

2015

# State of Service

Trends im Kundenservice – Einblicke von über 1900 branchenführenden Unternehmen



Salesforce Research befragte weltweit über 1900 Kundenserviceleiter zu folgenden Themen:

- Wie sehen die Ziele, Hindernisse und Erfolgskennzahlen moderner Serviceteams aus?
- Was machen leistungsstarke Servicedienstleister anders als weniger erfolgreiche?
- In welchen Bereichen verstärkt der Service seine Anstrengungen, um im Jahr 2015 und darüber hinaus das Unternehmenswachstum zu fördern?

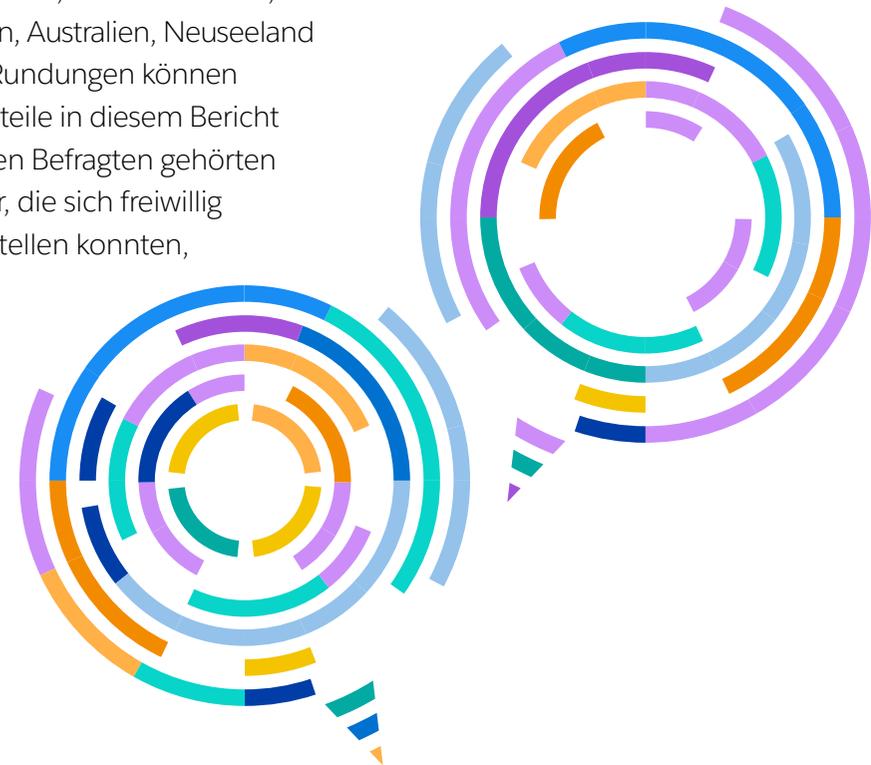
Dieser Bericht wirft den Blick auf Servicetrends des Jahres 2015 und beschäftigt sich unter anderem mit der zentralen Rolle, die der Service auf einer integrierten Customer Success Plattform spielt. Der Bericht nimmt Performancedaten von Serviceteams unter die Lupe und kann so Muster aufzeigen, die den Gesamterfolg positiv beeinflussen.

In diesem Bericht definieren wir Serviceteams als leistungsstark, wenn sie sich an die sich wandelnden Kundenerwartungen schnell und zuverlässig anpassen können. Außerdem bewerten leistungsstarke Teams ihr Serviceangebot sehr viel eher als hervorragend oder sehr gut. Fast 60 % planen eine Vergrößerung des Serviceteams in den nächsten 12 bis 18 Monaten.

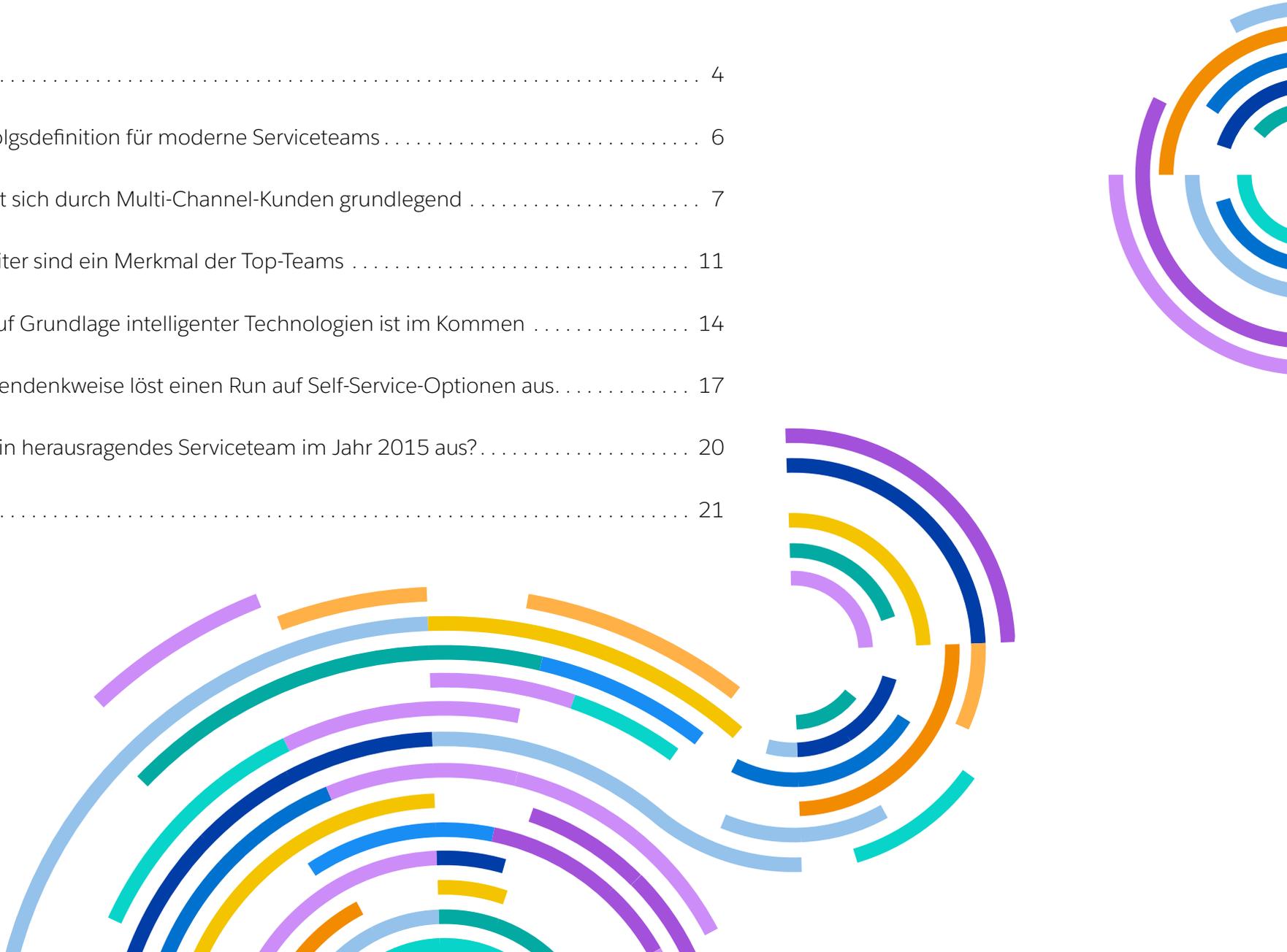
Salesforce Research führte die Umfrage Anfang 2015 durch. Befragt wurden 1912 in Vollzeit tätige Serviceleiter aus Kanada, Brasilien, Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Japan, Australien, Neuseeland und den USA. Aufgrund von Rundungen können die aufsummierten Prozentanteile in diesem Bericht von 100 % abweichen. Zu den Befragten gehörten Kunden und Ansprechpartner, die sich freiwillig für die Studie zur Verfügung stellen konnten, und externe Teilnehmer.



*Salesforce Research ist ein Unternehmensbereich von Salesforce. Die Studien unseres Research-Teams liefern auf Daten basierende Erkenntnisse, die Unternehmen helfen, sich so zu verändern, dass sie noch erfolgreicher werden.*



Zusammenfassung .....	4
Einführung: Eine Erfolgsdefinition für moderne Serviceteams .....	6
Der Service verändert sich durch Multi-Channel-Kunden grundlegend .....	7
Qualifizierte Mitarbeiter sind ein Merkmal der Top-Teams .....	11
Proaktiver Support auf Grundlage intelligenter Technologien ist im Kommen .....	14
Die veränderte Kundendenkweise löst einen Run auf Self-Service-Optionen aus. ....	17
Fazit: Was zeichnet ein herausragendes Serviceteam im Jahr 2015 aus? .....	20
Anhänge .....	21



Vier wichtige Kernaussagen

Kunden erwarten heute einen Service, der sich an ihre Anforderungen anpasst: jederzeit und auf allen Kanälen. Welche Auswirkungen haben diese steigenden Erwartungen auf die Rolle des Kundenservices und das Kundenerlebnis insgesamt? Und wie passen leistungsstarke Servicedienstleister ihr Verhalten an, um diese Erwartungen zu erfüllen? Unsere Untersuchung ergab vier wichtige Erkenntnisse:

## 01 | **Der Service verändert sich durch Multi-Channel-Kunden grundlegend.** (siehe Seite 7)

Kunden verlangen heute nahtlosen, individualisierten Service auf allen Geräten und Kanälen. Die besten Serviceteams wissen, dass sie ihren Service personalisieren müssen, um den Kunden dort abzuholen, wo er sich gerade befindet. Über ein Drittel der leistungsstarken Serviceteams bietet schon heute ihren Kundenservice auch über mobile Anwendungen an. In den kommenden zwei Jahren wird dieser Bereich voraussichtlich um 67 % wachsen. Alle befragten Serviceleiter gaben an, dass sie planen, in den nächsten 12 bis 18 Monaten den Einsatz von Technologien zur Beobachtung der Kommunikation in den sozialen Medien zu verdoppeln.

## 02 | **Qualifizierte Mitarbeiter sind ein Merkmal der Top-Teams.** (siehe Seite 11)

Ein herausragendes Kundenerlebnis beginnt mit einem herausragenden Arbeitserlebnis der Servicemitarbeiter. Top-Teams sagen fast dreieinhalbmal so oft wie leistungsschwache Teams, dass ihre Servicemitarbeiter vollkommen qualifiziert sind, um den Kunden weiterzuhelfen. Damit Servicemitarbeiter sich im Kundenkontakt qualifiziert fühlen, ist es wichtig, sie mit den richtigen Tools auszustatten. Leistungsstarke Teams nutzen neue Technologien zweieinhalbmal schneller als die Teams im Mittelfeld.

Vier wichtige Kernaussagen

## 03 | **Proaktiver Support auf Grundlage intelligenter Technologien ist im Kommen.** (siehe Seite 14)

Top-Teams arbeiten bereits heute daran, ihren Kunden stärker proaktiven Service anzubieten. 55 % der leistungsstärksten Serviceteams geben an, dass sie die Anfragen ihrer Kunden in über 80 % der Fälle vorhersagen können. Neue intelligente Technologien spielen dabei eine wichtige Rolle. "Sie helfen Servicedienstleistern, entscheidungsrelevante Einblicke zu erhalten, Kundenanfragen vorherzusehen, Anrufe effizienter zu verteilen und schneller auf vergangene Kundenvorgänge zuzugreifen."

## 04 | **Die veränderte Kundendenkweise löst einen Run auf Self-Service-Optionen aus.** (siehe Seite 17)

Top-Serviceteams nutzen Crowdsourcing und den Trend zum Self-Service-Portal. Sie rufen elfmal so oft wie leistungsschwache Teams Online-Communities ins Leben und bieten ihren Kunden viermal häufiger auch ein Self-Service-Portal. Leistungsstarke Teams kennen den Wert von Geschwindigkeit und Effizienz. Deswegen planen sie, den Einsatz dieser Anwendungen in den nächsten 12 bis 18 Monaten um 89 % bzw. 115 % noch zu verstärken.

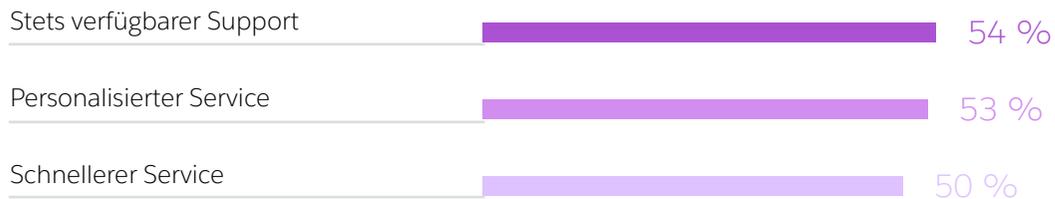


Für die Umfrage „2015 State of Service“ wurden über 1900 Serviceleiter weltweit zu ihren Prioritäten, Erfolgskennzahlen und Strategien für das kommende Jahr befragt. Wo steht der Kundenservice heute? Hier die aktuellen Zahlen auf einen Blick.

## Top 3 der wichtigsten Ziele im Kundenservice

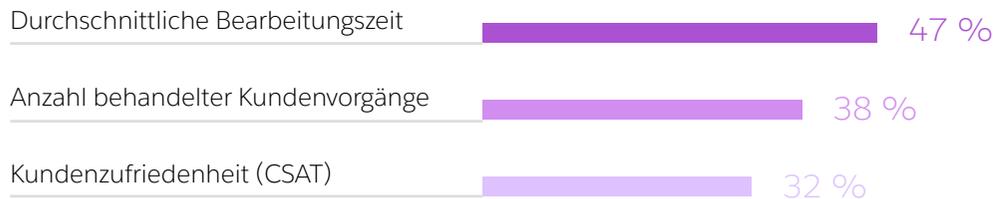
**Teams wollen jederzeit und überall schnellen Service bieten.**

*Praktisch, individuell und effizient soll das Kundenerlebnis sein.*



## Top 3 der wichtigsten Erfolgskennzahlen im Kundenservice

**Effizienz ist das Wichtigste.** *Serviceteams messen ihre Leistung zunehmend anhand der Effizienz der Kundenvorgänge: Sie wollen einerseits die Kosten senken, andererseits die Kunden zufriedenstellen.*



*In Anhang A erfahren Sie mehr über die erhobenen Daten.*

## Top 3 der wichtigsten Herausforderungen im Kundenservice

**Kunden verlangen schnelle, einfache Problemlösungen.** *Kundenserviceteams stehen heute vor der Herausforderung, intelligentere, schnellere Beratungsleistungen und Self-Service-Lösungen bereitzustellen, um die steigenden Erwartungen der Kunden zu erfüllen.*

51 %

Kunden müssen das Problem noch einmal erläutern

46 %

Kunden müssen einen mäßigen bis großen Aufwand betreiben, um ein Problem zu lösen

40 %

Kunden können Antworten auf ihre Fragen nicht selbst finden (kein Self-Service erhältlich)

# 01 | Der Service verändert sich durch Multi-Channel-Kunden grundlegend

Kunden verlangen heute nahtlose, individualisierte Interaktionen auf allen Geräten und Kanälen. Diese „neue Norm“ führt dazu, dass vom Kundenservice sowohl Flexibilität als auch Reaktionsfähigkeit erwartet wird.

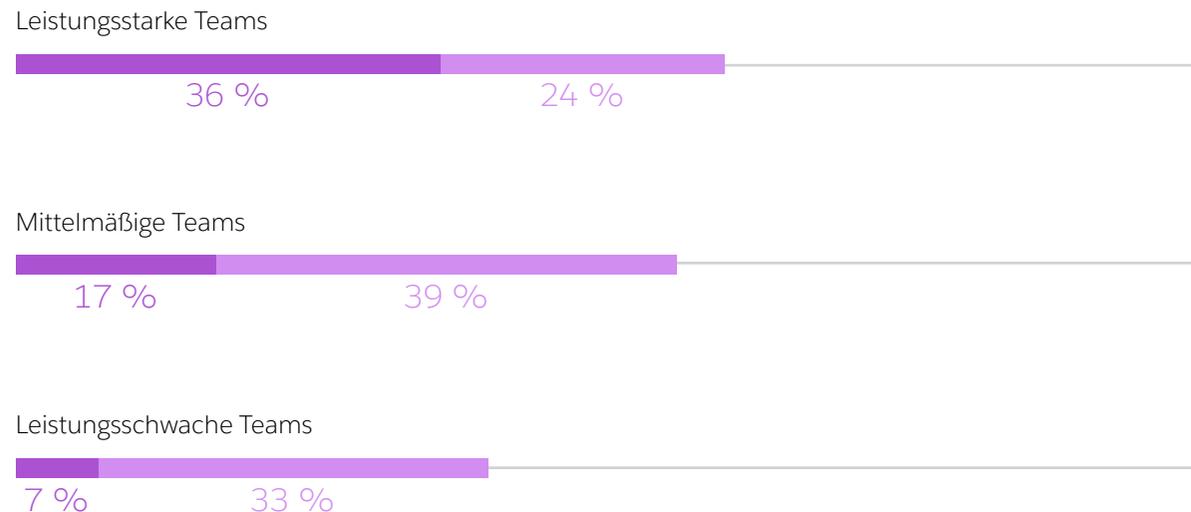
Leistungsstarke Teams sind dieser Herausforderung gewachsen. Sie personalisieren ihren Service, indem sie über den von den Kunden bevorzugten Kanal kommunizieren – in einer mobilen Anwendung oder im sozialen Netzwerk. Über ein Drittel der Top-Service-Teams bieten ihren Kundenservice schon jetzt über mobile Anwendungen an. In den kommenden zwei Jahren wird dieser Bereich voraussichtlich um 67 % wachsen. Um den Anschluss nicht zu verlieren, planen leistungsschwache Teams, ihren Service zunehmend auch über mobile Anwendungen bereitzustellen: mit einer voraussichtlichen Wachstumsrate von 475 % in den nächsten zwei Jahren.

Von allen befragten Serviceleitern bieten 56 % Service, Support oder beides ihren Kunden über eine mobile Anwendung an oder planen, dies in den nächsten zwei Jahren einzuführen.

*In Anhang B können Sie die Daten zum Multi-Channel-Kundenservice im Detail nachlesen.*

## Leistungsstarke Teams sind die ersten, die Service auch über mobile Anwendungen anbieten

*Die besten Servicedienstleister wissen, dass ein in mobile Anwendungen integrierter Kundenservice zu einer stärker personalisierten und effizienteren Kundenerfahrung führt. Die folgende Grafik zeigt, wie viele Teams ihren Service über eine mobile Anwendung zur Verfügung stellen oder dies planen.*



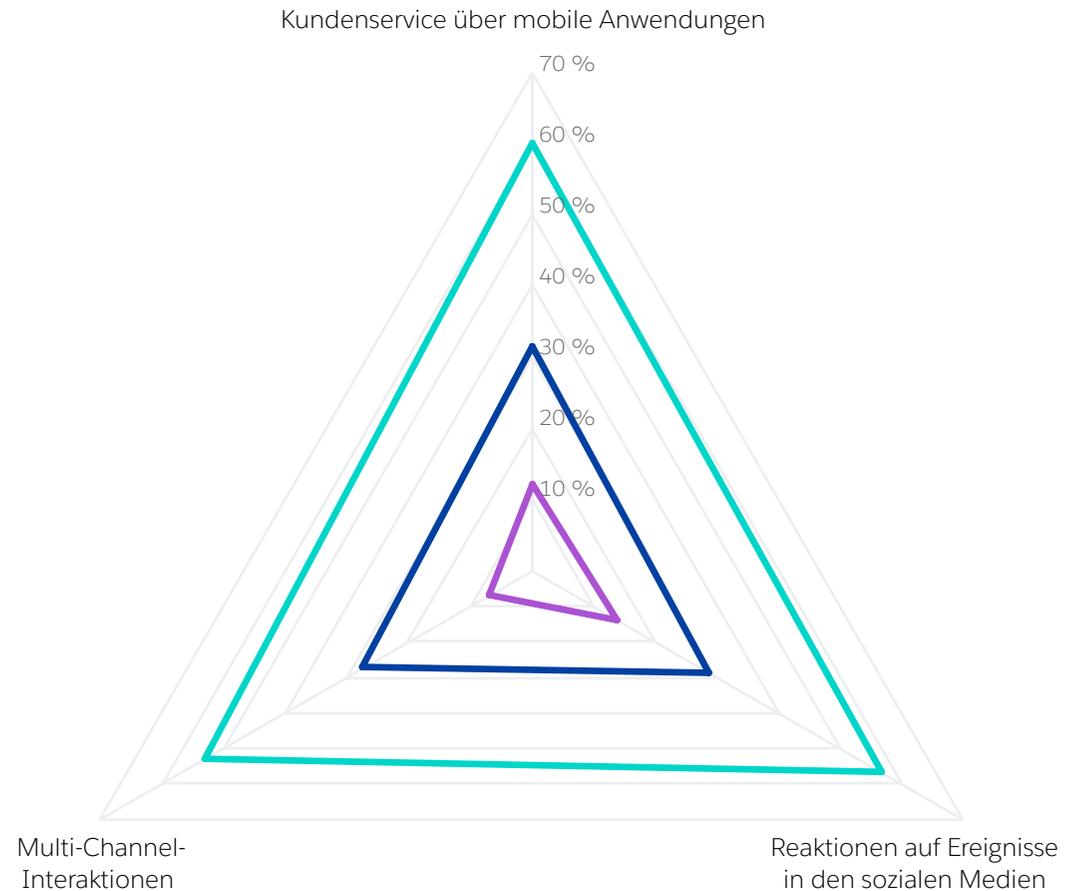
■ Wir bieten bereits heute unseren Kundenservice über eine mobile Anwendung an

■ Wir planen, innerhalb der nächsten zwei Jahre unseren Kundenservice über eine mobile Anwendung bereitzustellen



## Führende Serviceteams können über die bevorzugten Kommunikationswege der Kunden arbeiten

Im Vergleich zu leistungsschwachen Teams sind leistungsstarke Servicedienstleister mindestens viermal eher in der Lage, hervorragenden oder sehr guten Kundenservice anzubieten, auf Ereignisse in den sozialen Medien zu reagieren und auf allen Kanälen mit den Kunden in Kontakt zu treten. Das Erfüllen von Kundenanforderungen über einen bestimmten Kanal ermöglicht eine effizientere Abwicklung der Kundenanfrage.



Leistungsstarke im Vergleich zu leistungsschwachen Teams

7,6 x wahrscheinlicher, dass sie ihre Leistung als hervorragend oder sehr gut bewerten

- Leistungsstarke Teams
- Mittelmäßige Teams
- Leistungsschwache Teams

# 01 | Der Service verändert sich durch Multi-Channel-Kunden grundlegend

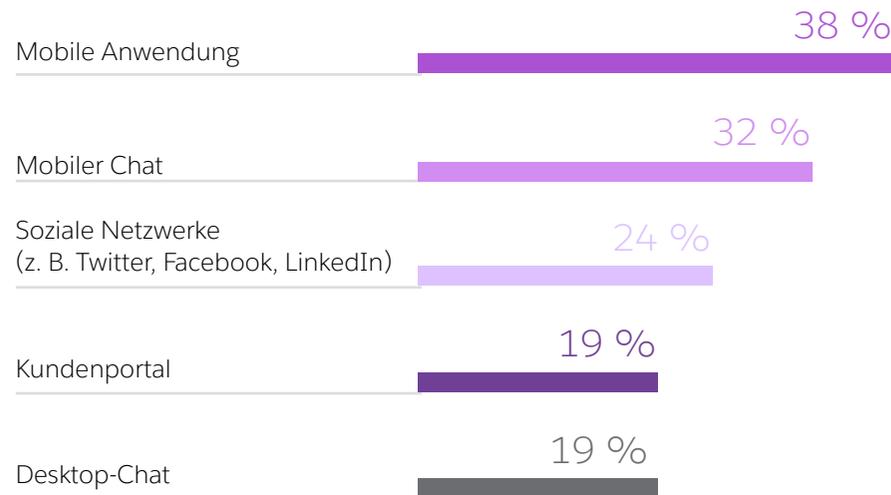
Insgesamt erwarten Serviceleiter, dass telefonische Anfragen über Festnetz in den nächsten 12 bis 18 Monaten um ca. 9 % abnehmen. Dadurch werden Multi-Channel-Interaktionen für die erfolgreiche Bearbeitung von Kundenanliegen noch wichtiger.

Serviceteams aller Leistungsstufen erwarten, dass der Anteil der Kundenkommunikation über mobile Anwendungen oder die sozialen Netzwerke am stärksten wachsen wird.

In den nächsten 12 bis 18 Monaten wird die Anzahl der Serviceanfragen, die über mobile Anwendungen, Chats oder die sozialen Netzwerke eingehen, um mehr als 20 % zunehmen.

## Mobile Anwendungen und die sozialen Netzwerke stehen auf der Liste der wachsenden Servicekanäle ganz oben

Organisationen müssen ihren Serviceansatz personalisieren und anpassen, um mit dem sich verändernden Verhalten der Kunden Schritt zu halten. Die folgende Grafik zeigt das Wachstum der wichtigsten Kundenservicekanäle in den nächsten 12 bis 18 Monaten.



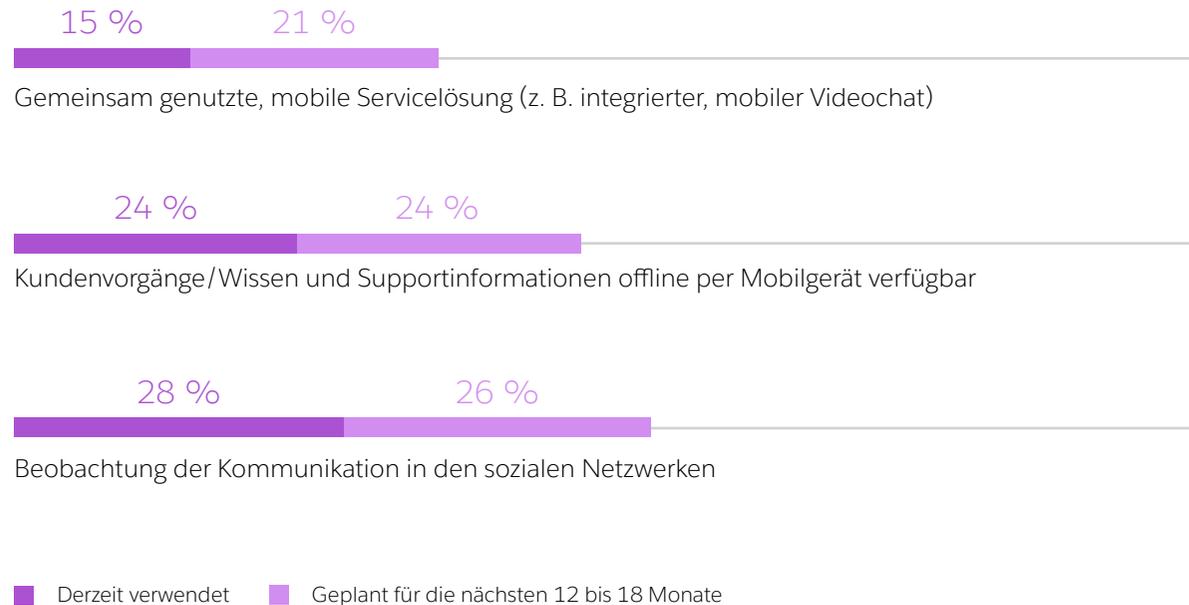
# 01 | Der Service verändert sich durch Multi-Channel-Kunden grundlegend

Aufgrund der hohen Zahl an Kundenanfragen über mobile Anwendungen, Chats und die sozialen Netzwerke erwarten Serviceexperten eine ähnliche Zunahme von Technologien, mit denen die Masse an eingehenden Anfragen bearbeitet werden kann.

Funktionen wie ein integrierter, mobiler Videochat, Kundenvorgänge offline per Mobilgerät oder die Beobachtung der Kommunikation in den sozialen Netzwerken werden in den nächsten 12 bis 18 Monaten exponentiell zunehmen.

## Serviceteams verdoppeln den Einsatz von Technologien zur Bearbeitung von Kundenanfragen über mobile Anwendungen oder die sozialen Netzwerke

*Eine Kundenerfahrung, die auf allen Kanälen gleichbleibend gut ist, ist nur mit einem modernen, vollständig vernetzten Kommunikationssystem möglich, das das Arbeitserlebnis des Servicemitarbeiters optimiert. Die folgende Grafik zeigt das zu erwartende Wachstum einiger dieser Servicetechnologien.*



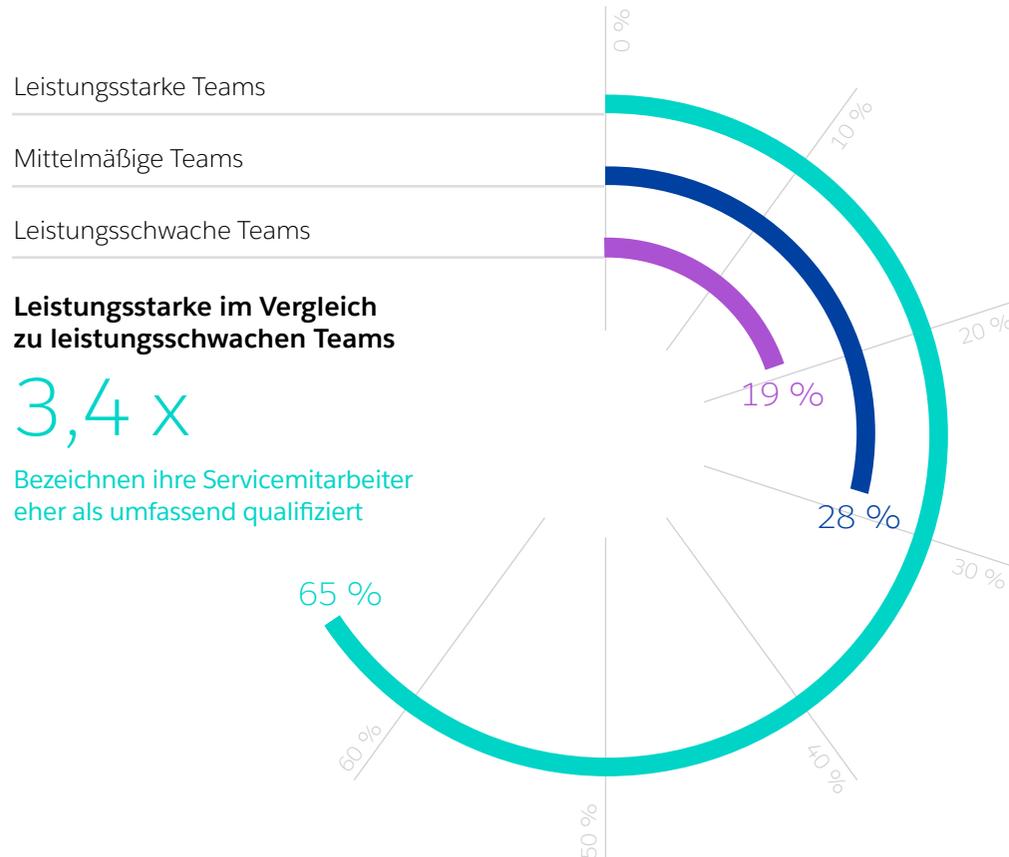
## 02 | Qualifizierte Mitarbeiter sind ein Merkmal der Top-Teams

Ein besseres Kundenerlebnis setzt ein besseres Arbeiterlebnis der Servicemitarbeiter voraus. **Top-Teams sorgen für die Qualifizierung ihrer Mitarbeiter, damit diese die Kundenanliegen zufriedenstellend lösen können.**

Indem sie ihren Servicemitarbeitern den Zugriff auf die benötigten Informationen erleichtern und sie qualifizieren, Probleme schnell zu lösen, schaffen führende Servicedienstleister die Voraussetzung für effizientere Kundeninteraktionen.

### Leistungsstarke Teams qualifizieren ihre Servicemitarbeiter, um den Kundenerfolg zu sichern

65 % der Top-Serviceteams halten ihre Servicemitarbeiter für umfassend qualifiziert, die Kunden zufriedenzustellen. Im Vergleich zu leistungsschwachen Teams bieten erfolgreiche Teams ihren Servicemitarbeitern 3,4-mal so häufig eine umfassende Qualifizierung.

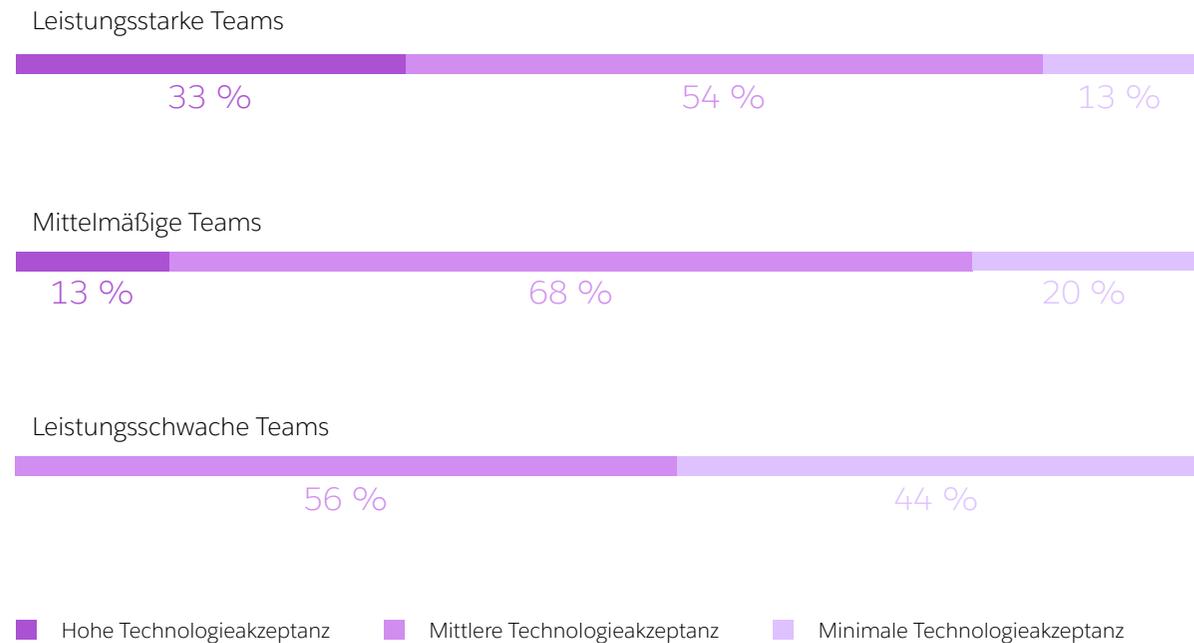


Eine wichtige Rolle bei der Stärkung der Rolle der Mitarbeiter und der Verbesserung der Kundenerfahrung spielt außerdem die Bereitstellung geeigneter technischer Lösungen. Top-Teams setzen für ihren Service und für den Aufbau einer erfolgreichen Kundenbeziehung auf Technologien.

Laut unserer Umfrage akzeptieren leistungsstarke Teams Technologien zweieinhalbmal schneller als leistungsschwache.

### Technologieakzeptanz gibt Top-Serviceteams einen Vorsprung

33 % der Top-Serviceteams weisen eine starke Technologieakzeptanz auf,\* während keines der leistungsschwachen Teams in diese Kategorie fällt. Die folgende Grafik zeigt die Verteilung der Serviceteams nach Technologieakzeptanz.



\*Zur hohen oder minimalen Technologieakzeptanz zählen die Teams, die über oder unter der Standardabweichung 1 des Mittelwerts der aktuell genutzten Einsatzgebiete liegen. Weitere Informationen zur Verteilung des Technologieeinsatzes finden Sie im Anhang.

## SPOTLIGHT

### Wearables und integrierter Service verändern die Kundenerfahrung

Eine Uhr, ein Auto oder ein Kleidungsstück, die ihren Kundenservice direkt integriert haben. Das ist keine Zukunftsmusik mehr. Dieser aktuelle Trend verändert das herkömmliche Kundenserviceangebot.

Um die Auswirkungen auf den Kundenservice besser zu verstehen, testete eine neue Untersuchung von Salesforce Research den Einsatz von Wearables am Arbeitsplatz. Die Daten der Untersuchung stammen aus einer Umfrage aus dem Jahr 2015 unter 500 Serviceexperten, die angaben, Wearables im Unternehmen zu nutzen, zu testen oder dies zu planen.

Details zum Einsatz von Wearables finden Sie im Bericht „Putting Wearables to Work“ auf [www.salesforce.com/wearablesreport](http://www.salesforce.com/wearablesreport).

69 %

der Serviceteams geben an, dass Wearables für den zukünftigen Unternehmenserfolg von strategischer Bedeutung sind oder sein werden.

81 %

der Serviceteams nutzen aktuell Wearables in irgendeiner Form oder planen, dies in den nächsten zwei Jahren zu tun.

71 %

der Serviceteams, die Wearables nutzen oder dies planen, werden ihre Ausgaben in den nächsten zwölf Monaten erhöhen.

*Serviceteams beschäftigen sich bereits heute mit möglichen Einsatzgebieten wie Kundenbeschwerden, die Verteilung von Kundenanfragen, den sicheren Zugriff auf den virtuellen Arbeitsplatz sowie Treue- und Prämienprogramme. Die folgende Grafik zeigt die Verteilung der Serviceteams, die Wearables für diese Zwecke nutzen.*

20 %

Kundenbeschwerden und Verteilung von Kundenservicevorgängen

19 %

Sicherer Zugriff auf den virtuellen Arbeitsplatz

19 %

Treue-/Prämienprogramme

19 %

Integriertes Shopping-Erlebnis

# 03 | Proaktiver Support auf Grundlage intelligenter Technologien ist im Kommen

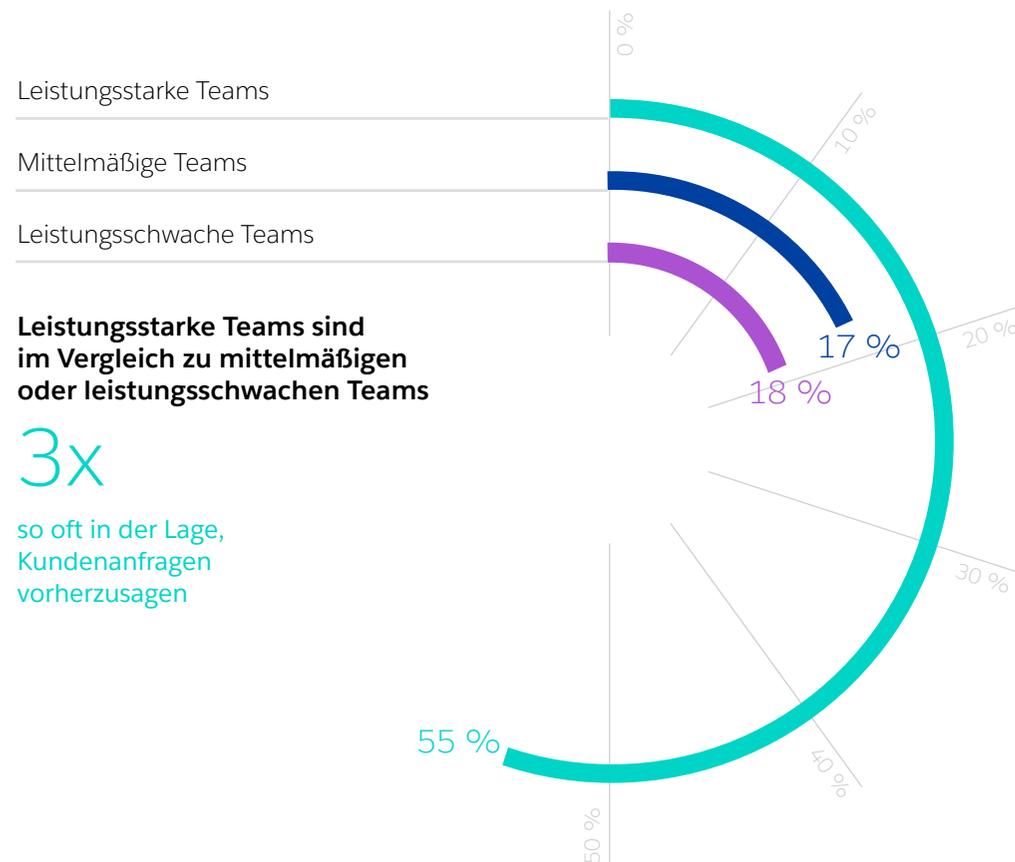
Servicedienstleister verwenden zunehmend innovative Technologien, um entscheidungsrelevante Einblicke zu erhalten, Kundenanforderungen vorherzusehen und um sowohl eine effizientere Anrufverteilung als auch einen schnelleren Zugriff auf vergangene Kundenvorgänge bereitzustellen. Ein proaktiver Ansatz führt zu einer intelligenteren Zuordnung von Servicefällen zu Mitarbeitern, zu besser informierten Servicemitarbeitern und damit zu stärker personalisierten Kundeninteraktionen.

Leistungsstarke Serviceteams können Kundenserviceanforderungen besser vorhersehen.

**Das Ergebnis: Sie verstehen, dass proaktiver Kundenservice der Schlüssel zum Erfolg ist.**

## Top-Teams können Kundenanfragen hervorragend vorhersehen

Leistungsstarke Serviceteams nutzen die Möglichkeiten eines vorausschauenden Kundenservices. 55 % der leistungsstarken Teams geben an, dass sie Kundenanfragen in über 80 % der Fälle vorherzusagen können – dreimal häufiger als die anderen Teams.



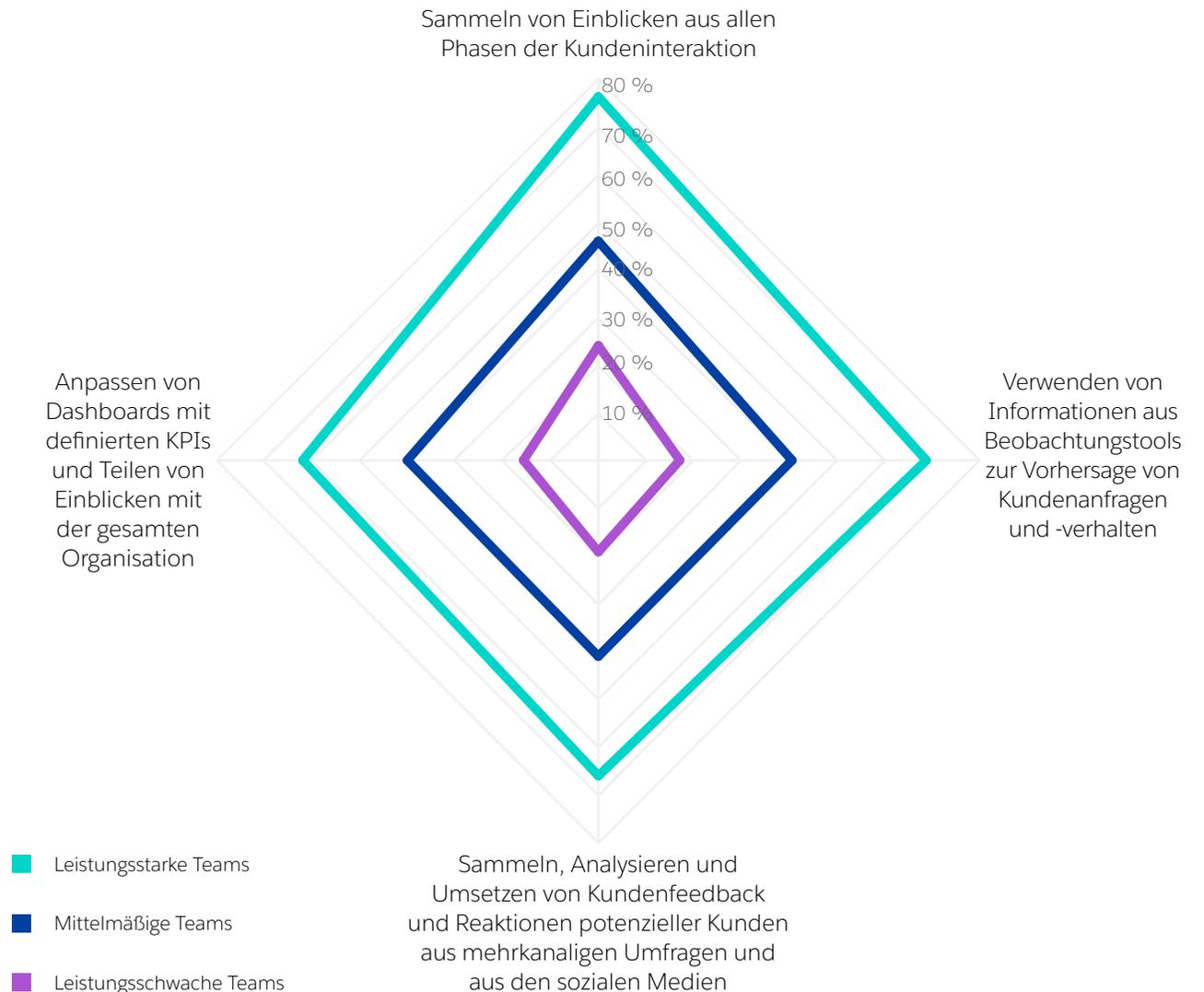
**Leistungsstarke Teams sind im Vergleich zu mittelmäßigen oder leistungsschwachen Teams**

**3x**

so oft in der Lage, Kundenanfragen vorherzusagen

## Analysen ermöglichen Servicemitarbeitern bessere Einblicke

Die besten Serviceteams sind im Vergleich zu leistungsschwachen Teams dreimal so oft hervorragend oder sehr gut in der Verwendung von Analysen. Außerdem sind sie 3,9-mal so oft hervorragend oder sehr gut darin, Dashboards anzupassen, um KPIs zu verfolgen und Leistungskennzahlen in der gesamten Organisation zu koordinieren – und zwar sowohl die Führungskräfte als auch die Mitarbeiter im Kundenkontakt.



Die besten Serviceteams wissen, dass Analysen nicht nur dazu beitragen, der gesamten Organisation einen umfassenden Überblick über den Kunden zu bieten, sondern dass sie Serviceteams außerdem in die Lage versetzen, schneller und intelligenter zu arbeiten.

Leistungsstarke Teams verwenden 3,6-mal häufiger als leistungsschwache Teams intelligente Technologien wie vorausschauende Analysen für ihren Kundenservice.



## Leistungsstarke Teams nutzen neue Technologien, um proaktiven Kundenservice bereitzustellen

*Top-Serviceteams erhalten entscheidungsrelevante Einblicke mit vorausschauenden Analysen oder Next Best Action-Tools. Leistungsschwache Serviceteams bemühen sich, aufzuholen. Sie planen, in den nächsten 12 bis 18 Monaten den Einsatz von Technologien wie vorausschauenden Analysen um 287 % zu erhöhen.*

Leistungsstarke Teams



Mittelmäßige Teams



Leistungsschwache Teams



■ Derzeit verwendet ■ Geplant für die nächsten 12 bis 18 Monate

# 04 | Die veränderte Kundendenkweise löst einen Run auf Self-Service-Optionen aus

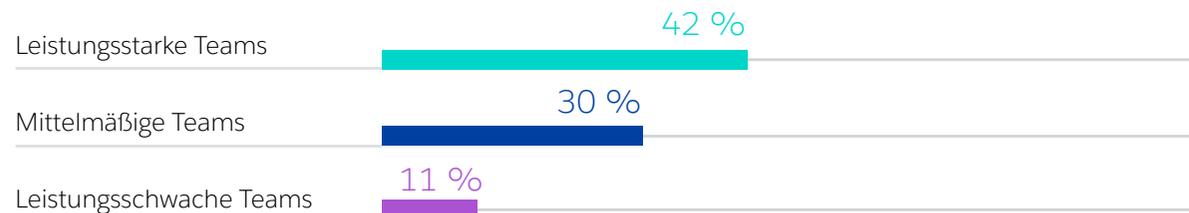
In einer Zeit, in der Suchmaschinen allgegenwärtig sind, sind Kunden daran gewöhnt, online Antworten schnell und auf fast jede Frage zu bekommen. Wenn diese selbstbewussten Kunden Servicefragen haben, versuchen sie meistens, selbst die Antworten zu finden. Dennoch ist das Fehlen eines Self-Service-Angebots immer noch – wie in der Einführung gezeigt – die drittgrößte Herausforderung, der sich Kundenserviceteams gegenübersehen (40 %).

Leistungsstarke Teams wissen bereits: Selbsthilfe-Optionen für Kunden bieten einen doppelten Vorteil. Die Kunden finden schnell und ohne großen Aufwand Antworten. Die Servicemitarbeiter erhalten weniger Anrufe, sodass sie mehr Zeit für komplexe Vorgänge haben.

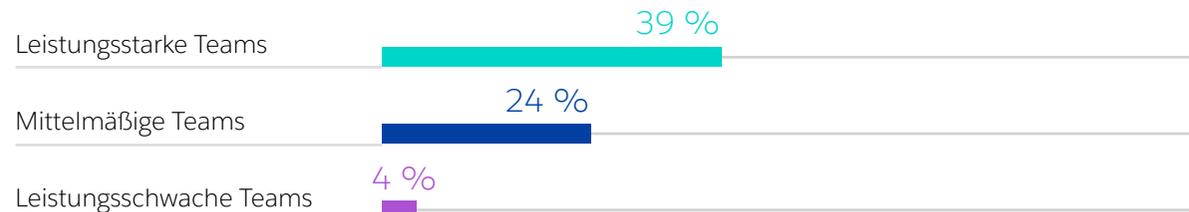
## Leistungsstarke Teams nutzen die Vorteile von Community-Management und Self-Service-Portalen

*Kunden möchten heute in der Lage sein, Antworten selbst zu finden, ohne ein Servicecenter zu kontaktieren. Top-Serviceteams bieten viermal häufiger als leistungsschwache Teams ein Self-Service-Portal an. Außerdem widmen sie sich fast elfmal so oft dem Aufbau und der Verwaltung von Online-Communities.*

### Aktueller Einsatz von Self-Service-Portalen (in Prozent):

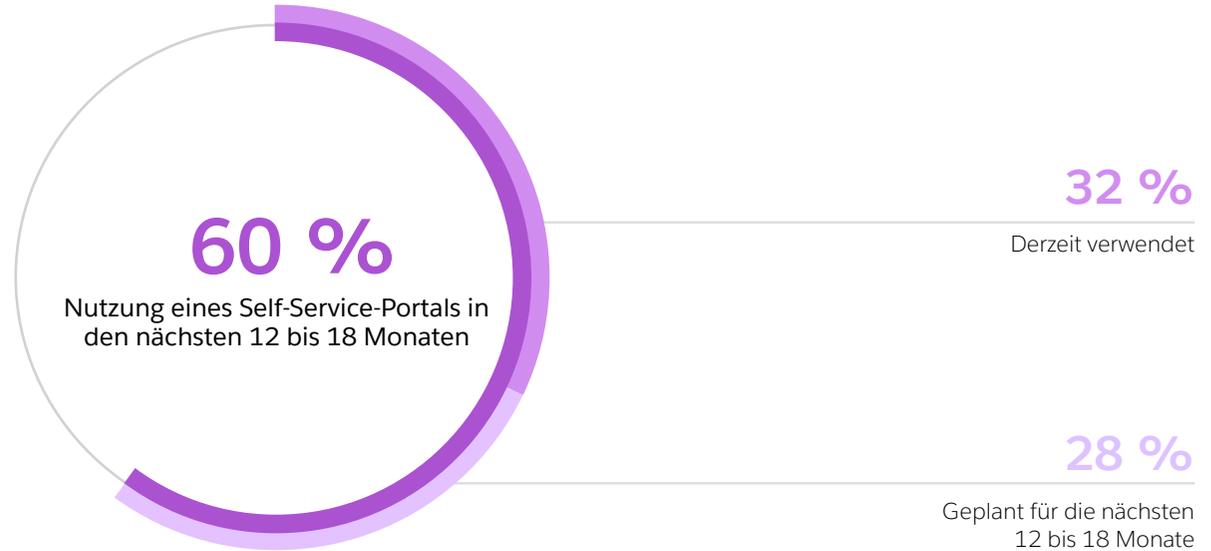


### Aktueller Einsatz einer Online-Community (in Prozent):



## Serviceteams aller Niveaus richten mehr Benutzer-Communities für den Self-Service ein

Ein Anstieg des Einsatzes von Self-Service-Portalen und Community-Aufbau/-Verwaltung um 89 % bzw. 115 % ist in den nächsten 12 bis 18 Monaten zu erwarten. Communities nutzen die Vorteile von Zusammenarbeit und Crowdsourcing, die bereits ein selbstverständlicher Teil des Online-Verhaltens von Verbrauchern sind.



## SPOTLIGHT

### Die Generation Y bevorzugt Self-Service und Online-Support

34 % der Millennials sagen, dass sie lieber zur professionellen Zahnreinigung gehen, als bei einem Kundenservice anzurufen. Diese Aussage stammt aus einem aktuellen Bericht von Desk.com von Salesforce, [„Crossing the Generational Divide: Providing Customer Service for Today’s Consumers.“](#) 39 % der Millennials sehen laut der Studie bei einer Frage zuerst in den FAQ des jeweiligen Unternehmens nach. Dies zeigt, dass sie es deutlich bevorzugen, Antworten selbst zu finden.



# Fazit: Was zeichnet ein herausragendes Serviceteam im Jahr 2015 aus?



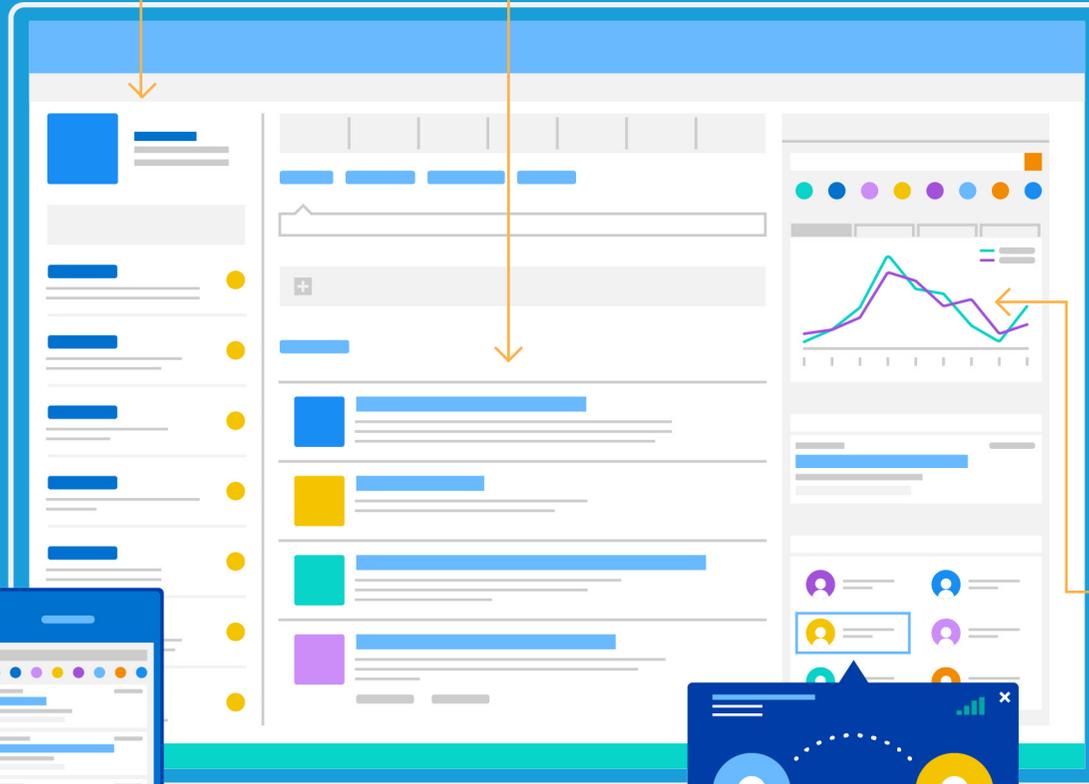
## Servicemitarbeiter durch Technologien unterstützen

Leistungsstarke Serviceteams wissen, dass das Arbeiterlebnis der Servicemitarbeiter die Grundlage des Kundenerlebnisses bildet. Daher legen sie viel Wert darauf, dass der Mitarbeiter die notwendigen Tools an der Hand hat, um die Anfragen der Kunden zufriedenstellend zu lösen – und damit ein gutes Kundenerlebnis zu schaffen.



## Über die bevorzugten Kommunikationswege der Kunden arbeiten

Leistungsstarke Serviceteams bieten Service genau zur richtigen Zeit und am richtigen Ort – egal, was die Kunden erwarten oder welches Gerät sie benutzen. Statt der alten Denkweise „der Kunde kommt zum Service“ zu folgen, wissen die Top-Teams, dass sie flexibel sein und auf die Wünschen der heutigen Kunden eingehen müssen.



## Self-Service-Lösung bereitstellen

Leistungsstarke Serviceteams wissen, dass es um Geschwindigkeit geht – und sie tun alles dafür. Sie ermöglichen es den Kunden, Antworten schnell selbst zu finden.



## Service intelligent organisieren

Leistungsstarke Serviceteams investieren in Analysetools, um intelligentere Zuordnungen von Servicefällen zu Mitarbeitern zu erreichen. Dadurch können die Mitarbeiter im Endeffekt effizienter arbeiten und die Kunden fühlen sich persönlicher angesprochen.

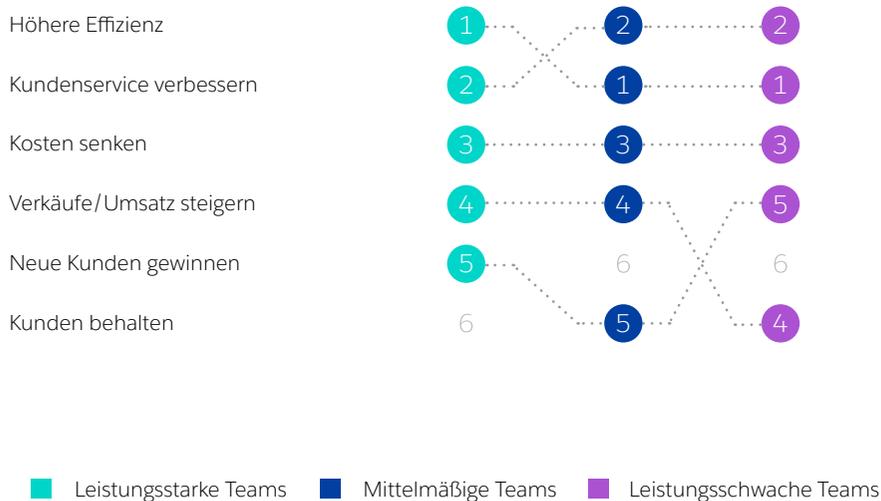


## Erfolg im Team erreichen

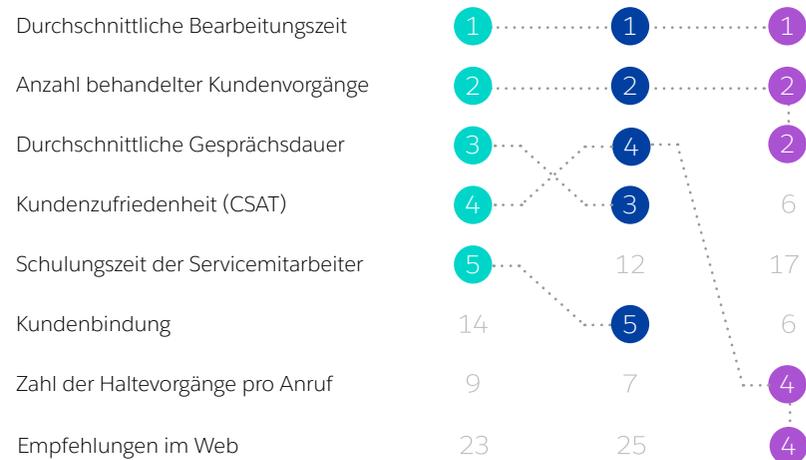
Leistungsstarke Serviceteams betrachten den Kundenservice fast doppelt so oft als Verantwortung des gesamten Unternehmens.

# Anhang A: Kriterien, nach denen Teamleiter heute Erfolg definieren

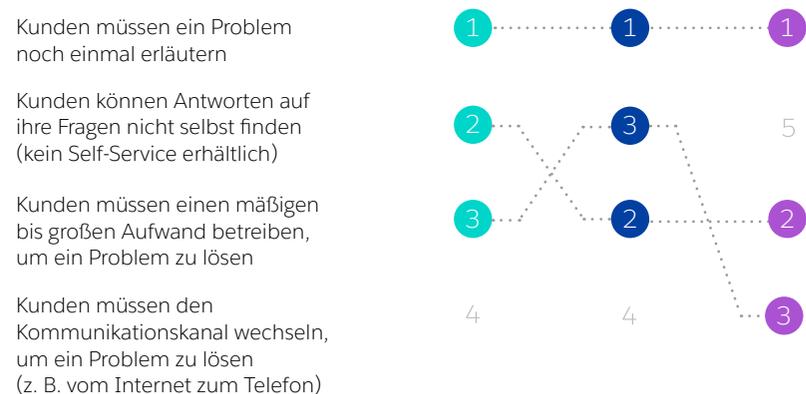
**Die Verbesserung der Effizienz und des Kundenservice haben höchste Priorität.** So bewerten Serviceleiter auf den einzelnen Leistungsstufen die wichtigsten Ziele.



**An erster Stelle steht die Bearbeitungszeit.** So bewerten Serviceleiter auf den einzelnen Leistungsstufen ihre wichtigsten Kennzahlen.

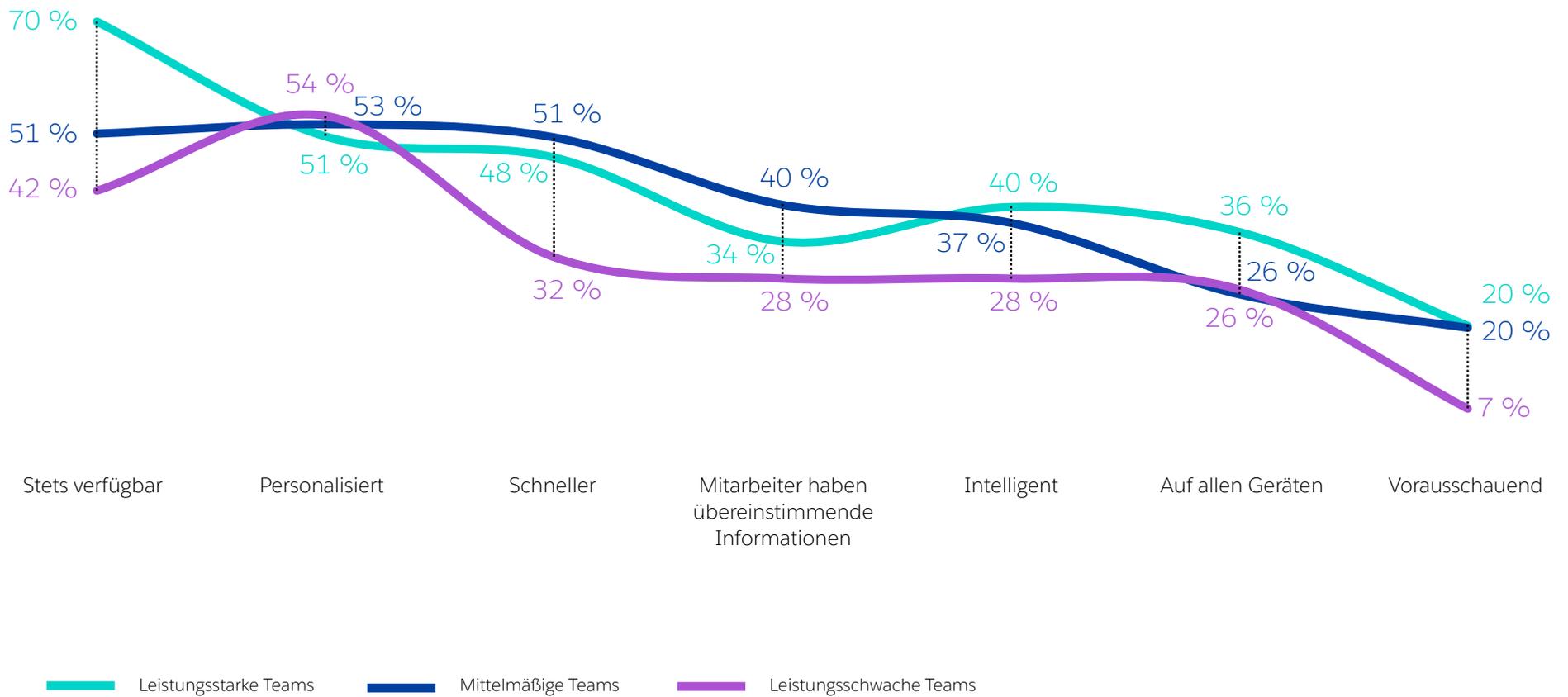


**Serviceleiter bemühen sich um effizientere Klärung und Lösung von Problemen.** So bewerten Serviceleiter auf den einzelnen Leistungsstufen ihre wichtigsten Herausforderungen.

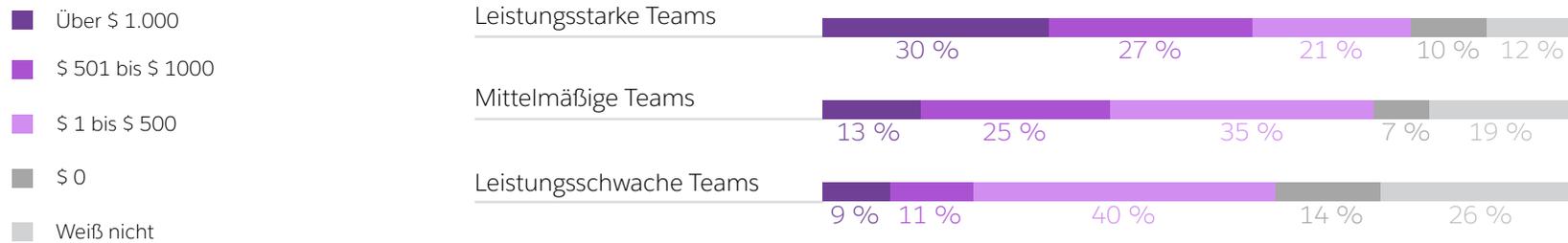


# Anhang A: Kriterien, nach denen Teamleiter heute Erfolg definieren

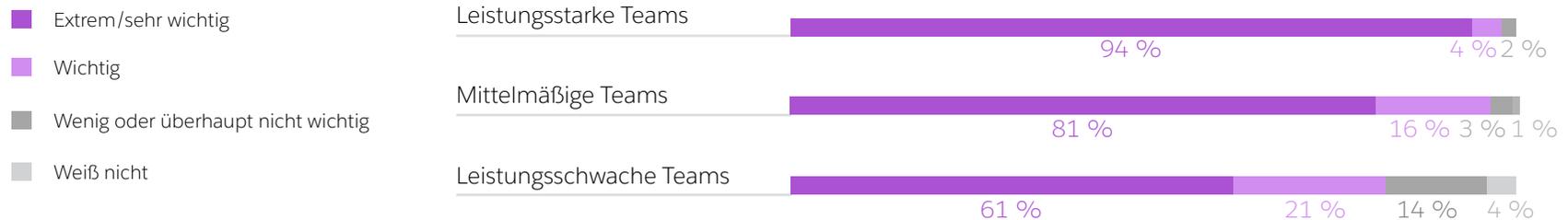
**Die Kundenerfahrung hat Priorität.** Serviceteams, die das Gewicht auf stets verfügbaren, personalisierten und schnelleren Service legen, wissen, wie wichtig die Kundenerfahrung ist. Die folgende Darstellung zeigt die Serviceprioritäten nach Leistungsstufe.



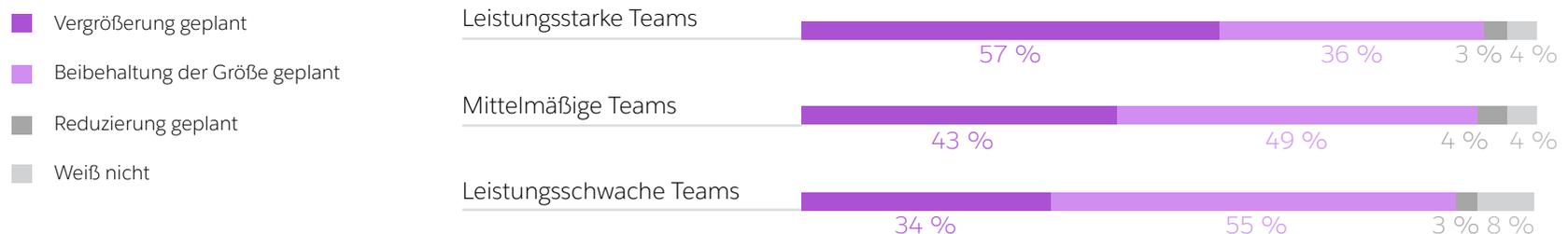
**Leistungsstarke Teams investieren in Schulungen.** Unternehmen mit leistungsstarken Serviceteams investieren dreimal so oft wie leistungsschwache Teams mindestens 500 US-Dollar in jährliche Schulung. Die folgende Grafik zeigt die Schulungsbudgets nach Leistung.



**Leistungsstarke Teams legen Wert auf Mitarbeiterzufriedenheit.** So bewerten Teamleiter auf den einzelnen Leistungsstufen die Mitarbeiterzufriedenheit.

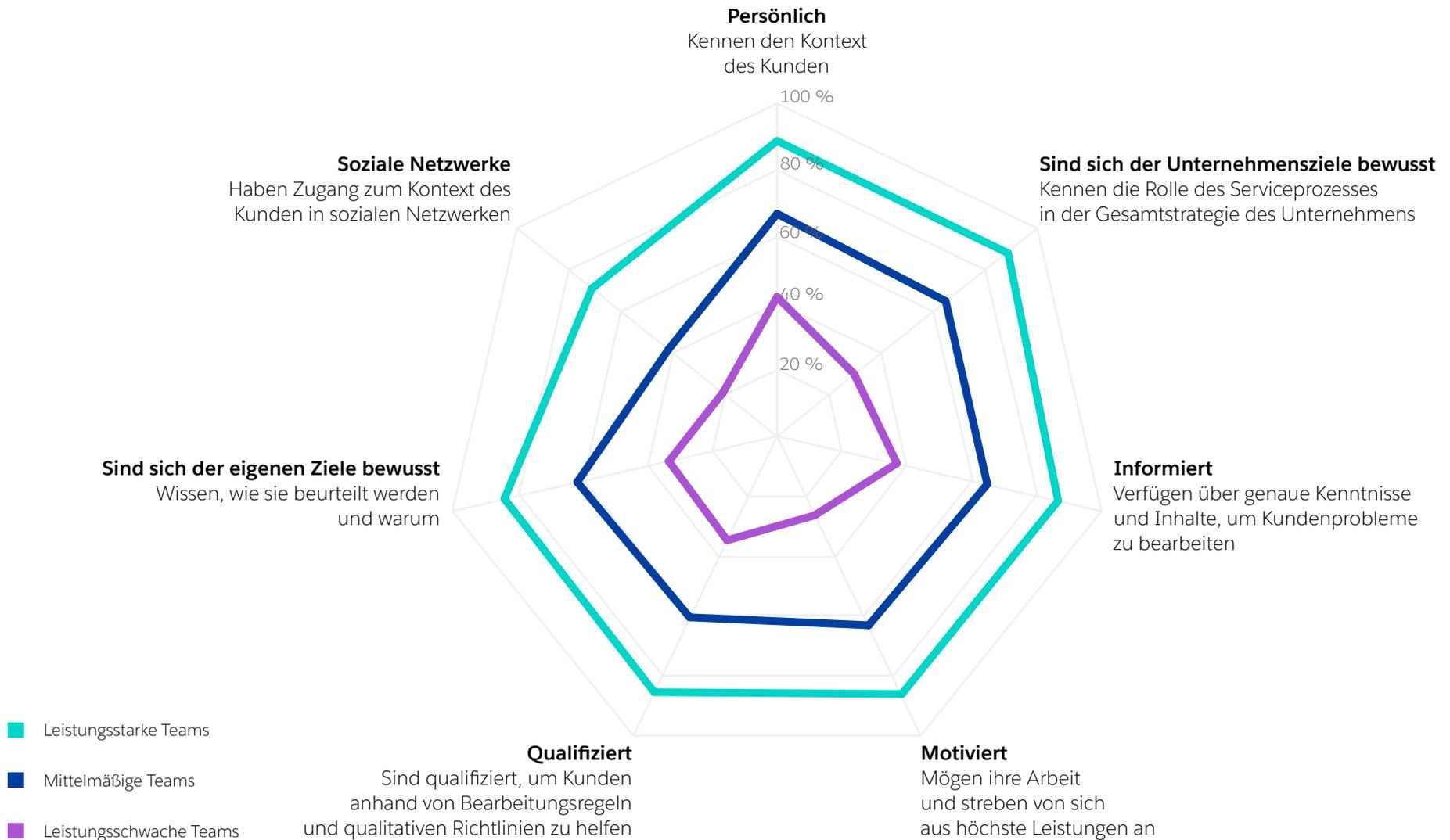


**Mehr als die Hälfte der Top-Tams plant, mehr Mitarbeiter einzustellen.** So planen Serviceleiter auf den einzelnen Leistungsstufen die Vergrößerung ihrer Serviceteams.



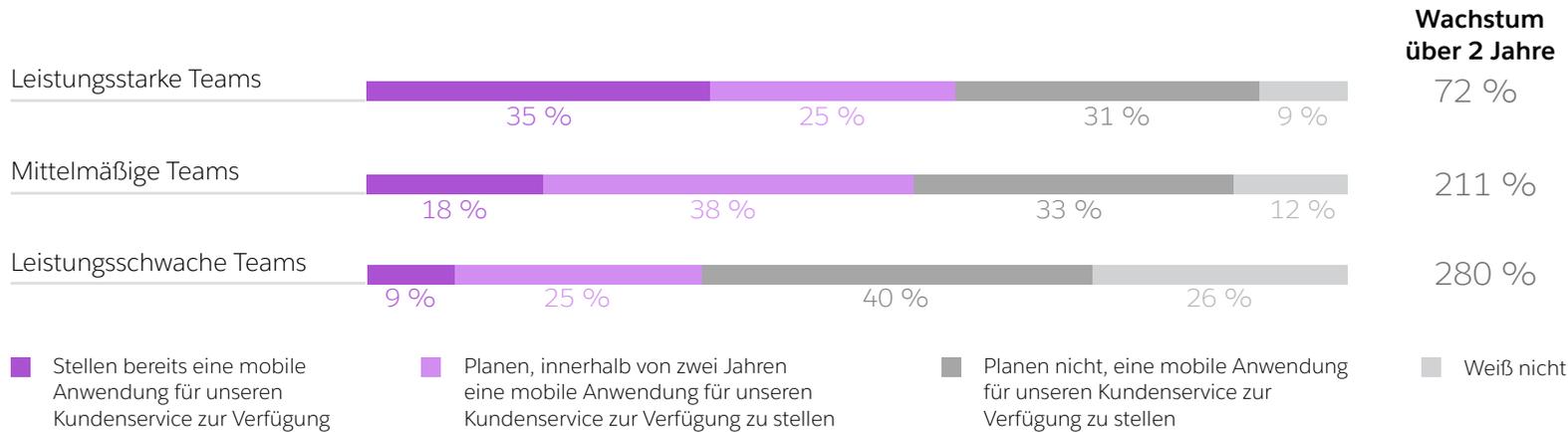
# Anhang A: Kriterien, nach denen Teamleiter heute Erfolg definieren

**Die besten Teams setzen informierte, motivierte und qualifizierte Servicemitarbeiter ein.** So bewerten Serviceleiter auf den einzelnen Leistungsstufen ihre Eigenschaften:

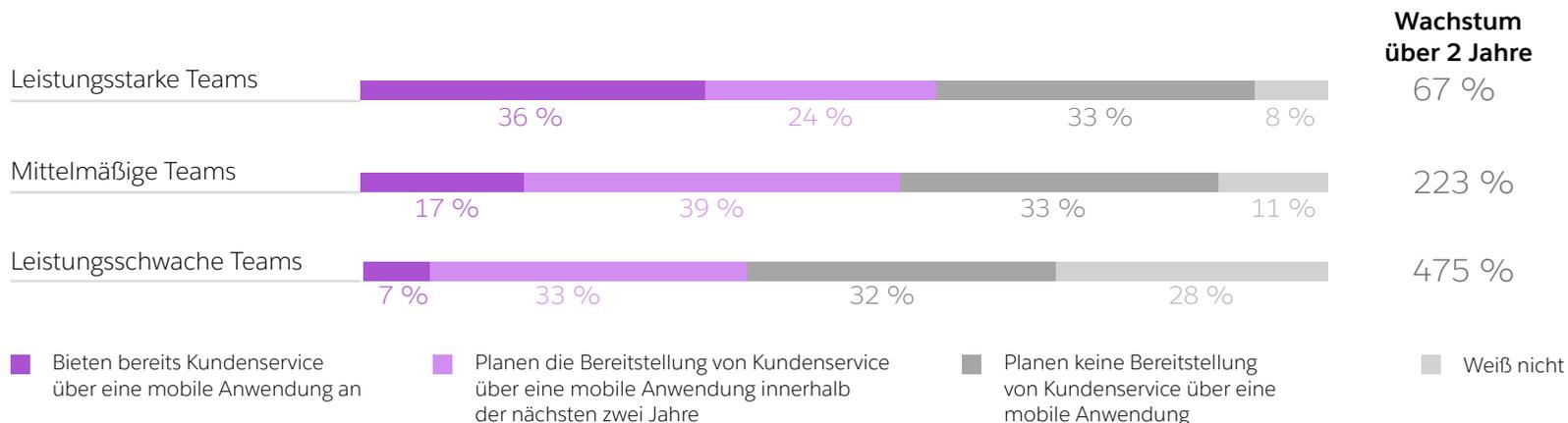


# Anhang B: Der Service verändert sich durch Multi-Channel-Kunden grundlegend

**Serviceteams planen, Service- und Außendienstmitarbeiter mit mobilen Anwendungen auszustatten, damit sie effizienteren Support anbieten können.** Insgesamt geben 56 % der Serviceexperten an, dass sie zurzeit mobile Anwendungen für ihre Kundenservice- und/oder Außendienstmitarbeiter bereitstellen oder dies innerhalb der nächsten zwei Jahre planen. Wir erwarten in den nächsten zwei Jahren einen unglaublichen Anstieg mit über 200 % Wachstum bei mittelmäßigen und leistungsschwachen Serviceteams, wie unten gezeigt.



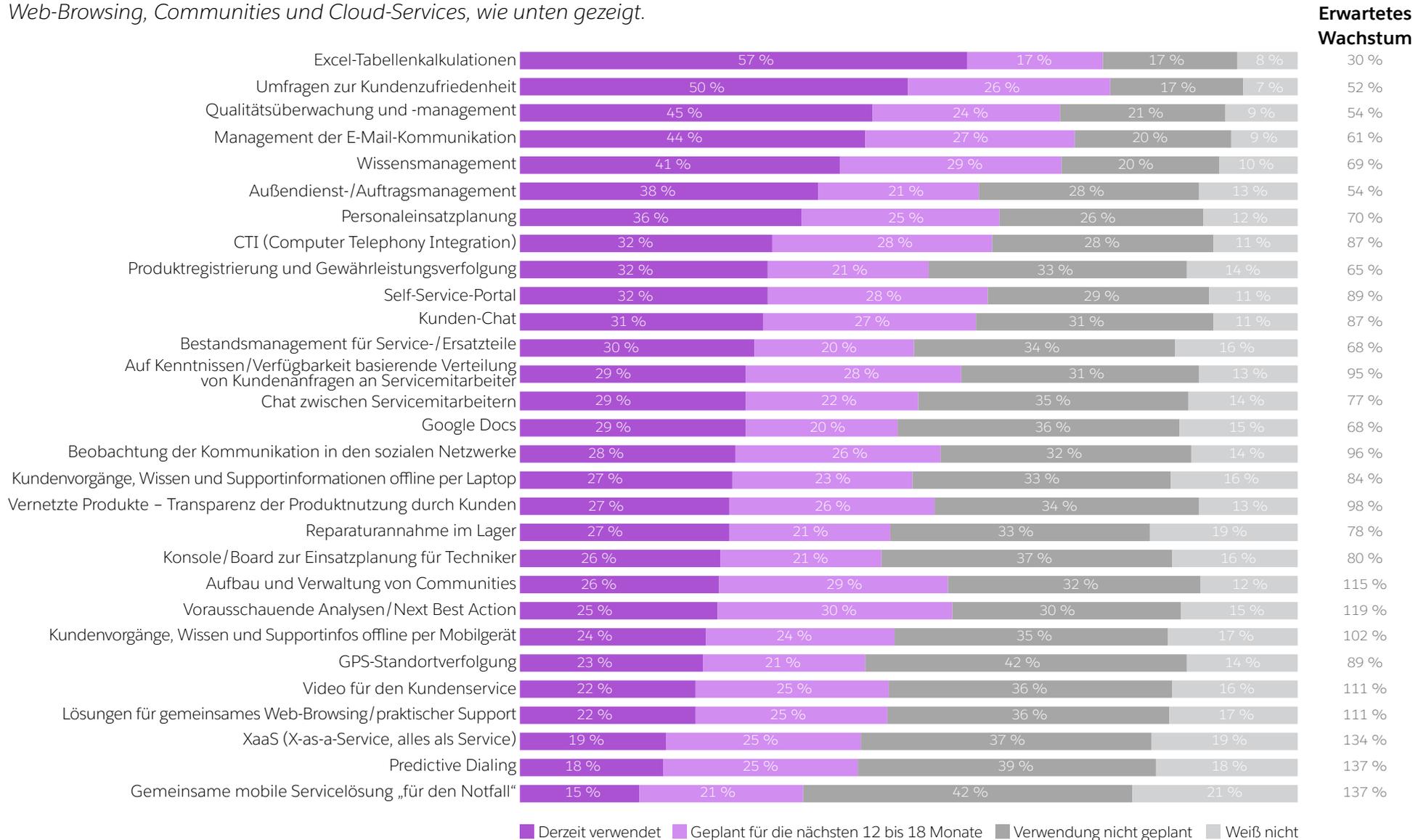
**In den nächsten zwei Jahren wird es einen exponentiellen Anstieg von mobilen Anwendungen für den Service geben.** So planen Serviceleiter auf den einzelnen Leistungsstufen die stärkere Verwendung von mobilen Anwendungen für den Service:



# Anhang B: Der Service verändert sich durch Multi-Channel-Kunden grundlegend

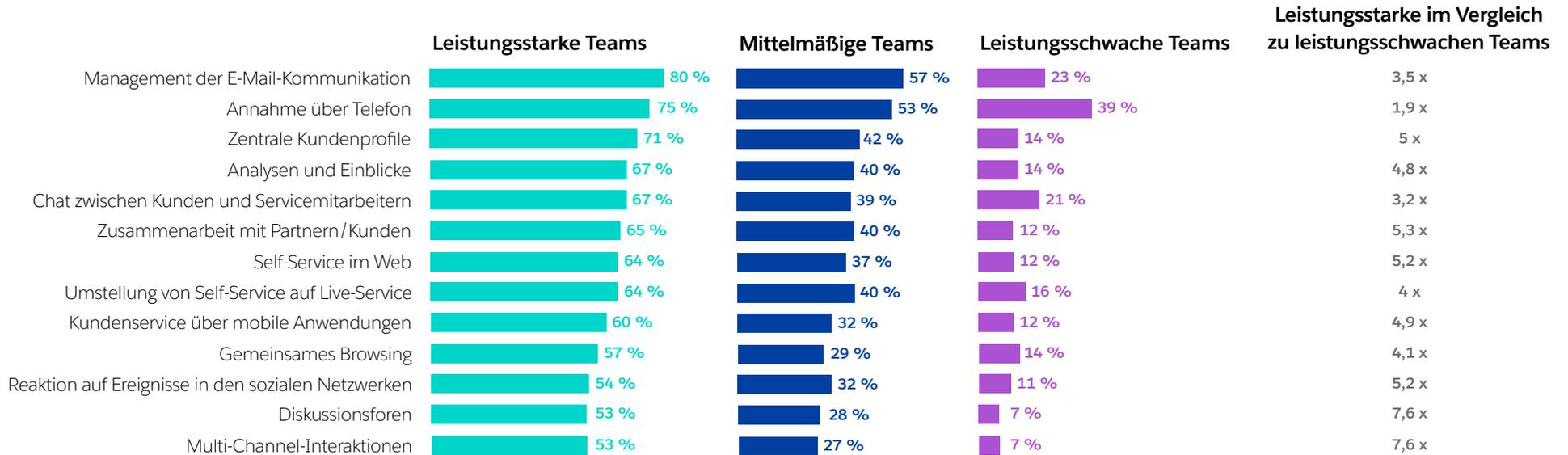
## Serviceleiter erwarten ein zweistelliges Wachstum von Funktionen, die individuelle Kundeninteraktionen beschleunigen.

Wichtige Wachstumsbereiche für die nächsten 12 bis 18 Monate sind vorausschauende Funktionen, mobile Lösungen, gemeinsames Web-Browsing, Communities und Cloud-Services, wie unten gezeigt.



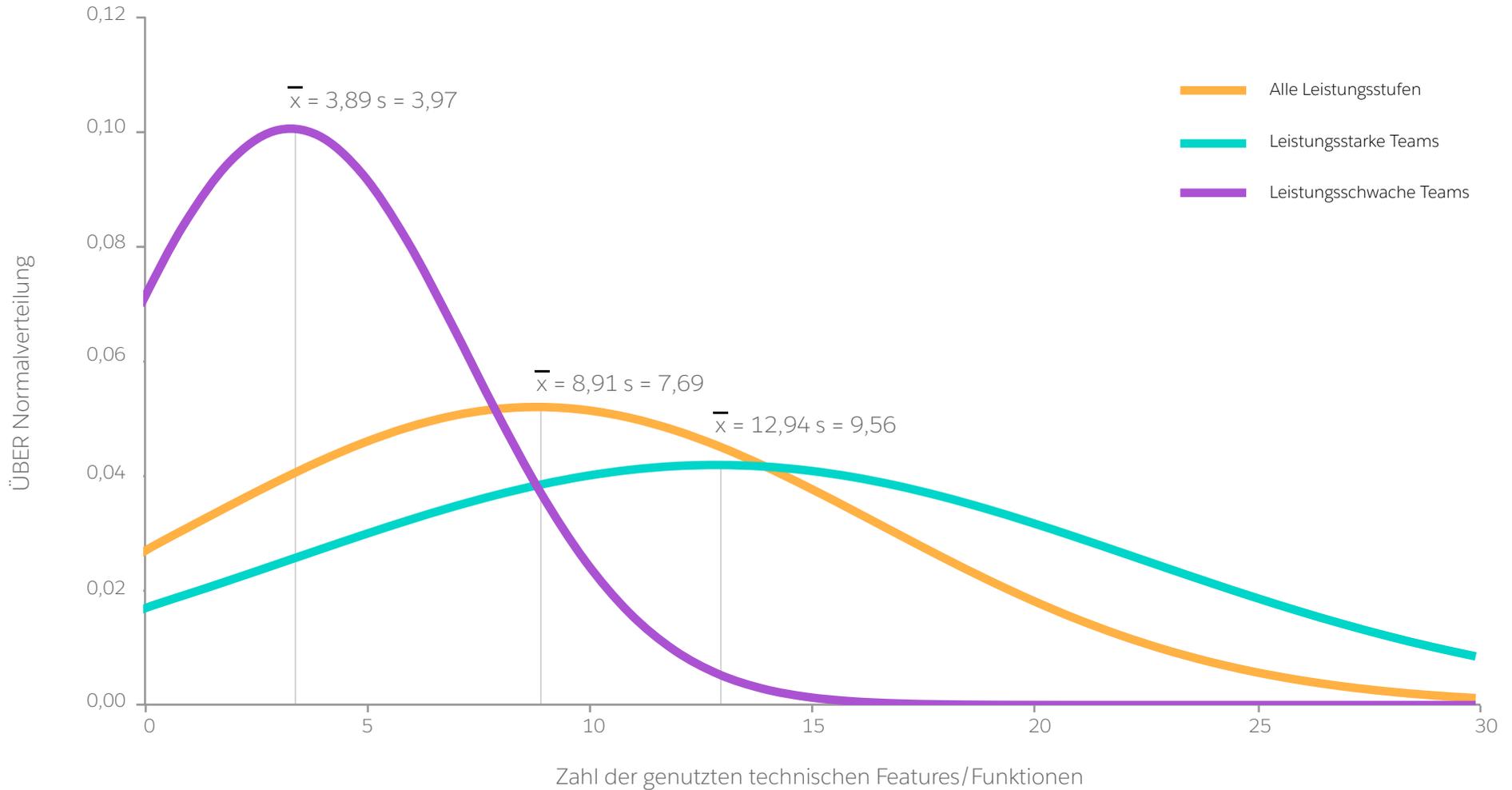
# Anhang B: Der Service verändert sich durch Multi-Channel-Kunden grundlegend

**Angesichts so vieler Möglichkeiten, mit Kunden in Verbindung zu treten, konzentrieren Serviceteams ihre Leistung häufig auf einen oder zwei Wege und vernachlässigen die anderen.** Leistungsstarke Serviceteams beurteilen ihre Diskussionsforen- und Multi-Channel-Interaktionen fast achtmal so oft wie leistungsschwache Teams als hervorragend oder sehr gut.



# Anhang C: Qualifizierte Mitarbeiter sind ein Merkmal der Top-Teams

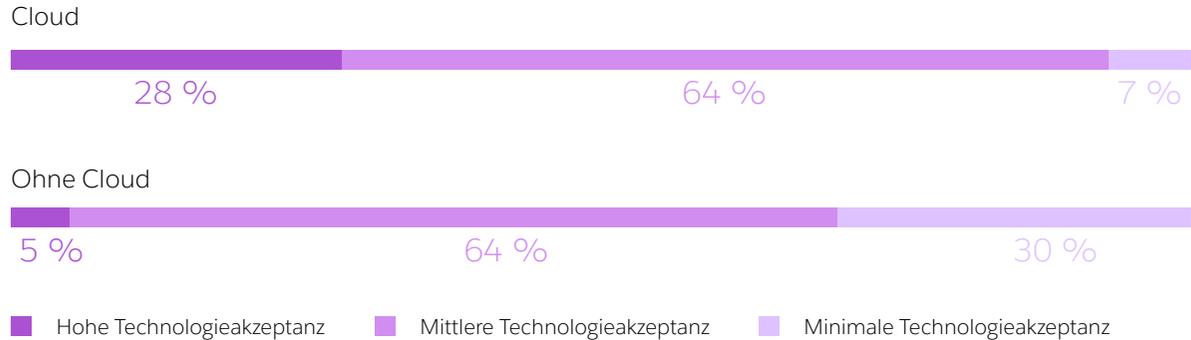
**Leistungsstarke Teams haben eher eine stark ausgeprägte Technologieakzeptanz.\*** Die folgende Grafik zeigt die Verteilung der Technologieakzeptanz nach Leistungsstufe.



\* Zur hohen oder minimalen Technologieakzeptanz zählen die Teams, die über oder unter der Standardabweichung 1 des Mittelwerts der aktuell genutzten Einsatzgebiete liegen.

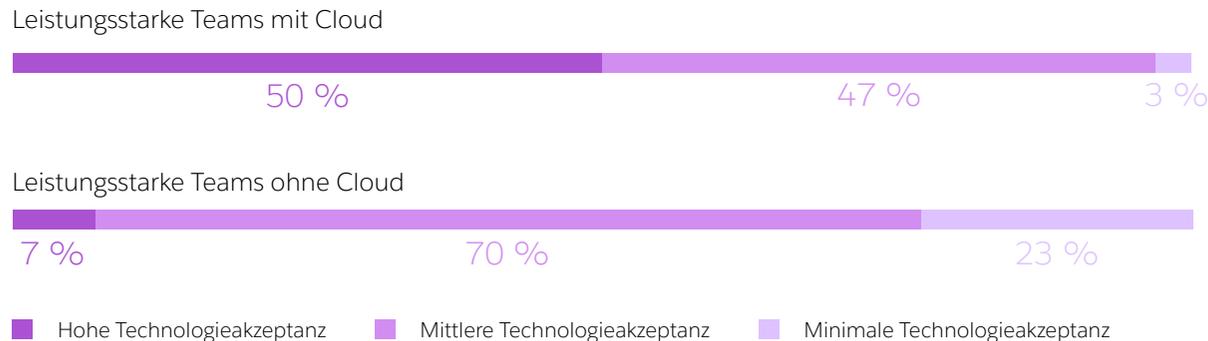
# Anhang C: Qualifizierte Mitarbeiter sind ein Merkmal der Top-Teams

**Teams, die Cloud-Lösungen nutzen, haben häufiger eine stark ausgeprägte Technologieakzeptanz.\*** *Cloud-Nutzer haben 5,2-mal häufiger eine stark ausgeprägte Technologieakzeptanz als Teams, die keine Cloud nutzen.*



\* Zur hohen oder minimalen Technologieakzeptanz zählen die Teams, die über oder unter der Standardabweichung 1 des Mittelwerts der aktuell genutzten Einsatzgebiete liegen.

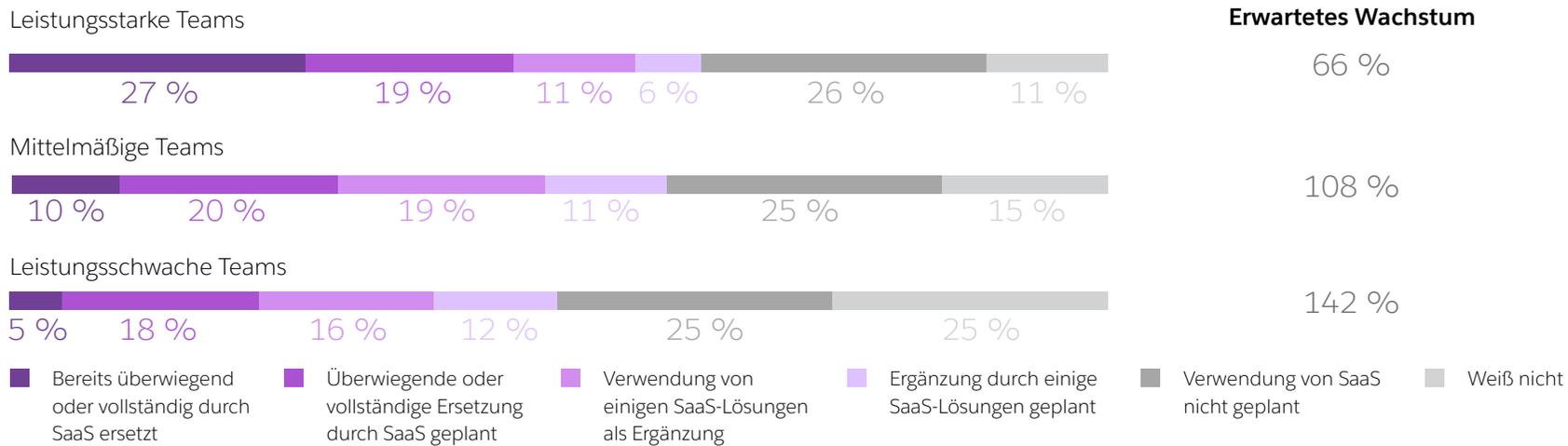
**Cloud-Lösungen bieten leistungsstarken Teams mehr Zugriff auf Service-Funktionen.** *Die folgende Grafik zeigt den Unterschied hinsichtlich der Technologieakzeptanz zwischen leistungsstarken Teams, die überwiegend Cloud-Lösungen nutzen, und leistungsstarken Teams, die keine Cloud-Lösungen nutzen. Unter den Top-Serviceteams haben Cloud-Nutzer 12-mal häufiger eine stark ausgeprägte Technologieakzeptanz als Teams, die keine Cloud nutzen.\**



\* Zur hohen oder minimalen Technologieakzeptanz zählen die Teams, die über oder unter der Standardabweichung 1 des Mittelwerts der aktuell genutzten Einsatzgebiete liegen.

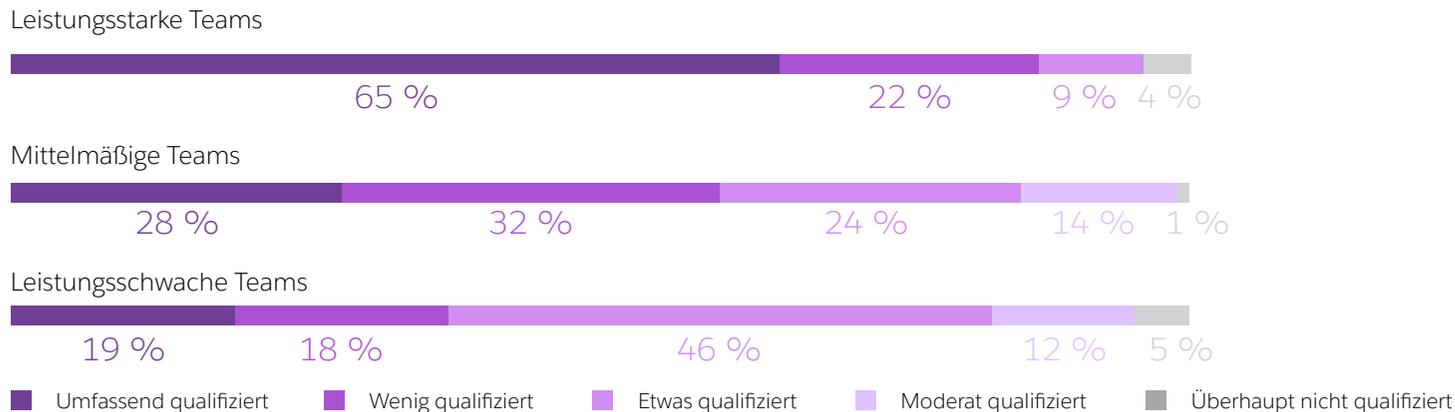
# Anhang C: Qualifizierte Mitarbeiter sind ein Merkmal der Top-Teams

**Cloud-Nutzung nimmt zu.** Leistungsstarke Teams greifen 5,1-mal häufiger überwiegend auf Cloud-Lösungen zurück. Voraussichtlich wird die Cloud-Nutzung durch leistungsschwache und mittelmäßige Teams in den nächsten zwei Jahren wesentlich zunehmen, wie weiter unten nach Leistungsstufe gezeigt.



**Leistungsstarke Teams geben ihren Servicemitarbeitern alle Mittel an die Hand, um erfolgreich mit den Kunden zu interagieren.**

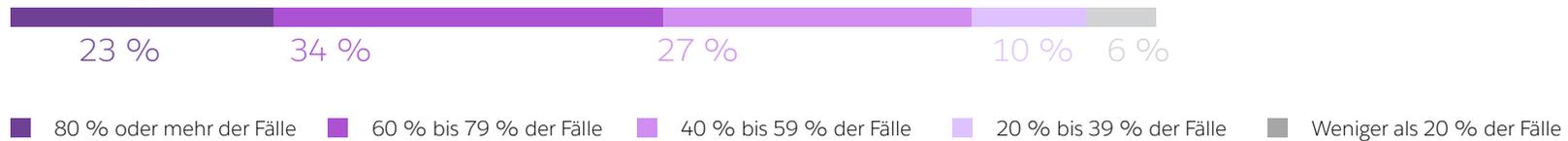
Die folgende Grafik zeigt – aufgeschlüsselt nach Leistungsstufen – wie gut qualifiziert sich Kundenserviceleiter empfinden.



# Anhang D: Proaktiver Support auf Grundlage intelligenter Technologien ist im Kommen

**Das Verstehen der Kundenanfragen, bevor sie gestellt werden, kann zu einer höheren Erfolgsquote bei den Kunden führen.** Zurzeit können nur 23 % der Serviceteams Kundenanfragen in mindestens 80 % der Fälle anhand von Daten, Erfahrung und Analysen vorhersagen, bevor sie gestellt werden. Die folgende Grafik zeigt, wie Serviceteams ihre Möglichkeiten bewerten, Kundenanfragen vorherzusagen, bevor sie gestellt werden.

Alle Leistungsstufen



**Mit leistungsstarken Analysefunktionen können Teams Kundenanfragen besser vorhersagen.** In der folgenden Darstellung wird nach Leistungsstufe aufgeschlüsselt gezeigt, wie Serviceteams Kundenanfragen vorhersagen können, bevor sie gestellt werden.

Leistungsstarke Teams



Mittelmäßige Teams



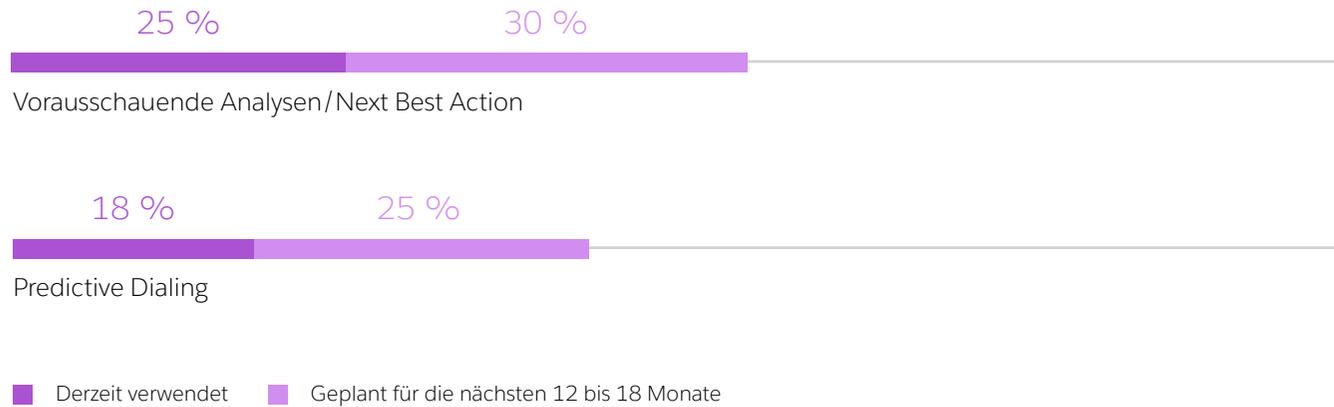
Leistungsschwache Teams



80 % oder mehr der Fälle    60 % bis 79 % der Fälle    40 % bis 59 % der Fälle    20 % bis 39 % der Fälle    Weniger als 20 % der Fälle

# Anhang D: Proaktiver Service auf Grundlage intelligenter Technologien ist im Kommen

**Serviceteams nutzen zunehmend vorausschauende Technologien, um ihre Systeme zu verbessern.** In den nächsten 12 bis 18 Monaten wird sich die Nutzung von vorausschauenden Analysen und von Predictive Dialing im Kundenservice verdoppeln. Da Unternehmen immer mehr intelligente Funktionen einsetzen – z. B. für eine effektivere Verteilung von Kundenvorgängen oder für die Bereitstellung von Kontextinformationen für den Servicemitarbeiter – ist eine Steigerung der Produktivität abzusehen.



# Anhang D: Proaktiver Service auf Grundlage intelligenter Technologien ist im Kommen

**In führenden Unternehmen verfügen alle Mitarbeiter über die nötigen Qualifikationen, um Kunden zu beraten.** *Leistungsstarke Teams betrachten den Kundenservice fast doppelt so häufig wie leistungsschwache Teams als Verantwortung des gesamten Unternehmens.*

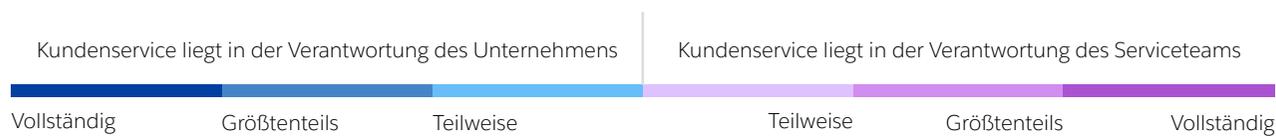
Leistungsstarke Teams



Mittelmäßige Teams



Leistungsschwache Teams



# Anhang E: Die veränderte Kundendenkweise löst einen Run auf Self-Service-Optionen aus

**Top-Teams zeigen sich geschickt im Aufbau von Communities und Self-Service-Portalen.** *Leistungsstarke Teams bieten ihren Kunden fast dreimal so oft wie leistungsschwache Teams herausragende Funktionen für Self-Service und Communities.*

