



# Medienvielfalt im Kundendialog

Wie Unternehmen ihre Herausforderungen in der Kommunikation über verschiedene Kanäle meistern.

Unterstützt durch

**AVAYA**

# Inhalt

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Herausforderungen im Kontext der Kommunikation</b> .....	<b>4</b>
<b>3. Zeitgemäße Kundenkommunikation</b> .....	<b>5</b>
Was Unternehmen wichtig ist .....	<b>5</b>
Was es zu verbessern gibt .....	<b>6</b>
Eine Plattform – viele Medien .....	<b>7</b>
<b>4. Vorteile einer Kommunikationsplattform aus der Cloud</b> .....	<b>8</b>
<b>5. Wie Anwender profitieren</b> .....	<b>9</b>
<b>6. Fazit</b> .....	<b>10</b>
<b>7. Weitere Informationen</b> .....	<b>11</b>

## Copyright

Dieser Bericht wurde von der techconsult GmbH verfasst und von Avaya unterstützt. Die darin enthaltenen Daten und Informationen wurden gewissenhaft und mit größtmöglicher Sorgfalt nach wissenschaftlichen Grundsätzen ermittelt. Für deren Vollständigkeit und Richtigkeit kann jedoch keine Garantie übernommen werden. Alle Rechte am Inhalt dieser Studie liegen bei der techconsult GmbH sowie Avaya. Vervielfältigungen, auch auszugsweise, sind nur mit schriftlicher Genehmigung der techconsult GmbH und Avaya gestattet.

## Disclaimer

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen etc. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften. In dieser Studie gemachte Referenzen zu irgendeinem spezifischen kommerziellen Produkt, Prozess oder Service durch Markennamen, Handelsmarken, Herstellerbezeichnung etc. bedeutet in keiner Weise eine Bevorzugung durch die techconsult GmbH.

## Sonstiges

Aufgrund von Rundungsanpassungen summieren sich einige Summen möglicherweise nicht zu 100%. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in dieser Studie die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

# 1. Einleitung

Wettbewerbsvorteile können sich nur die Unternehmen sichern, die Kundenengagement zeigen und alle Register zur Kundenbindung und Kundenzufriedenheit ziehen. Das „A und O“ eines guten Kundenservices ist dabei eine schnelle und zielgerichtete Kommunikation in guter Qualität. Kein Unternehmen kann es sich erlauben, auf Anfragen nicht sofort zu reagieren, Kommentare in den sozialen Medien nicht zu beantworten oder Lieferverzögerungen nicht anzukündigen. Dank der voranschreitenden Digitalisierung hat sich ein bedeutender Wandel in der Kommunikation und im Dialog mit dem Kunden vollzogen. Kunden und Mitarbeiter können heute aktiv auf vielschichtige Weise interagieren und kommunizieren, dafür stehen unterschiedlichste Kanäle und Kommunikationsformen zur Verfügung. Dies sind neben den Klassikern Telefon, E-Mail und Servicehotline insbesondere KI-unterstützte Chatbots, die natürliche Sprache verarbeiten, Messenger-Dienste und soziale Medien. Digitalisierung und automatisierte Prozesse bringen Schnelligkeit und Individualisierung mit sich, daran sind Kunden und Mitarbeiter gewöhnt.

Ein service- und kundenorientiertes Unternehmen muss die herkömmlichen klassischen Strukturen der Kommunikation aufbrechen und Raum für neue Methoden schaffen, um alle Zielgruppen effizient und individualisiert bedienen zu können. Eine moderne Kommunikationsplattform aus der Cloud vereint alle Kommunikationskanäle unter einem Dach und ermöglicht mühelos eine schnelle, flüssige und personalisierte Konversation. Im Zuge dieser Entwicklung stellt sich die Frage, welche Rolle spielen cloudbasierte Kommunikationsplattformen für größere Unternehmen und welchen Nutzen sehen sie im Einsatz einer solchen Plattform? Darüber hinaus liefert die Studie auch Antworten auf die Fragen: Vor welchen Herausforderungen stehen die Unternehmen im Kontext der Kommunikation derzeit? Welche Anforderungen gibt es? Und wie profitieren die Anwender von Kommunikationsplattformen aus der Cloud.

Die Studie „Medienvielfalt im Kundendialog“ wurde in Zusammenarbeit mit Avaya konzipiert und von techconsult durchgeführt.



## 2. Herausforderungen im Kontext der Kommunikation

Schnelles und gutes Kommunizieren leistet für den Erfolg eines jeden Unternehmens einen wichtigen Beitrag. Schlechte Erreichbarkeit, ausbleibende Antworten sowie „holprige“ Kommunikation und Missverständnisse beispielsweise bei Sprachbarrieren wirken sich nachteilig auf das Unternehmen aus. Daher ist es wichtig, die Herausforderungen in der Kundenkommunikation zu erkennen und Schwachstellen zu beseitigen. Niemand möchte lange auf Antworten seiner Fragen oder die Lösung seines Problems warten.

In der Realität sieht das jedoch noch anders aus. Eine zu lange Reaktionszeit ist das derzeit größte Manko in der Kundenkommunikation bei Unternehmen ab 500 Mitarbeitenden. 46 Prozent der befragten Unternehmen sind sich bewusst, nicht schnell genug auf Anfragen ihrer Kunden reagieren zu können. Signifikant hoch mit 54 Prozent liegt der Anteil in den Industrieunternehmen.

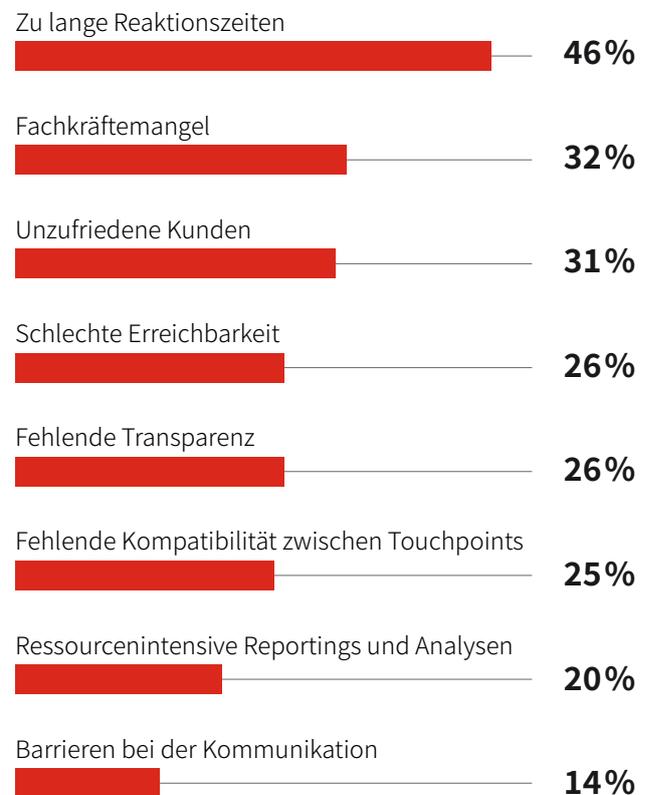
Der Personalmangel ist das zweite größere Problem. 32 Prozent aller befragten Unternehmen geben an, es fehle an Fachkräften, die sich um die Belange, Fragen oder Serviceansprüche der Kunden zeitnah kümmern. Darüber hinaus sind mangelnde Erreichbarkeit, falsche Ansprechpartner bei Problemadressierung und unzureichende Kontaktinformationen weitere häufig genannte Schwachstellen in der Kundenkommunikation. Die Kunden sind unzufrieden, wenn sie inkompetent behandelt und ihre Anliegen und Fragen fehlgeleitet werden.

Um jede Zielgruppe und alle Kundenpräferenzen zu bedienen, stehen dank der digitalen Transformation immer mehr Kommunikationskanäle und Kontaktpunkte zur Verfügung.

Werden diese jedoch nicht auf einer Plattform gebündelt, das heißt kompatibel zusammengeführt, sondern laufen als Insellösungen, fehlt es an Transparenz. 26 Prozent der Befragten fällt es schwer, alles im Blick zu haben. Hinzu kommt bei jedem fünften Unternehmen die Schwierigkeit, schnell Reports und analytische Betrachtungen zu erstellen. Werden die Kommunikationskanäle als Insellösungen angewendet, ist der Mehraufwand beim Erstellen von Analysen erfahrungsgemäß deutlich höher.

### Herausforderungen

Mehrfachantworten



### 3. Zeitgemäße Kundenkommunikation

#### Was Unternehmen wichtig ist

Getrieben von dem Ziel, den besten Kundenservice zu bieten, haben die Unternehmen eine ganze Reihe von konkreten Anforderungen an die Kommunikation und Kundeninteraktion. Vor allem möchten sie, dass Kunden möglichst schnell Antworten auf ihre Anfragen erhalten. Den Befragten ist bewusst, dass das Kommunizieren mit inkompetenten Personen zeitvergehend ist und zu Frustration führt. An erster Stelle der Anforderungen steht daher das Routing von Kunden an die entsprechenden für das Thema verantwortlichen Mitarbeiter (66 Prozent). Eine weitere wesentliche Voraussetzung für eine optimale Kundenkommunikation ist Mobilität. Der mobile Zugriff sowohl der Endkunden zu den Support-/Kontaktmöglichkeiten (57 Prozent) als auch der intern Beschäftigten auf das Netzwerk (55 Prozent) steigern die Effizienz und wirken sich positiv auf die Interaktion aus.

Aus der Sicht jedes zweiten Unternehmens sollte eine moderne Kundenkommunikation ein breites zielgruppenspezifisches Angebot an Kommunikationskanälen abdecken.

Hierzu gehören neben den klassischen Kanälen auch digitale wie Chatbots oder Messenger Dienste. Für 54 Prozent ist es wichtig, dass alle Medien über eine Plattform verbunden sind. Ein Wechsel zwischen den Kanälen vereinfacht den Zugriff auf die Informationen. Zugleich wird die Transparenz gesteigert, wenn alle Kundeninformationen aus sämtlichen Kontaktpunkten zentral gebündelt werden. Eine weitere wichtige Anforderung der Unternehmen ist es, dass sich Drittsysteme nahtlos in die Plattform integrieren lassen sollten. Sei es beispielsweise die Anbindung an CRM-Systeme, Datenmanagementsysteme, Shop-Systeme, Marketing Automation oder Eigenentwicklungen. Mehr als jeder zweite Befragte hat den Anspruch, proaktiv mit Kunden zu interagieren und personalisiertes Kundenerlebnisse zu bieten. Wünschenswert für 46 Prozent sind KI-unterstützte Analyse und Reportingtools. Aus den daraus gewonnenen relevanten Erkenntnissen lassen sich einfacher Muster und Trends erkennen.

#### Anforderungen im Kontext der Kundenkommunikation

Mehrfachantworten | Nennungen mit „Wichtig“ bis „Sehr wichtig“



### Was es zu verbessern gibt

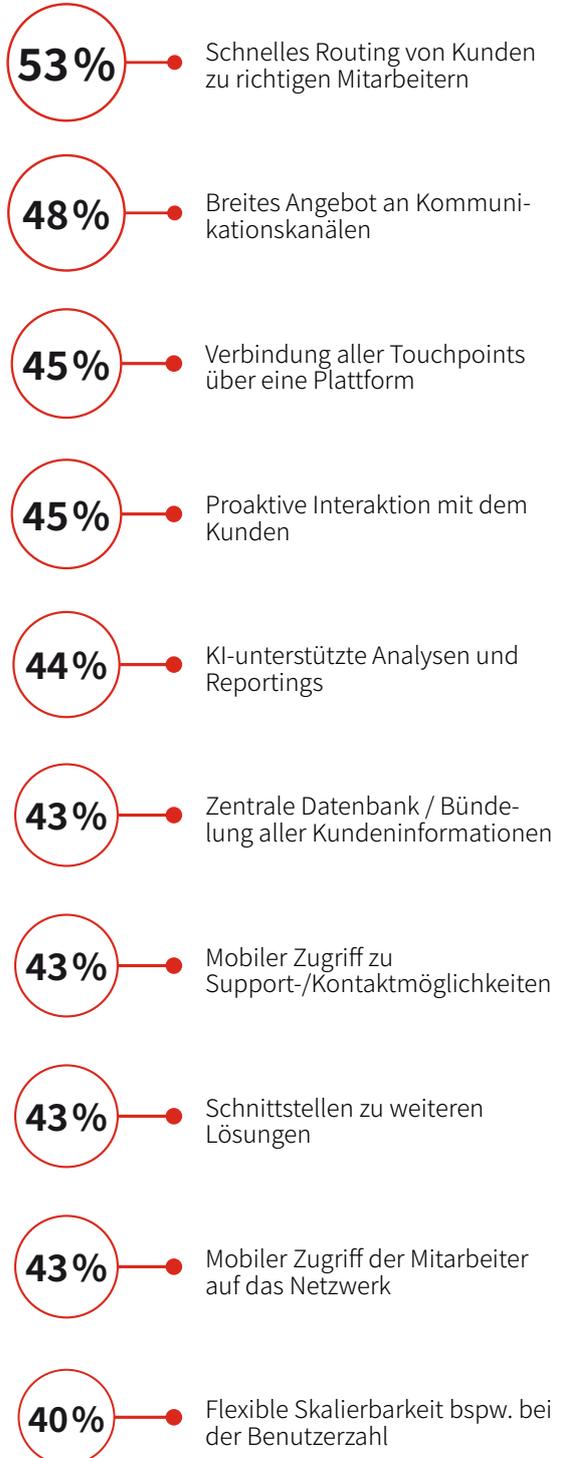
Die Wünsche der Unternehmen im Kontext der Kundenkommunikation werden noch nicht zur vollsten Zufriedenheit erfüllt. Im Durchschnitt sieht jedes zweite Unternehmen bei den genannten Anforderungen Optimierungsbedarf. Neben dem schnellen Routing und der Verbindung aller Touchpoints ist auch die Bündelung aller Kundeninformationen in einer zentralen Datenbank sowie die Möglichkeit der einfachen Skalierbarkeit bei der Benutzerzahl zu optimieren.

Befragte, denen die Anforderungen wichtig bis sehr wichtig sind, wünschen sich insbesondere bei KI unterstützten Analysen und Reportings Verbesserungen. Künstliche Intelligenz hilft, Texte zu verarbeiten, relevante Daten zu extrahieren und die verschiedenen Komponenten der Analyse und des Berichts miteinander zu verbinden, um eine effiziente und automatisierte Berichterstellung zu ermöglichen.

Doch nicht nur beim Analysieren leistet Künstliche Intelligenz gute Dienste, auch beim Kommunizieren ist KI ein wichtiger Baustein. Zum Beispiel sind Chatbots in der Lage menschliche Sprache zu verstehen und in Echtzeit mit Menschen zu kommunizieren, ganz gleich welche Sprache sie sprechen. Somit leisten Chatbots einen wichtigen Beitrag zur Kundenbetreuung, zur Bestellabwicklung oder beim Support. Unternehmen profitieren durch Künstliche Intelligenz und können dem Fachkräftemangel entgegenwirken, indem Routineaufgaben reduziert und Ressourcen geschont werden.

### Verbesserungspotenzial in der Kundenkommunikation

Mehrfachantworten | Nennungen mit „Großes Verbesserungspotenzial“ bis „Sehr großes Verbesserungspotenzial“



## Eine Plattform – viele Medien

Dank der Digitalisierung hat sich die interne und externe Kommunikation in den Unternehmen grundlegend verändert. E-Mail, Servicehotline, Rückrufservice, Chatbots, Voice-Chats, Messaging oder Social Media: den Unternehmen stehen heute vielfältige Kommunikationsmöglichkeiten zur Verfügung. Meistgenutztes Medium ist zwar noch immer die E-Mail, doch Messaging Dienste, wie WhatsApp, Social-Media-Kanäle oder Web-Chats sind auf dem Vormarsch.

### Verwendete Kommunikationskanäle

Mehrfachnennungen

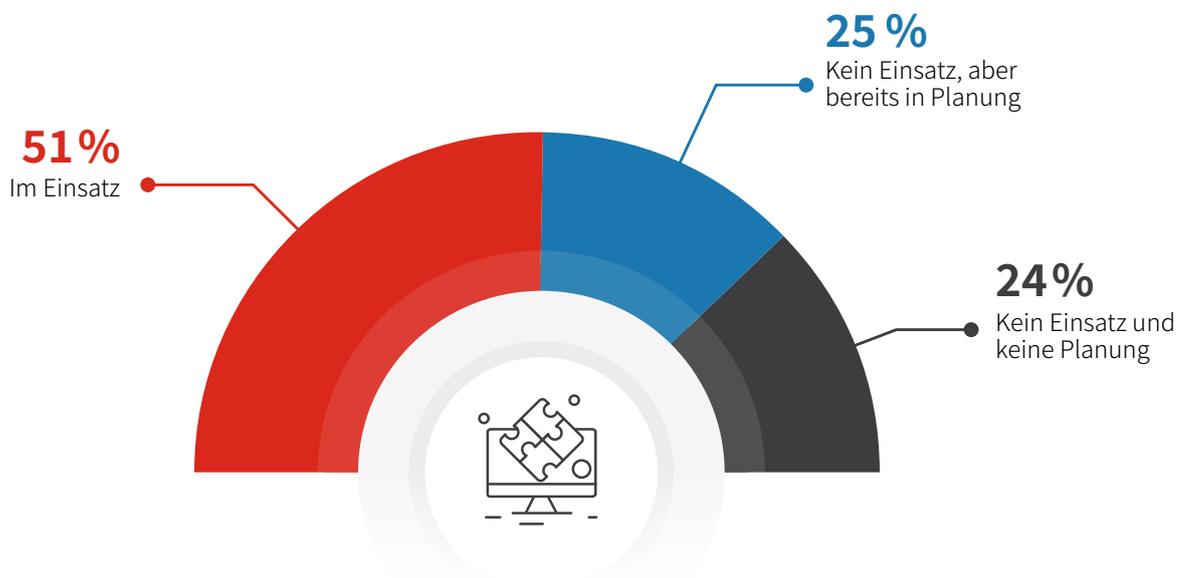
- 80 % Sprache**
- 91 % E-Mail**
- 36 % Web-Chat / Voice Chat**
- 33 % Messaging**
- 33 % Social Media**

Werden die Kommunikationskanäle als Insel-lösungen eingesetzt, die unabhängig voneinander agieren, ist die Anwendung unflexibel und intransparent. Vorteile bringt eine Plattform, in der alle Medien zur Kommunikation integriert und vereint sind. Alle Informationen können in einer Datenbank gesammelt, verarbeitet und verwaltet werden, ganz gleich, über welchen Kanal kommuniziert wurde. Plattformen, die alle Kommunikationsmedien vereinen, haben sich bereits in jedem zweiten größeren Unternehmen etabliert.

Das Finanzgewerbe ist mit einem Anteil von 81 Prozent Vorreiter in der Nutzung einer einheitlichen Kommunikationsplattform, in der verschiedene Medien integriert sind. Das Schlusslicht bilden dagegen die Öffentlichen Verwaltungen mit einem Einsatzgrad von nur 30 Prozent.

25 Prozent aller befragten Unternehmen sind daran interessiert und haben konkrete Pläne für den Einsatz einer solchen Kommunikationsplattform. Hierzu gehören insbesondere Handelsunternehmen (34 Prozent) und Industriebetriebe (29 Prozent).

## Einsatz von Kommunikationsplattformen



## 4. Vorteile einer Kommunikationsplattform aus der Cloud

Plattformen, auf denen alle Kommunikationskanäle integriert sind, bringen Kunden und Beschäftigte auf effiziente Weise zusammen. An jedem Kontaktpunkt können individuelle Kundenerlebnisse geschaffen und personalisierte Inhalte zielgruppenspezifisch versendet werden.

Viele Unternehmen sehen die Vorteile, die eine Kommunikationsplattform bietet. 53 Prozent sind überzeugt, dass sie dazu beiträgt, den Kundenservice zu verbessern. Durch die Cloud-Technologie wird eine nahtlose raum- und zeitunabhängige Kommunikation möglich. Dateien, Nachrichten, Videoanrufe sind jederzeit in Echtzeit zur Verfügung und können schnell geteilt werden. 43 Prozent der Befragten erwarten positive Auswirkungen auf die Reaktionszeiten. Durch die Bündelung aller Kanäle können

Mitarbeitende effizienter zusammenarbeiten, rascher auf Anfragen reagieren und Kunden eine bessere Experience bieten. Die Kommunikation wird nicht nur einfacher und schneller, sondern auch zielgruppenspezifischer. Infolgedessen sind die Kunden zufriedener, davon gehen 42 Prozent aus. Sind alle Kommunikationskanäle in einem zentralen Ort gebündelt, ist ein Wechsel zwischen den Kontaktpunkten problemlos möglich, dies schätzen 32 Prozent der Befragten. Weitere 27 Prozent sehen in der Kommunikationsplattform auch ein Tool zur Kundenbindung. Möglich ist dies durch die proaktive Versorgung der Kunden mit Unternehmensinhalten und -informationen zu neuen Produkten und Dienstleistungen. Jedes fünfte Unternehmen sieht positive Auswirkungen auf ihre Marketingaktivitäten.

### Mehrwerte einer innovativen cloudbasierten Kommunikationsplattform

Mehrfachantworten



## 5. Wie Anwender profitieren

Von den Unternehmen, die eine Cloudbasierte Kommunikationsplattform einsetzen, profitieren 61 Prozent der Befragten davon, dass sie über verschiedenste Kanäle zielgruppenspezifisch und effizient in Kontakt treten können. Weitere 52 Prozent sind überzeugt, dass die Plattform dazu beiträgt, interne Prozesse zu optimieren. Durch automatisierte Kommunikationsabläufe wird die Produktivität gesteigert und die Zusammenarbeit zwischen Kundenservice, Marketing und Vertrieb erleichtert.

Jedes zweite Unternehmen gibt an, einen umfassenden Überblick über die „Reise“ ihrer Kunden zu erhalten. Das ermöglicht die Interaktionen und Erfahrungen ihrer Kunden besser zu verstehen und den Kundenservice darauf auszurichten und zu optimieren.

Basierend auf einer einheitlichen und durchgängigen Kommunikation mit den Kunden sammeln die Unternehmen auf einfache Weise Echtzeit-Feedback, wodurch sie bessere, personalisierte Erlebnisse bieten (35 Prozent). Ein weiteres Argument für den Einsatz von Kommunikationsplattformen ist das Schonen und Einsparen von personellen Ressourcen. Beispielsweise durch die Verwendung von KI-basierten Chatbots können Unternehmen viele manuelle Aufgaben, wie das Beantworten routinemäßiger Anfragen automatisieren und so Fachkräfte einsparen. Künstliche Intelligenz kann nicht nur bei Sprache und Text unterstützen, sie kann auch die Konversation analysieren und daraus Erkenntnisse ableiten, die den Unternehmen helfen, ihre Kundenbedürfnisse besser zu verstehen und zu befriedigen.

### Argumente der Anwender

#### Eine cloudbasierte Kommunikationsplattform ...

- 61%** ... ermöglicht uns, effizient mit Kunden in Kontakt zu treten.
- 52 %** ... verbessert die interne Zusammenarbeit von Kundenservice, Marketing und Vertrieb.
- 50 %** ... liefert uns einen umfassenden Überblick über die Reise unserer Kunden.
- 35 %** ... trägt dazu bei, unseren Kunden positive Kundenerlebnisse zu bieten.
- 20 %** ... mit KI schafft schnelle Analysen und spart Ressourcen.

Filter: Wenn Kommunikationsplattform im Einsatz | Mehrfachnennungen



# 6. Fazit

Die logische Konsequenz aus der fortschreitenden Digitalisierung ist eine neue Art des Kundendialogs. Kommunikationsplattformen aus der Cloud, die alle Kanäle vereinen, werden für Unternehmen ab 500 Beschäftigten immer relevanter. Sie tragen mit dazu bei, den bestehenden Herausforderungen wie beispielsweise Personal-mangel, langen Reaktionszeiten und der daraus resultierende Kundenunzufriedenheit entgegen-zuwirken.

Im Rahmen der digitalen Transformation des Kundendialogs werden cloudbasierte Kommu-nikationsplattformen eine wichtige Rolle spielen und sich in den Unternehmen weiter etablieren. Die Vorteile und Mehrwerte unter anderem die Verbesserung des Kundenservices, schnelles Reagieren auf Anfragen und eine höhere Kunden-zufriedenheit sind vielen Unternehmen bewusst.

Aussagen der Unternehmen, die bereits eine Kommunikationsplattform aus der Cloud im Einsatz haben, belegen: Nicht nur das Kommuni-zieren mit dem Kunden wird effizienter, auch das Arbeiten zwischen den internen Abteilungen wird produktiver.

Um die Kommunikation erfolgreich digital zu gestalten, bedarf es der Unterstützung erfahrener IT-Anbieter, die gemeinsam mit den Unterneh-men Anforderung analysieren sowie Software-lösungen implementieren und betreiben, die die Unternehmen dabei unterstützen, Kundeninter-aktionen über mehrere Kanäle und Berührungspunkte hinweg zu verwalten. Die Funktionen der Lösungen ermöglichen es Unternehmen, personalisierte Erfahrungen für ihre Kunden zu schaffen und so die Kundenloyalität und -zufrie-denheit zu erhöhen.

## Zur Studie

Die Studie „Medienvielfalt im Kundendialog“ wurde von der techconsult GmbH im Auftrag von Avaya konzi-piert und durchgeführt. An der Studie nahmen 202 Unternehmen ab 500 Beschäftigten teil. Schwerpunkt sind Unternehmen ab 1.000 Mitarbeitenden. Die Befragung erfolgte über einen Online-Fragebogen. Die Stichprobe umfasste Unternehmen aus allen Branchen. Ansprechpartner waren maßgeblich Verantwortliche aus der IT, dem Kundenservice und Support sowie Marketing/Sales.

## Branche

- 20%** Industrie
- 17%** Handel
- 26%** Dienstleistung
- 10%** Banken und Versicherung
- 26%** Öffentliche Verwaltungen (Non-Profit, Gesundheits- und Sozialwesen)

## Größenklassen

- 34 %** 500 bis 999 Mitarbeitende
- 66 %** 1.000 oder mehr Mitarbeitende

## 7. Weitere Informationen

### Impressum

techconsult GmbH  
Baunsbergstraße 37  
34131 Kassel

E-Mail: [info@techconsult.de](mailto:info@techconsult.de)

Tel.: +49 561 8109 0

Fax: +49 561 8109 101

Web: [www.techconsult.de](http://www.techconsult.de)

### Kontakt

Verena Bunk  
Senior Analyst  
E-Mail: [verena.bunk@techconsult.de](mailto:verena.bunk@techconsult.de)  
Tel.: +49 561 8109 141

### Über die techconsult GmbH

Die techconsult GmbH, gegründet 1992, zählt zu den etablierten Analystenhäusern in Zentraleuropa. Der Schwerpunkt der Strategieberatung liegt in der Informations- und Kommunikationsindustrie (ITK). Durch jahrelange Standard- und Individual-Untersuchungen verfügt techconsult über einen im deutschsprachigen Raum einzigartigen Informationsbestand, sowohl hinsichtlich der Kontinuität als auch der Informationstiefe, und ist somit ein wichtiger Beratungspartner der CXOs sowie der IT-Industrie, wenn es um Produktinnovation, Marketingstrategie und Absatzentwicklung geht.

### Über Avaya

Avaya entwickelt offene, konvergente und innovative Lösungen, um die Kommunikation und Zusammenarbeit zu verbessern und zu vereinfachen - in der Cloud, vor Ort oder als Hybridmodell. Wir gestalten die Zukunft der Business Kommunikation mit Innovationen und Partnerschaften, die entscheidende Geschäftsvorteile für Unternehmen bringen. Avaya unterstützt 90.000 Unternehmen jeder Größe und aus allen Branchen. Jedes Unternehmen befindet sich auf seinem individuellen Weg in die Cloud. Die Transformation bringt Herausforderungen mit sich und wir helfen dabei, den eigenen richtigen Weg zu finden. Dabei nutzen wir solide bestehende Technologien und Infrastrukturen und ergänzen diese dank offener Schnittstellen um innovative Cloud-Lösungen. Wir behalten Bewährtes bei und zeigen uns der Reise in die Cloud aufgeschlossen.

### Kontakt zu Avaya

Avaya Deutschland GmbH

#### Daniel Reuter

Business Development Manager

Connect with me! [reuterd@avaya.com](mailto:reuterd@avaya.com) | [avaya.com/de](http://avaya.com/de)

