NEWS RELEASE

Mitel Umfrage: Maschinen eine „Stimme“ verleihen – ein entscheidender Schritt auf dem Weg zu einer verbesserten Kundenbetreuung

12/5/2017

Neue Umfrage von Mitel hebt Bedeutung des Zusammenspiels von Mensch und Maschine zur Verbesserung des Kundenerlebnisses hervor

- 81% der Befragten in Deutschland glauben, dass die Interaktionen von Mensch und Maschine das Kundenerlebnis positiv verändern werden.
- 69% der deutschen IT-Entscheider wollen Mensch-Maschine-Interaktionen innerhalb von zwei Jahren in ihrem Unternehmen ermöglichen.
- In Deutschland erwartet rund ein Drittel der Befragten mit verbessertem Kundenerlebnis einen steigenden Umsatz.

Laut einer aktuellen Umfrage von Mitel, einem weltweit führenden Anbieter von Unternehmenskommunikation, ist die Mehrheit der IT-Entscheider davon überzeugt, dass neue Technologien, welche die Interaktion zwischen Menschen und Technologie in den Mittelpunkt stellen, das Kundenerlebnis deutlich verbessern können. Mehr als 75 Prozent von ihnen planen zudem, neue Endgeräte, Technologien und Kommunikations- sowie Kollaborationsfunktionen innerhalb der nächsten zwei Jahre miteinander zu verknüpfen, um diese Interaktionen zu ermöglichen. Unter den Befragten in Deutschland planen dies 69 Prozent, während 37 Prozent von ihnen dadurch auch eine Umsatzsteigerung erwarten.

Die Umfrage untersuchte, welche Bedeutung Unternehmen der Verbesserung des Kundenerlebnisses als Teil ihrer digitalen Transformationsstrategien beimessen und welchen Mehrwert sie sich durch Nutzung neuer Technologien wie Internet of Things (IoT), künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen sowie hochmodernen Kommunikationslösungen versprechen. Sie wurde im August 2017 von Opinium Research unter mehr als 2.500 IT-Entscheidern in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Nordamerika und Australien durchgeführt. Die Befragten stammen aus Unternehmen unterschiedlicher Größenordnungen – von 250 bis über 10.000 Mitarbeitern – und aus unterschiedlichen Branchen, wie Fertigung, Einzelhandel, Hotel- und Gaststättengewerbe, Finanzen, Gesundheitswesen und Dienstleistungen sowie Behörden und Bildungswesen.

Weitere Ergebnisse der Umfrage zeigen unter anderem:

- Rund drei Viertel der Befragten – in Deutschland und weltweit – sehen die Einführung von Technologien, die zuständige Mitarbeiter direkt kontaktieren und Informationen zur richtigen Person im Unternehmen weiterleiten können, als Schlüsselelement für die Steigerung der Kundennähe. Automatisierte Kommunikationslösungen werden bei kleinen Unternehmen als weniger nützlich erachtet als bei größeren. Kleine Unternehmen erkennen häufig noch nicht die Vorteile dieser Technologien und sind nur bedingt mit ihnen vertraut. Für Unternehmen, die solche Technologie nutzen möchten, um das Kundenerlebnis zu verbessern, lohnt sich der Umstieg in die Cloud. Damit können sie mit den steigenden Kundenerwartungen schritthalten und Contact-Center-Anwendungen mit neuen Entwicklungen wie Chatbots, dem Internet der Dinge und Omni-Channel-Kommunikation kombinieren.

- 93% der befragten Deutschen sehen die Beschleunigung von Arbeitsabläufen als unabdingbare Voraussetzung für die Verbesserung des Kundenerlebnisses. Insbesondere Unternehmen aus den Bereichen Einzelhandel und Finanzen bewerteten diesen Punkt als besonders wichtig – ein ähnliches Bild zeigen auch die weltweiten Ergebnisse der Umfrage. Firmen in diesen und weiteren wettbewerbsintensiven Branchen können die Automatisierung von Geschäftsprozessen vorantreiben sowie Kollaborations- und Produktivitätstools nutzen, um Verzögerungen in der Kommunikation zu reduzieren. Auf diese Weise können Arbeitsabläufe besser verwaltet werden und durch Echtzeit-Support ein positiveres Erlebnis für Kunden ermöglichen.

- In Deutschland nehmen sich bereits viele Unternehmen der Verbesserung des Kundenerlebnisses als Teil ihrer digitalen Transformationsstrategie an – jedoch langsamer als Unternehmen in Frankreich, Großbritannien und Nordamerika. Veraltete IT-Infrastrukturen und -systeme wurden von den befragten deutschen IT-Entscheidern als häufigste Hürde bei der Weiterentwicklung des Kundenerlebnisses identifiziert. Im Kontrast dazu sehen hierzulande lediglich 28 Prozent fehlende Ressourcen und kleine Budgets als entscheidendes Hindernis – weltweit sind es 40 Prozent. Ein Zeichen dafür, dass deutsche Unternehmen die Bedeutung des Themas erkannt haben und langsam erste Schritte einleiten, um den Anschluss nicht zu verpassen.

„Mehr Unternehmen müssen damit beginnen, aktiv – und auch branchenübergreifend – über das Thema Kundenerlebnis zu sprechen, und neue Technologien wie das Internet der Dinge, künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen für die Verbesserung der Interaktion mit ihren Kunden nutzen“, sagt Christian Fron, Geschäftsführer bei Mitel Deutschland. „Maschinen eine ‚Stimme‘ im Zusammenspiel von Mensch und Maschine zu verleihen, kann einen entscheidenden Mehrwert bieten. Die Beziehung zwischen Unternehmen und ihren Kunden verlagert sich immer mehr zu serviceorientierter Interaktion und macht das Kundenerlebnis zu einem ebenso wichtigen Faktor für die Kundenzufriedenheit wie die Qualität des Produkts an sich."

„Jeden Tag werden neue Arten der digitalen Kommunikation vorgestellt – von sozialen Netzwerken über Bots bis hin zu Augmented Reality – und die Verbraucher nutzen sie im Alltag. Die Zeiten, in denen ein großartiges Kundenerlebnis nur auf Face-to-Face- oder Voice-to-Voice-Interaktionen basierte, sind längst vorbei“, sagt Kate Jalie, Partnerin bei Opinium Research. „Ein außergewöhnlicher Kundenservice findet heute auf einer Vielzahl von Kanälen statt und bringt Sprach-, Video-, Mobil- und Online-Service nahtlos und personalisiert zusammen. Unternehmen, die heute erfolgreich neue Technologien implementieren, um das Kundenerlebnis zu verändern, werden die Gewinner von morgen sein.“

Weitere Ergebnisse und genauere Informationen zur Umfrage finden Sie im Whitepaper unter: http://www.mitel.com/giving-machines-a-voice-cx

Wichtige Fakten

Mitel konnte sich in vier aufeinanderfolgenden Jahren als Leader im Gartner Magic Quadrant für Unified Communications positionieren.
Weiterführende Informationen

Download des kostenlosen eBooks “Kundenerlebnis für Dummies”
Download des kostenlosen eBooks “Digitale Transformation für Dummies”
Social Media

Twitter: #Umfrage von #Mitel: „Maschinen eine Stimme verleihen“ ist entscheidender Schritt zu verbesserter #Kundenbetreuung

Tags/Keywords

Customer Experience, Cloud, Collaboration, Digital Transformation

About Mitel

Der globale Marktführer für Unternehmens-Kommunikationslösungen ermöglicht mehr als 2 Milliarden Verbindungen täglich. Mitel (Nasdaq: MITL) (TSX: MNW) unterstützt Unternehmen in der Kommunikation und Zusammenarbeit mit ihren Kunden und hilft ihnen dabei, innovative Dienstleistungen anzubieten. Unsere Innovations- und Kommunikationsexperten kümmern sich um mehr als 60 Millionen Nutzer in über 100 Ländern. Für weitere Informationen gehen Sie auf www.mitel.de oder folgen uns auf Twitter @Mitel_DE.

Mitel ist eine eingetragene Marke von Mitel Networks Corporation.

Alle anderen Markenrechte liegen bei ihrem jeweiligen Inhaber.

MITL-C

Contact Information

Media
Sandrine Quinton
+33 (0) 130-964-301
sandrine.quinton@mitel.com