



ACD:

- Verteilung einkommender Anrufe nach frei zu definierenden Regeln (z.B. längster Zeitraum in der Warteschleife, längster Zeitraum ohne Kundengespräch etc.) auf die entsprechenden Mitarbeiter

Dialer:

- Systemgestützter, automatisierter Aufbau von ausgehenden Anrufen, häufig verknüpft mit einem CRM-System, um relevanten Kundendaten rechtzeitig abrufbar zu machen
- Beispiele: soft-, auto- oder predictive dialer

Brief/Fax:

- Erkennen relevanter Inhalte **analoger** Post und automatische Überführung in die Folgeprozesse des jeweiligen Unternehmens

E-Mail:

- Erkennen relevanter Inhalte **digitaler** Post und automatische Überführung in die Folgeprozesse des jeweiligen Unternehmens

Chat:

- Echtzeitkommunikation in Wort und Schrift
- Zusätzliche Form der Kontaktaufnahme für den Kunden + Möglichkeit zur proaktiven Kontaktaufnahme durch das Unternehmen

Video:

- Echtzeitkommunikation in Bild, Wort und Schrift (persönlichere Ebene)
- Zusätzliche Form der Kontaktaufnahme für den Kunden + Möglichkeit zur proaktiven Kontaktaufnahme durch das Unternehmen

Social Platform:

- Soziale Netzwerkplattform wie z.B. Facebook, Twitter oder LinkedIn

Self Service:

- Möglichkeit für den Kunden zur selbstständigen Inanspruchnahme der gewünschten Dienstleistung (z.B. Onlinebanking, FAQs)

Unified Queuing:

- Channel-unabhängige Weiterleitung von Kundenanfragen, basierend auf Inhalten und Dringlichkeit

Skillbased Routing:

- Weiterleitung eingehender Anfragen, basierend auf Qualifikationen und Fertigkeiten der Mitarbeiter (z.B. Sprachkenntnisse, Spezialisierung auf Themengebiete oder Channels)

Ticketing/Customer Care:

- Vorgangsverwaltung eingehender Kundenanfragen
- Kategorisierung und Workflowsteuerung ermöglichen Einordnung von Kundenanfragen in den richtigen Kontext des Customer Care (z.B. der Historie der Anfrage oder Themen, Kontaktgründe)

Surveying:

- Kundenumfragen, mit dem Ziel, die Kundenzufriedenheit über den gesamten Kundenlebenszyklus zu messen und zu analysieren
- Analyse von Kundeninteraktionen und –Transaktionen (indirekt)

Knowledge Base:

- Möglichkeit zur Bündelung von z.B. Handbücher, Wikis oder Dokumente in einem zentralen Wissensmanagement
- Bereitstellung für alle Mitarbeiter über intelligente Suchmöglichkeiten und Handlungsanweisungen
- Zusätzlicher Bestandteil: Wissensverwaltung, um bei Fehlern oder Lücken einen Mechanismus zum Verbessern, Ergänzen oder Erneuern anzustoßen

Campaign Management:

- Möglichkeit nach einem frei zu definierenden Zyklus dem Kunden eine ‚Next Best Activity‘ vorzuschlagen
- Beispiele: X-Sell, Up-Sell etc.

Reporting & CIP(Continuous-Improvement-Process)-Analytics:

- Zusammenführung von Informationen und Kennzahlen aus einer großen Datenbasis, um durch Reflektion kontinuierliche Verbesserungen z.B. der Mitarbeiterperformance, Prozesszeiten oder des Customer Journeys voranzutreiben

Quality Management:

- Bewertung bestehender Vorgänge, z.B. durch Kundenkontaktmetriken, Sprach- und Textanalyse mit dem Ziel der Optimierung der Kundenzufriedenheit, z.B. durch Agent-Coaching (Individueller Improvement Plan)

Workforce Management:

- Im Idealfall IT-gestützte Möglichkeit z.B. volatile monatliche, wöchentliche oder untertäglich schwankende Kundenanfragen channel-unabhängig optimal mit den Arbeitszeiten vorhandener Mitarbeiter zu synchronisieren.
- Konsequenz: z.B. Vermeidung teurer Überstunden oder Leerlaufzeiten

Interfaces:

- Möglichkeit Systeme per Schnittstelle zu integrieren

CRM-System:

- Customer-Relationship-Management System
- Kundendatenbank, in der Stammdaten und Transaktionsdaten gespeichert sind, um z.B. eine persönlichere Ansprache des Kunden vorzunehmen

ERP-System:

- Enterprise Resource Planning System
- Softwarelösung zur Ressourcenplanung eines Unternehmens
- Geschäftsanwendungen und Betriebsdaten werden verarbeitet und abrufbar gemacht
- Konsequenz: z.B. Möglichkeit Bezahlvorgänge einzusehen, die im CRM-System nicht erfasst sind

Document Management System:

- Datenbankgestützte Verwaltung elektronischer, geschäftsrelevanter Dokumente, channel-unabhängig, über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg

After Sales System:

- Support von Aktivitäten zur Sicherstellung der Kundenbindung nach erfolgreichem Geschäftsabschluss
- z.B. Auflistung von Gewährleistungsansprüchen

Content Management System:

- Möglichkeit zur Verwaltung von Inhalten (z.B. einer Webseite) oder der Navigation einer Webseite
- Mögliche Inhalte: z.B. Texte oder Bilder