

Performanceschub durch innovative Chat-Technologien

Wie Unternehmen dem digitalen
Kommunikationsanspruch ihrer Kund:innen
gerecht werden und nachhaltig
die Kundenzufriedenheit verbessern



Schon gewusst?



69 Mio.

Menschen nutzen voraussichtlich im Jahr 2023 ein Smartphone in Deutschland.



42 Mio.

WhatsApp Nachrichten werden weltweit alle 60 Sekunden verschickt.



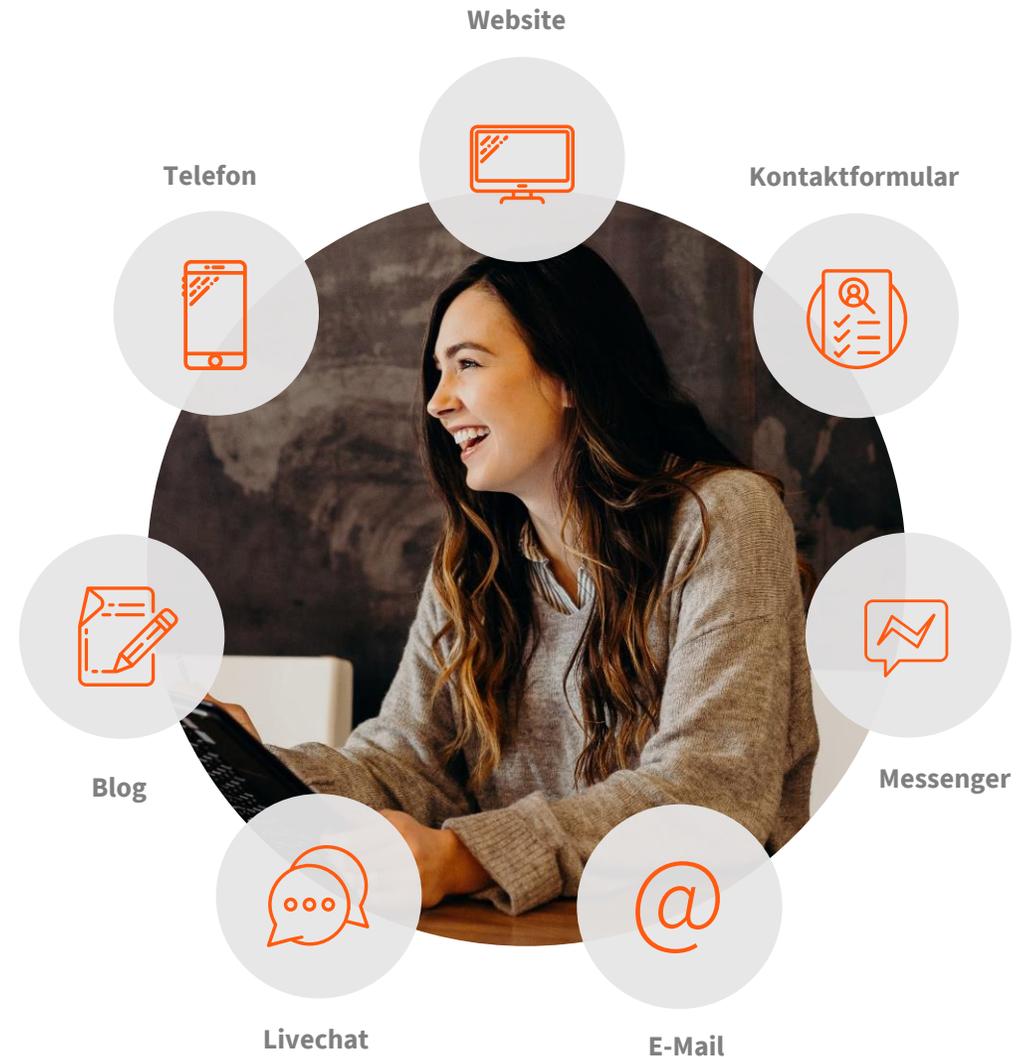
82%

der Verbraucher:innen ist es wichtig oder sehr wichtig, „sofort“ eine Antwort zu bekommen.

Die Digitalisierung nimmt Tempo auf

In einer Zeit voller Herausforderungen und Umbrüchen schreitet die Digitalisierung in allen Bereichen des beruflichen und privaten Lebens in großen Schritten voran. Noch nie zuvor standen so viele Kommunikationskanäle zur Verfügung.

Im gleichen Maße sind die Ansprüche an eine digitale Kommunikation mit Unternehmen gestiegen. **Eine freie Wahl des Kontaktkanals** wird heutzutage von Kund:innen erwartet.



**Ist Ihr Unternehmen auf diese
Anforderungen vorbereitet?**



Während die Kommunikation immer digitaler und schneller wird, steigert sich die Komplexität der Customer Journey durch die Vielzahl der Touchpoints mit Unternehmen.



Nur 40%

der Unternehmen haben diese Entwicklung erkannt und passen Ihre Kommunikationsstrategie dementsprechend an.

Im Mittelpunkt dieser geforderten Omnichannel-Kommunikation steht immer die **Customer Experience**, also das Kundenerlebnis.

Denn zufriedene Kund:innen kommen wieder und empfehlen Unternehmen weiter. Jedes Unternehmen sollte daher auf den Lieblingskanälen seiner Kund:innen erreichbar sein.

Das Internet wird heute von ungefähr 4 Milliarden Menschen verwendet. Rund 3,5 Milliarden Menschen weltweit nutzen ein Smartphone.

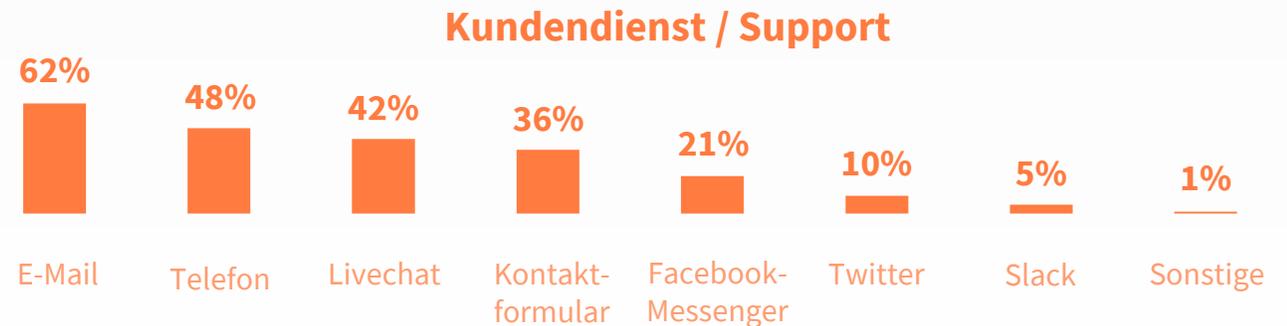
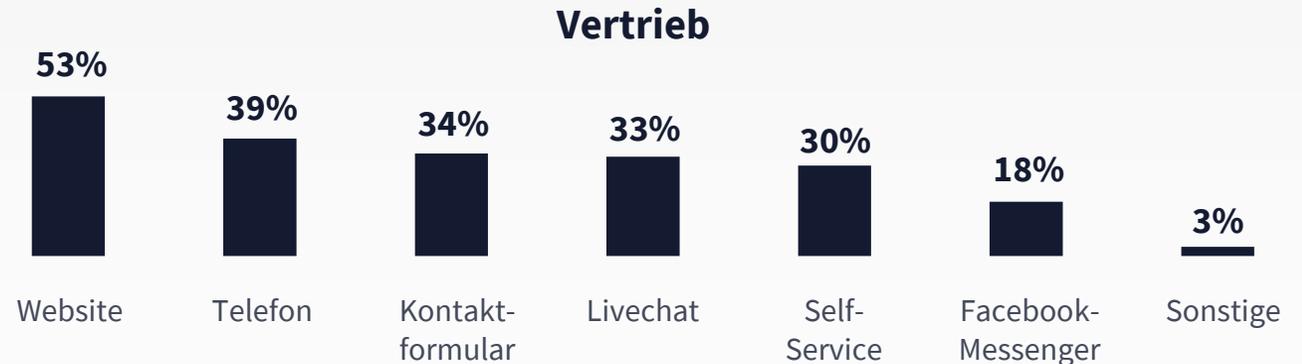
Sowohl das Internet als auch das Smartphone sind nicht mehr wegzudenken und müssen deshalb einen elementaren Bestandteil innerhalb der kundenzentrierten Kommunikation eines jeden Unternehmens einnehmen.

Die Grafik zeigt deutlich, dass Kund:innen in jeder Phase der Customer Journey über verschiedene Kanäle mit Unternehmen in Kontakt treten wollen. Dabei stellt der **Livechat** einen wichtigen Kanal dar.

Smartphone-Nutzer:innen haben sich an die einfache und schnelle Art der Kommunikation gewöhnt, was sich in der Auswahl der Kontaktkanäle wiederfindet.

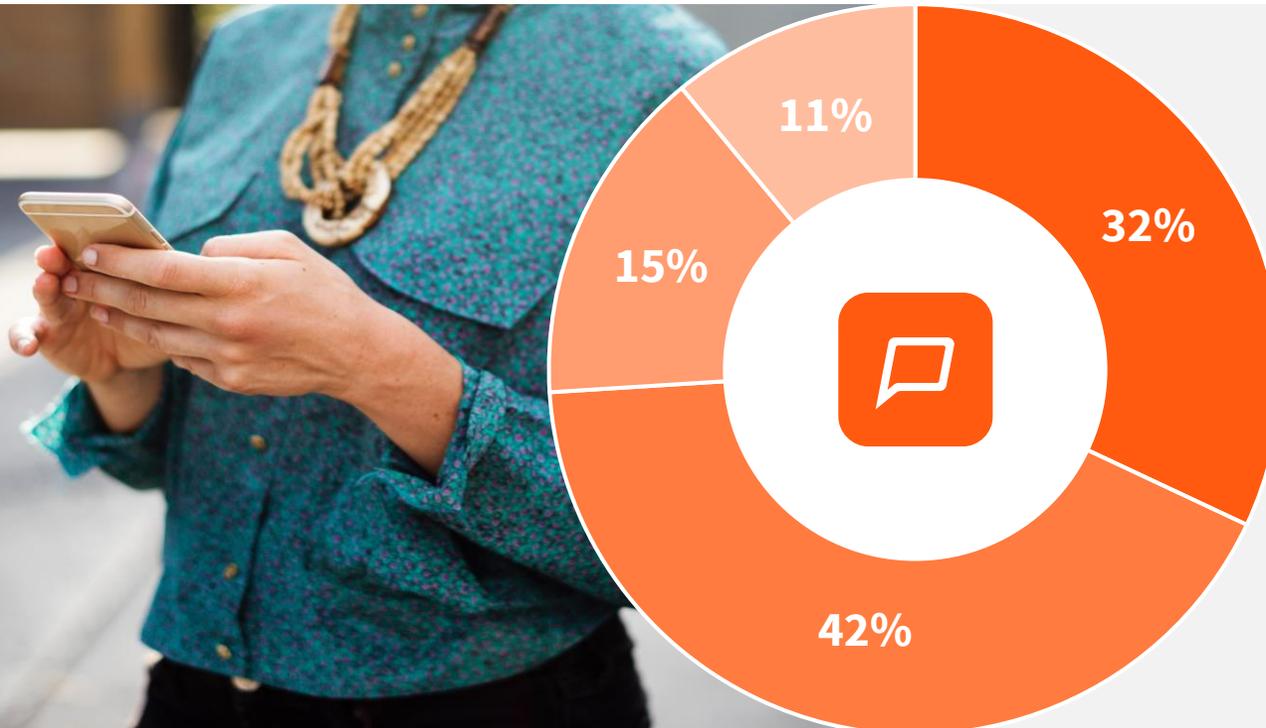
So möchten Verbraucher:innen mit Unternehmen interagieren

(nach Phasen der Customer Journey)



Jedoch bietet aktuell **nur ein Drittel (32%)** der befragten Unternehmen auf ihrer Website einen Livechat an.

42% der Unternehmen planen sogar aktuell noch keinen Einsatz eines Livechats.

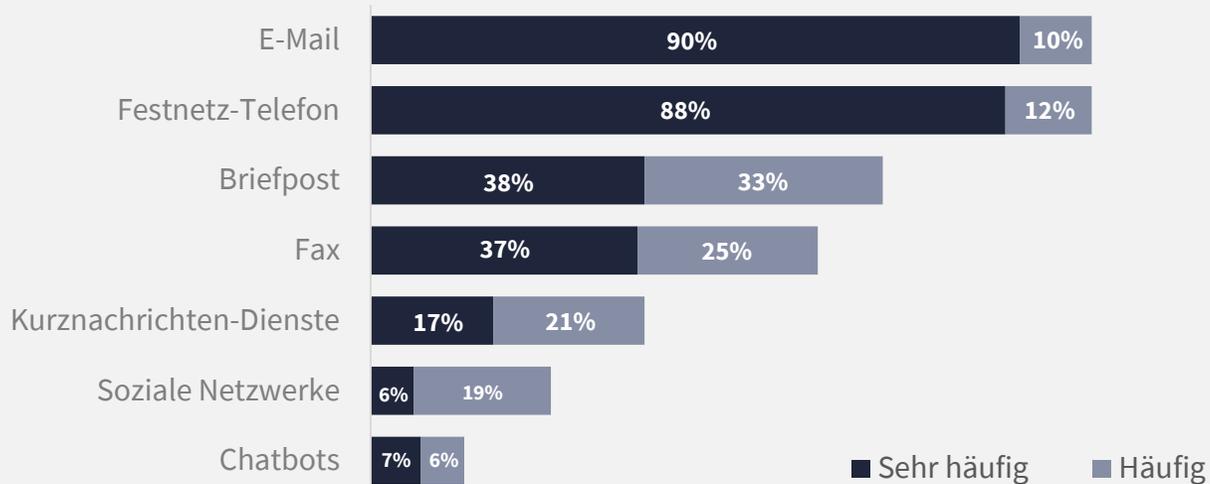


Nutzen Sie auf Ihrer Website Livechat?

- Ja.
- Wir planen aktuell keinen Einsatz von Livechat-Software.
- Wir planen, Livechat-Software in den nächsten 6 Monaten einzuführen.
- Wir planen, Livechat-Software in den nächsten 6 bis 12 Monaten einzuführen.

So kommunizieren Unternehmen in Deutschland

Nutzung von Kanälen für interne/externe Kommunikation durch Unternehmen (in %)



Unternehmen machen oft den Fehler, Kund:innen in dem Kanal bedienen zu wollen, der ihnen selbst am besten passt.

Das ist weder zeitgemäß noch im Sinne der Kund:innen. Unternehmen legen weiterhin den Fokus auf die traditionellen Kanäle wie Telefon und E-Mail.

Kommunikations- wunsch



Unternehmens- angebot

Der Kundenanspruch entwickelt sich schneller als die Innovationskraft der Unternehmen im Hinblick auf angebotene Kommunikationskanäle.

Die Erwartungshaltung der Kund:innen ist hierbei klar: **Sie wollen auf ihren Lieblingskanälen mit Unternehmen nahtlos und ohne Medienbruch kommunizieren.**

Werden Kund:innen direkt bei der Kontaktaufnahme von ihrem präferierten Kanal wegnavigiert, startet der Kontakt mit dem Unternehmen direkt mit einer negativen Erfahrung. Dadurch wird Bereitschaft zum Wechsel des Unternehmens, der Marke oder des Produkts gesteigert. Dieses Risiko muss durch die richtigen Maßnahmen verringert werden!



63%

der Kund:innen geben an, dass sie zu einer Website/Unternehmen zurückkehren, wenn ein Livechat geboten wird.

QUELLE: TECHJURY



80%

der Kund:innen geben an bereits nach einer schlechten Erfahrung zu einem Wettbewerber zu wechseln.

QUELLE: HUBSPOT

Die drei elementaren Kundenansprüche an die Kommunikation mit Unternehmen:



Schnelligkeit

Kund:innen erwarten schnelle Antworten

68% empfinden eine Verbesserung des Kundenerlebnisses durch schnelle Antworten

Zugänglichkeit

Zugang zu Marken jederzeit und überall

58% erwarten, dass sie sich mit einer Marke auseinandersetzen können, wann immer sie wollen

Bequemlichkeit

Die favorisierte Art der Kommunikation

52% bevorzugen die schriftliche Kommunikation

Die drei elementaren Kundenansprüche an die Kommunikation mit Unternehmen:

	 Telefon	 E-Mail	 Brief	 Livechat
Schnelligkeit				
Zugänglichkeit				
Bequemlichkeit				



**Ein Livechat ist das richtige Werkzeug,
um diesen Ansprüchen gerecht zu werden.**

Wann starten Sie?

Sprechen wir über Ihre Effizienzsteigerung



 040 466 666 110

 maximilian.hoff@optimise-it.de

Oder machen Sie unseren Quick Check im Livechat [auf unserer Website!](#)