automatisierte Maschinen-Kommunikation – intelligent mit menschlichem Support zu kombinieren. Das wird eine der zentralen Aufgaben im nächsten Jahr werden. Ist es heute noch so, dass Bots irgendwann mit „ihrem Latein am Ende“ sind und die Konversation dann stagniert, ist die Kombination von Mensch-Maschine-Support im Kundenservice der kritische Erfolgsfaktor in der weiteren Entwicklung der Messenger-Dienste als Kommunikationskanal für Unternehmen.

## Die Quelle der Wahrheit

BI-Experten reden schon lange über die Bedeutung der sogenannten „Single Source of Truth“, also der zentralen Datenquelle, in der alle Informationen zusammenlaufen. Das Prinzip hat längst auch die Kundenkommunikation erreicht und nächstes Jahr wird kaum ein Unternehmen, das Verbraucher individuell und umfassend ansprechen will, am ganzheitlichen Blick auf den Kunden vorbeikommen. Es wird entscheidend sein, aktuelle Bemühungen der Datenzentralisierung zu verstärken und alle Informationen aus diversen Quellen zum Zeitpunkt der Kontaktaufnahme bereitstellen zu haben – vor allem, wenn neue Kanäle wie Messenger hinzukommen. Die Informationen dann einzusetzen, um das eigentliche Motiv der Kontaktaufnahme durch den Kunden – also meistens Verkauf oder Hilfe – in eine andere Richtung drehen zu können, wird künftig helfen, die Customer Experience weiter zu verbessern und gleichzeitig das Cross-Selling zu steigern. Telefonierte also beispielsweise ein Vertriebler mit einem Kunden, um ein Produkt zu verkaufen, und kann dann sagen: „Ich sehe, Sie haben da auch noch ein Problem mit dem anderen Produkt, ist Ihnen da denn schon geholfen worden?“, dann hat das eine ganz andere Service-Dimension als das bloße Verfolgen des Verkaufsziels. Die ersten, die das in der Praxis schon umgesetzt haben, sind die Telekommunikationsanbieter. Für 2017 erwarte ich hier eine deutliche Zunahme von Anwendungsfällen auch aus anderen Branchen.

## Die künstliche Kundenkommunikation

Chat Bots – also die künstliche Intelligenz, die mit dem Verbraucher im Chat auf Webseiten oder in Messenger-Diensten kommuniziert – waren eines der Hype-Themen 2016. Aktuell prominenteste Beispiele für künstliche Intelligenzen sind Chat Bots im Facebook Messenger, aber auch die Sprachassistentendienste von Apple oder Google. Für die meisten Unternehmen ist die Einführung von künstlicher Intelligenz, abgesehen von einzelnen Projektumgebungen, aber oftmals noch zu teuer und zu aufwändig. Neueste Lösungen, wie Satisfaction Prediction von Zendesk oder eben Chat Bots, machen Artificial Intelligence (AI) jedoch einem breiteren Unternehmenspublikum zugänglich. Ich gehe davon aus, dass wir 2017 vermehrt Einsatzszenarien sehen werden, in denen künstliche Intelligenzen die Unternehmenskommunikation und die Customer Journey unterstützen. Schon heute können wir dem Service-Mitarbeiter vorhersagen, wie wahrscheinlich eine positive Bewertung für die jeweilige Interaktion sein wird. Oder die AI schlägt sowohl dem Kunden als auch dem Agenten vor, welche Antworten aus der Wissensdatenbank die Frage oder das Problem des Kunden lösen können. Ein Schwerpunkt in 2017 wird es sein, die Vorteile, die uns die AI bietet, sinnvoll in die Arbeit des Agenten und die Interaktionen mit dem Kunden einzubetten.

## Pressekontakt

Julia della Peruta

Oseon

069-25 73 80 22-12

[zendesk@oseon.com](mailto: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 87.000 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/>.