

Definieren Sie Ihre Marke über ein hervorragendes Kundenerlebnis.

Lösungen für ein optimales Kundenerlebnis

In der heutigen Geschäftswelt ist es unerlässlich, ein herausragendes Kundenerlebnis (CX) zu bieten. Und dabei können wir Sie unterstützen, denn eine integrierte CX-Lösung, die sich in Entwicklung und Umsetzung konsequent an den Kundenanforderungen orientiert, kann die Kundenzufriedenheit und -bindung, die Zahl von Vertragsverlängerungen und den Share of Wallet steigern. Dazu einige Zahlen:

- 55 % aller Kunden würden aufgrund des Kundenerlebnisses den Wechsel zur Konkurrenz erwägen.
- 59 % brechen Online-Transaktionen ab, wenn sie zu lange dauern.
- 69 % betrachten Aufrichtigkeit und Transparenz in Sachen Datennutzung als wichtigste vertrauensbildende Maßnahme
- 47 % würden erneut bei einem Unternehmen kaufen, das ein personalisiertes, intuitives Kundenerlebnis bietet, selbst wenn die Konkurrenz billiger ist

Um ein großartiges Kundenerlebnis zu schaffen, braucht es technische Lösungen, die mehrere Kanäle miteinander verknüpfen. Verizon bietet Ihnen CX-spezifische Informationen und zahlreiche digitale Lösungen – damit können Sie wichtige Trends erkennen, Ihre Kunden besser betreuen und ihre steigenden Anforderungen erfüllen.

Gestalten Sie Ihre Kundenansprache persönlicher, einfacher und besser.

Kunden von heute wollen nahtlos, integriert, personalisiert und verzögerungsfrei mit Ihnen interagieren. Vor diesem Hintergrund gewinnen Sie die Loyalität Ihrer Kunden, indem Sie dafür sorgen, dass sie möglichst schnell und mühelos erledigen können, was sie erledigen wollen.

Sie möchten ein genaueres Bild von Ihren Kunden gewinnen, Feedback effektiv analysieren und stärker auf Kundenerwartungen eingehen? Dann liegen Sie mit unseren Lösungen zur CX-Optimierung genau richtig. Nutzen Sie zum Beispiel unser cloudgestütztes Virtual Contact Center, künstliche Intelligenz (KI) für eine digitale CX* und die intelligente Sprachverarbeitung.

Unsere Lösungen verschmelzen menschliche Interaktion mit KI-Elementen, damit Ihre Kunden unkompliziert Hilfe erhalten, wann, wo und in welcher Form sie sie benötigen. Sie gewinnen wertvolle Informationen, mit den Sie die Kundenansprache verbessern und Ihren Mitarbeitern im Kundenservice einen umfassenden Überblick über Ihre Kunden geben können. Gleichzeitig tragen Sie damit zu einer höheren Qualität Ihrer Kundeninteraktion bei.

Stellen Sie Ihre CX auf eine sichere Grundlage.



würden einen Bogen um ein Unternehmen machen, in dem es eine Datenpanne gegeben hat, selbst wenn sein Angebot günstiger ist als das anderer Anbieter.

Mit einer hervorragenden CX können Sie Ihre Kunden schnell, direkt und im höchsten Maße personalisiert betreuen, ohne Abstriche bei der Sicherheit für vertrauliche Kundendaten – oder Ihr Unternehmen – zu machen. Von unschätzbarem Wert ist daher eine Strategie für Cyber-Sicherheit, die sich der wandelnden Bedrohungslage anpasst. Nur 7 % der Kunden würden weiterhin bei einem Unternehmen kaufen, das wegen eines Datenverlustes oder -diebstahls in die Schlagzeilen gerät. Cyber-Kriminelle sind sehr kreativ und gehen auf unterschiedliche Weise vor. Sie greifen die Telefon- oder Sprachkanäle an, die am verwundbarsten sind, sind aber auch auf anderen Kanälen aktiv. Verizon hat CX-Lösungen entwickelt, die diese Cyber-Risiken minimieren.

Beispielsweise stellt VoIP Inbound Anti-Fraud and Authentication* (über Pindrop®) ins Netzwerk integrierte, innovative Tools zur Betrugserkennung und Authentifizierung bereit. Damit können Sie Auffälligkeiten im Callcenter untersuchen, die mit bestimmten Verhaltensweisen, Telefonnummern und Geräten von Kunden zusammenhängen. Die Authentifizierung von Kunden hilft zudem, Interaktionen besser zu personalisieren.

Verizon kann außerdem prüfen, wie leistungsfähig Ihr Management von Zwischenfällen ist. Nehmen Sie die Ergebnisse als Richtschnur für einen robusten Plan zur Abwehr der Risiken, die für Ihr Unternehmen die größte Bedrohung darstellen.

Individualisieren und beschleunigen Sie Transaktionen.

Ihre Kunden vertrauen Ihnen viele personenbezogene Daten an und erwarten, dass Sie diese für eine personalisierte CX einsetzen. Für rund 67 % der Kunden gehören Rabatte und Sonderangebote zu den beliebtesten Gegenleistungen für die Preisgabe ihrer Daten. Um innovative CX-Lösungen für die Analyse und Verwaltung von Kundendaten und die Entwicklung kundenorientierter Produkte und Dienstleistungen rund um künstliche Intelligenz und Virtual Reality wirksam zu nutzen, benötigen Sie ein intelligentes Netzwerk.

Verizon führt auf der Grundlage von IP-Technologie dynamisch Daten, die bei Kundeninteraktionen anfallen, aus dem Netzwerk und verschiedenen anderen Quellen zusammen und liefert auf dieser Grundlage ein nahtloses Kundenerlebnis. Ein wichtiger Baustein dieser Strategie ist das Verizon IP Contact Center (IPCC)..

Das IPCC stellt Kundenzentren verschiedene Anrufoptionen und Nummerntypen für ausgehende Anrufe zur Verfügung, ebenso Optionen für eingehende Anrufe, etwa Standard- und Premium-IPIVR. Darüber hinaus versorgt das IPCC weltweit agierende Unternehmen mit Berichts- und Management-Tools sowie leistungsfähigen Routingfunktionen, damit sie die Erwartungen Ihrer Kunden erfüllen können.

Entwickeln Sie Systeme für Ihre Kunden.



der Kunden stellen einem Unternehmen nur dann personenbezogene Daten zur Verfügung, wenn sie genau wissen, wie diese Daten genutzt werden

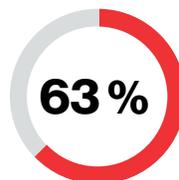
Kundenloyalität bedeutet Vertrauen. Dieses Vertrauen gewinnen Sie aber nur, wenn Sie zuerst Ihre Loyalität den Kunden gegenüber beweisen. Nur 8 % der befragten Kunden stellen einem Unternehmen personenbezogene Daten zur Verfügung, wenn sie nicht vorher wissen, wie diese Daten genutzt werden. Schätzen Sie Ihre Kunden für das, was sie sind, und nicht nur für das, was sie für Sie tun können. So gewinnen Sie ihr Vertrauen und ihre Loyalität.

Ein herausragendes Kundenerlebnis ist die einzige Möglichkeit, im Wettbewerb erfolgreich zu sein.

– Gordon Littley, Verizon Managing Director, Global CX Practice

Unsere Verizon CX Design Services helfen Ihnen, zu verstehen, was Ihre Kunden benötigen. Dazu analysieren wir ihr Feedback und entwickeln Lösungen, die die Lücke zwischen den Erwartungen der Kunden und Ihrem Service schließen. Mit unserer Hilfe erstellen Sie Kundenprofile, skizzieren die Customer Journey, entwickeln Fallszenarien und dokumentieren Ihre Strategie. So entsteht ein effektives und komfortables Kundenerlebnis, und Ihre Kunden werden Sie gerne weiterempfehlen.

Sind Sie bereit, Ihre CX fit für moderne Anforderungen zu machen?



der Kunden legen Wert auf einen bequemen Wechsel zwischen CX-Kanälen

Vertrauen Sie dieses Projekt einem Partner mit über 30 Jahren Erfahrung mit Kundenzentren an, denn wir wissen, dass Interaktionen mit Kunden heute individualisiert und intuitiv ablaufen müssen. Netzwerke treffen scheinbar eigenständige Entscheidungen. Bewertungstools erkennen Risiken. Lassen Sie uns aus diesen dynamischen Komponenten gemeinsam eine überzeugende CX gestalten.

Weitere Informationen:

Wenn Sie mehr über Informationen und Lösungen zur Verbesserung der CX erfahren möchten, wenden Sie sich an Ihren Ansprechpartner bei Verizon oder besuchen Sie uns unter enterprise.verizon.com/cx

© 2019 Verizon. Alle Rechte vorbehalten. Der Name Verizon und das Verizon-Logo sowie alle anderen Namen, Logos und Slogans, die sich auf die Produkte und Dienste von Verizon beziehen, sind Marken und Dienstleistungszeichen oder eingetragene Marken und Dienstleistungszeichen von Verizon Trademark Services LLC oder seinen angeschlossenen Unternehmen in den USA und/oder anderen Ländern. Alle anderen Marken und Dienstleistungszeichen sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.

* Es sind nicht alle Services in allen Ländern verfügbar. Fordern Sie weitere Informationen bei Ihrem Verizon-Ansprechpartner an.

Alle Zahlenangaben stammen aus dem Verizon-Bericht „Wettbewerbsvorteile durch eine moderne CX: Risiken und Potenzial eines Kundenerlebnisses der nächsten Generation“. Grundlage sind eine Online-Umfrage unter 6.000 Teilnehmern in 15 Ländern sowie qualitative Interviews mit CX-Fachleuten. Die Untersuchung wurde von Longitude, einem Unternehmen der Financial Times Group, durchgeführt.