



Leitfaden für Kundenservicemanager in Kleinunternehmen



„ Die Kundenzufriedenheit hat für uns oberste Priorität. Überzeugende Interaktionen mit der Community steigern die Loyalität und Treue unserer Kunden. “

James Haliburton

Director of Community & Customer Support,
SoundCloud



Exzellenter Kundenservice fördert das Wachstum Ihres Unternehmens.

Stehen auch Sie vor der Herausforderung, mit immer weniger Aufwand immer mehr erreichen zu müssen? Damit sind Sie nicht allein. Viele Kundenservicemanager in wachsenden Unternehmen sind gezwungen, noch mehr Kunden auf unterschiedlichsten Kanälen noch schneller zu helfen – aber ohne zusätzliche Ressourcen. Die Bedeutung von exzellentem Kundenservice ist allen Beteiligten bewusst, aber das führt nicht immer zu höheren Budgets oder größeren Teams. Natürlich können Sie auch das letzte Quäntchen Produktivität aus Ihren Mitarbeitern herauspressen, allerdings gibt es effizientere Methoden, um Ihre Kunden zu beeindrucken und um Ihr vorhandenes Kundenserviceteam effektiv einzusetzen. Dieses E-Book bietet Kundenservicemanagern in Kleinunternehmen wertvolle Tipps für einen erfolgreichen, effizienten Service.



„ Ein leistungsfähiges Supportteam ist für uns entscheidend, denn so sorgen wir dafür, dass unsere Kunden uns weiterempfehlen. “

Ashley King
Customer Support Manager,
99designs



Geeignete Mitarbeiter für Ihr Team anzuwerben ist ein absolutes Muss.

Wenn Ihr Kleinunternehmen groß genug für eine eigene Kundenserviceabteilung ist, sollten Sie Ihre neuen Mitarbeiter sehr sorgfältig auswählen. Nichts ist wichtiger als qualifiziertes Personal. Schließlich können Sie Ihre Mitarbeiter zwar in der Nutzung Ihrer Produkte schulen – das Bedürfnis, Kunden zu helfen, lässt sich aber nicht erlernen. Bevor Sie Ihr Team zusammenstellen, sollten Sie zunächst Ihre Prioritäten definieren. Manche neue Unternehmen legen besonders hohen Wert auf schriftliche Ausdrucksfähigkeit. Andere Unternehmen wiederum bevorzugen ein sicheres Auftreten am Telefon. Unabhängig davon, welche Kriterien Ihnen am wichtigsten sind, sollten Sie in jedem Fall dynamische und einfühlsame Mitarbeiter einstellen, die Ihren Kunden jederzeit hilfsbereit zur Seite stehen.



„Eine leistungsstarke Kundensupportlösung ist nicht nur wichtig, sondern absolut unerlässlich.“

Duane Hunt

Vice President, Operations,
Formstack



Wählen Sie eine geeignete Supportlösung für Ihr Team aus und verlieren Sie keine Zeit!

Eine Lösung wie Gmail ist zwar kostenlos und erfüllt möglicherweise Ihre grundlegenden Anforderungen, aber kann sie auch wirklich mit Ihrem Unternehmen mitwachsen? Nachrichten gehen verloren. Mehrere Mitarbeiter beantworten dieselbe Anfrage, teils sogar mit unterschiedlichen Antworten. Mithilfe von Ordnern lassen sich Anfragen zwar kategorisieren – sie bieten jedoch keine Möglichkeiten, E-Mails bestimmten Mitarbeitern zuzuweisen, Prioritätsstufen festzulegen oder Berichte zu erstellen. Eine der ersten Aufgaben eines Kundenservicemanagers in einem Kleinunternehmen besteht darin, eine Lösung zu finden, die mit dem Unternehmen wachsen kann. Eine frühzeitige Implementierung einer solchen Lösung bringt Ihrem Unternehmen in Zukunft klare Vorteile. Suchen Sie nach einer kostengünstigen Lösung, die sich einfach implementieren und von Ihren Mitarbeitern problemlos bedienen lässt.





„ Wir bewerten unser Team nicht danach, ob Anfragen bereits beim ersten Kundenkontakt geklärt werden. Unsere Mitarbeiter werden ermutigt, mit Kunden so oft und so lange zu reden, bis die Kunden vollauf zufrieden sind.“

Alexis Chapman

Director Customer Operations,
One Kings Lane



Wählen Sie die richtigen Kriterien für die Bewertung Ihres Supports aus.

Viele Unternehmen bewerten ihre Mitarbeiter danach, welchen Prozentsatz aller Kundenanfragen sie beim ersten Kontakt per E-Mail oder Telefon erfolgreich klären oder wie schnell sie dies tun; Sie sollten allerdings auch alternative Methoden in Erwägung ziehen, um den Erfolg Ihres Teams zu messen. Angenommen, Sie ermutigen Ihre Mitarbeiter, mehr Zeit für Kunden aufzuwenden. Stärkt dies die Loyalität Ihrer Kunden? Empfehlen diese Kunden Ihr Unternehmen häufiger weiter? Einige der derzeit erfolgreichsten Start-up-Unternehmen verzichten auf herkömmliche Kennzahlen und konzentrieren sich ausschließlich auf die Kundenzufriedenheit (CSAT), um ein erfolgreiches Arbeiten ihrer Teams zu gewährleisten.



„Betrachten Sie den Kundenservice in Ihrem Unternehmen nicht als einen isolierten Kostenfaktor. Übertoller Service sollte unternehmensweit in die Denkweise aller Abteilungen integriert sein.“

Kenny Van Zandt

Head of Operations,
Asana



Alle Mitarbeiter sollten in Stoßzeiten unterstützen können.

Erfolgreicher Kundenservice in Kleinunternehmen beruht vor allem auf der Fähigkeit aller Teams, zu Stoßzeiten unterstützend eingreifen zu können. Schulen Sie alle Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen von Beginn an in grundlegenden Kundenserviceaufgaben. Vom Geschäftsführer über den Buchhalter bis hin zum Mitarbeiter am Empfang sollte jeder in der Lage sein, im Notfall einzuspringen. Idealerweise sollten Mitarbeiter schon im Rahmen ihrer Einarbeitung mit Kundenserviceabläufen vertraut gemacht werden. Falls dies nicht möglich ist, könnten Sie alternativ auch an einem Freitagnachmittag bei einer leckeren Pizza Ihre Mitarbeiter über alles Wichtige informieren, damit sie jederzeit einspringen können.



„ Wir möchten, dass sich jeder einzelne Kunde verstanden und wertgeschätzt fühlt. “

Danielle Maveal
GM, Social Good,
BarkBox



Ein schnelles, personalisiertes Kundenserviceangebot ist heutzutage Trumpf.

Kunden sind heutzutage permanent online und vernetzt. Kein Wunder also, dass sie auch von kleinen Unternehmen schnelle, personalisierte Antworten erwarten. Wichtig ist, dass sich die von Ihnen gewählte Kundenservicelösung intuitiv benutzen lässt und für Mobilgeräte optimiert ist, sodass Sie selbst mitten in der Nacht oder am Wochenende superschnell reagieren können. Und denken Sie daran: Durch überzeugenden Support können Sie die Bindung zwischen Ihnen und Ihren Kunden stärken. Einige der erfolgreichsten Start-up-Unternehmen kombinieren standardisierte Antworten mit personalisierten Nachrichten, um ihr Markenimage zu festigen und die Beziehung zu Kunden bei jeder Interaktion zu vertiefen.



„ Die Kommunikation in sozialen Netzwerken wird von vielen Menschen im Vergleich zum Telefon nicht nur als persönlicher empfunden, sondern ist zudem auch deutlich schneller. “

Haily Hayman
Community Manager,
Susty Party



Die Interaktion mit Kunden auf allen Kanälen ist keine Marketingfloskel, sondern eine absolute Notwendigkeit.

„Kommunizieren Sie genau dort mit Ihren Kunden, wo diese sich auch wirklich aufhalten“ ist eine der geläufigsten Floskeln im modernen Marketing. Jeder kann eine Seite auf Facebook oder ein Benutzerkonto in Twitter erstellen und Produkte für Kunden vermarkten. Um aus der Masse herauszustechen, sollten Sie aber mit Ihren Inhalten Wissen vermitteln anstatt Ihre Produkte anzupreisen. Wenn Sie einem Kunden online begegnen, bieten Sie ihm ebenso schnellen, personalisierten Service, wie Sie dies auch per Telefon oder direkt im Geschäft tun würden. In den sozialen Medien finden auch kleine Gesten große Beachtung. Zeigen Sie also Ihren Kunden (und deren Kontakten), dass Sie sie ernst nehmen. Supportanfragen werden immer noch bevorzugt per E-Mail oder Telefon abgewickelt, aber mit der richtigen Vorgehensweise bieten soziale Netzwerke eine ausgezeichnete Möglichkeit, Ihre Kundenbeziehungen zu vertiefen.





Testen Sie Desk.com noch heute kostenlos und sehen Sie selbst, wie Ihr Unternehmen mit schnellem und überzeugendem Kundenservice rasanter wächst als je zuvor.

**KOSTENLOSE
TESTVERSION**

Folgen Sie Desk.com und erfahren Sie regelmäßig alles Neue zu Kundenservicelösungen für aufstrebende Unternehmen.

