

Salesforce Omni-Channel

Mit Salesforce Omni-Channel Kundenservice optimieren

Salesforce Omni-Channel: nahtloser Kundenservice

Salesforce Omni-Channel verknüpft innerhalb eines Unternehmens alle Kanäle miteinander, sei es Marketing und E-Commerce oder die Website mit einem Forum. Anstatt Daten auf vielen verschiedenen Plattformen zu speichern und einzeln zu betrachten, hilft Salesforce Omni-Channel dabei, alle Daten an einem Ort analysieren zu können, Arbeitsprozesse effizienter zu gestalten und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Was ist Salesforce Omni-Channel und warum sollten Sie es in Ihrem Unternehmen einsetzen? Das erfahren Sie hier:

Inhalt

Salesforce Omni-Channel: nahtloser Kundenservice	1
Was ist der Unterschied zwischen Omni-Channel und Multi-Channel Kundenservice?	3
Warum ist ein Omni-Channel Kundenservice wichtig?	3
Was ist Salesforce Omni-Channel?	3
Vorteile des Omni-Channel Kundenservices	4
Umfassendere Einblicke in das Kundenverhalten	4
Steigerung der Einkaufswahrscheinlichkeit und der Kundenzufriedenheit	4
Steigerung der Produktivität und Zufriedenheit der Kundenservicemitarbeiter	5
Kosteneinsparungen	5
Abgrenzung von Wettbewerbern	5
Wie funktioniert Salesforce Omni-Channel?	5
Omni-Channel Presence	5
Omni-Channel Routing	5
Omni-Channel Supervisor	6
Wo ist Salesforce Omni-Channel sinnvoll?	6
CRM	6
Zentrale Plattform für Kundendaten	6
KI-gestützte Customer Journey	6

Autor: Annika Franken, Online Marketing

Herausgeber: [comselect GmbH](#)

Veröffentlichung: April 2022

Lesedauer: 3 Minuten

Skalierbarkeit.....	6
Kundenzufriedenheit.....	7
Fazit	7
Kontakt	8

Was ist der Unterschied zwischen Omni-Channel und Multi-Channel Kundenservice?

Multi-Channel Kundenservice ist mittlerweile ein gängiges Tool vieler Unternehmen. Viele betreiben mehrere verschiedene Internetseiten, Plattformen und Apps. Kunden können mit dem Unternehmen in vielen verschiedenen Weisen interagieren.

Beim Multi-Channel Kundenservice muss der Kunde sich selbstständig orientieren und verliert möglicherweise schnell das Interesse, wenn das Wechseln zwischen den Kanälen zu aufwendig ist.

Omni-Channel Kundenservice bietet die Möglichkeit, die verschiedenen Plattformen miteinander zu verbinden. Der Kunde kann die Marke als nahtlose Einheit identifizieren, da die Berührungspunkte zwischen den verschiedenen Kanälen perfekt miteinander verknüpft sind. Der Kunde kann ein Unternehmen problemlos über Telefon, E-Mail, SMS, Social-Media oder Chat-Bots erreichen.

Warum ist ein Omni-Channel Kundenservice wichtig?

Bei vielen Unternehmen, die mit Multi-Channel Systemen arbeiten, sind die verschiedenen Kanäle nicht miteinander vernetzt. Online und Offline-Handel haben jeweils eigene Inventare, Portale und Webseiten haben andere Designs und sind nicht miteinander verknüpft. Dadurch wird die [Customer Journey](#), die für die meisten Kunden heutzutage von großer Bedeutung ist, kompliziert und der Kunde kann kein Gefühl für das Markenbild aufbauen. Somit steigt die Wahrscheinlichkeit, dass der Kunde sich von dem Unternehmen abwendet.

Ein Kunde erwartet heutzutage, dass die Interaktionen mit einem Unternehmen stromlinienförmig funktionieren und er im Laden sowie online eine einheitliche [Customer Experience](#) hat. Omni-Channel Kundenservice ermöglicht diese nahtlose Verknüpfung der verschiedenen Kanäle und sorgt somit für eine größere Kundenzufriedenheit.

Was ist Salesforce Omni-Channel?

Die [Salesforce](#) Service Cloud hilft Unternehmen dabei, einen guten Kundenservice zu etablieren. Die Plattform bietet [intelligente](#) und Produktivitäts-fördernde Tools, um Mitarbeitern und Managern personalisierten und proaktiven Kundenservice über verschiedene Kanäle und Geräte zu ermöglichen. Als agile, skalierbare Plattform passt sich die [Salesforce Service Cloud](#) unkompliziert an Wachstum und Veränderungen im Unternehmen und in Bezug auf Kundenbedürfnissen an.

Um einen Omni-Channel Kundenservice anzubieten, muss man die richtigen Informationen zur richtigen Zeit mit den richtigen Personen verknüpfen. Mit Omni-Channel bringt Salesforce in der [Service Cloud](#) genau die richtige Lösung. Omni-Channel schickt Arbeitsaufträge in Echtzeit an Mitarbeiter, indem es sogenannte Objekte verwendet. Dies sind unter anderem Anfragen, Chats, Leads und Posts in Sozialen Medien, die an Mitarbeiter zur Bearbeitung weitergeleitet werden.

Die Zustellung der Objekte ist abhängig von dem Arbeitsaufwand, der mit dem Objekt verbunden ist, und der freien Kapazität eines Mitarbeiters. Manager können Omni-Channel Routing verwenden, um die Größe und Priorität von Objekten festzulegen. [Salesforce](#) speichert die Objekte in Warteschlangen, bis ein Mitarbeiter Zeit für die Bearbeitung hat. Wenn man eine Warteschlange mit einer Routing-Konfiguration verknüpft, leitet Salesforce die Arbeit in der Warteschlange basierend auf der zugeteilten Größe, Modell und Priorität an Mitarbeiter weiter. Omni-Channel Presence erlaubt es den Mitarbeitern anzugeben, wann sie Zeit haben, Arbeitsaufträge zu erhalten und auf welchen Service-Kanälen. Manager können diese Features mithilfe des Omni-Channel Supervisors beobachten und daran erkennen, wo ihr Team derzeit in Bezug auf die Service-Ziele steht.

Vorteile des Omni-Channel Kundenservices

Umfassendere Einblicke in das Kundenverhalten

Durch das Analysieren von Kundeninteraktionen auf verschiedenen Kanälen, wie unter anderem Social Media, Foren und Webinaren, können Unternehmen tiefere Einblicke in das Kundenverhalten bekommen. Dadurch kann analysiert werden, welche Bedürfnisse Kunden auf den diversen Kanälen haben und das Unternehmen kann diese entsprechend anpassen.

Steigerung der Einkaufswahrscheinlichkeit und der Kundenzufriedenheit

Wenn es für Kunden zu aufwendig ist, eine Antwort auf ihre Frage zu finden, geben sie häufig den Kaufprozess auf. Für sie ist es angenehmer, wenn der Internetauftritt eines Unternehmens so gestaltet ist, dass der Zeitaufwand für den Kunden minimal ist. Dies vermittelt eine Wertschätzung des Unternehmens für die Zeit des Kunden.

Mit Self-Service Kanälen kommen Kunden schnell und einfach an Lösungen, auf dem Weg den sie bevorzugen. Durch die Unterstützung von Chat Bots und virtuellen Kundenservicemitarbeitern wird eine erfolgreiche [Customer Experience](#) ermöglicht, die die Kundenzufriedenheit steigert.

Steigerung der Produktivität und Zufriedenheit der Kundenservicemitarbeiter

Durch das Einsetzen von effizienten Kanälen wie Chat Bots, FAQ Portalen, Foren, [Communities](#) und Webinaren werden einfache Serviceanfragen an Mitarbeiter reduziert. Somit haben diese mehr Zeit, um sich mit komplexeren Themen und Anfragen zu befassen oder an Schulungen teilzunehmen.

Wenn sich ständig wiederholende, aber inhaltlich nicht anspruchsvolle Aufgaben wegfallen, haben Mitarbeiter wieder mehr Zeit und Motivation, sich ihrer Arbeit zuzuwenden, sind zufriedener und können eigenständiger arbeiten. Dadurch steigt auch die Loyalität zum Unternehmen.

Kosteneinsparungen

Mit der Verwendung von Omni-Channel Konzepten arbeiten Unternehmen effizienter und kostensparender als mit Strategien, bei denen alle Mitarbeiter mit den veralteten Telefonkanälen arbeiten müssen. Technische Systeme übernehmen bei Omni-Channel Konzepten eine große Menge der Aufgaben von Mitarbeitern.

Abgrenzung von Wettbewerbern

Omni-Channel Kundenservice ist eine zukunftsorientierte Entwicklung. Kunden, die mitbekommen, dass ein Unternehmen solche Innovationen als eines der Ersten einsetzt, werden sich das Unternehmen merken.

Wie funktioniert Salesforce Omni-Channel?

Omni-Channel Presence

Mitarbeiter legen hier ihre Verfügbarkeit fest, sodass sie die richtigen Aufträge erhalten, sobald sie verfügbar sind.

Omni-Channel Routing

Mitarbeiter erhalten die Arbeitsaufträge anhand eines Push-Modells, das die Arbeit aus mehreren Kanälen verteilt. Unternehmen können Aufträge anhand von Priorität, Alter des Auftrags, Verfügbarkeit eines Mitarbeiters, Kapazität sowie Kompetenz eines Mitarbeiters weiterleiten.

Durch [Künstliche Intelligenz](#) werden Aufträge oder [Leads](#) automatisch an den Mitarbeiter weitergeleitet, der am meisten Zeit hat und am besten zu dem Auftrag passt.

Die Effizienz der Mitarbeiter wird durch Omni-Channel Routing gesteigert. Serviceanfragen müssen nicht mehr auf vielen verschiedenen Kanälen bearbeitet werden, sondern können an einem Ort

gesammelt abgewickelt werden. Die Arbeitsaufträge an die Servicemitarbeiter erscheinen alle direkt in der Salesforce Workspace.

Omni-Channel Supervisor

Kundenservice-Manager sehen und managen Daten basierend auf den Prioritäten des Unternehmens. Sie beobachten Daten wie Wartezeiten, offene Aufträge, welcher Mitarbeiter an welchem Auftrag arbeitet und wer mehr Kapazitäten für Aufträge frei hat.

Manager können außerdem die Gespräche der Mitarbeiter mit den Kunden beobachten und hilfreiche Nachrichten versenden. Mitarbeiter können innerhalb ihrer Konversationen Meldungen an Manager senden, falls sie Hilfe benötigen.

Wo ist Salesforce Omni-Channel sinnvoll?

CRM

In einem [Customer Relationship Management \(CRM\)](#) System werden Kundendaten und Kundeninteraktionen aufgezeichnet sowie Kundenkonten verwaltet. Wenn dieses in ein Omni-Channel System integriert wird, können Unternehmen eine noch zielgerichtetere [Customer Journey](#) liefern und effizienter arbeiten, da alle Daten miteinander verknüpft werden und den Mitarbeitern an einer Stelle angezeigt werden, sodass weitere Handlungen leicht erkennbar sind.

Zentrale Plattform für Kundendaten

Ein Omni-Channel System muss für die Mitarbeitenden transparent sein und für jeden aus den Bereichen [Marketing](#), E-Commerce, [Vertrieb](#) und Kundenservice zugänglich sein. Nur so kann Kunden eine optimale Customer Journey geboten werden, in der alle Kanäle miteinander verbunden sind.

KI-gestützte Customer Journey

Durch die Unterstützung von Salesforce Omni-Channel können Customer Journeys noch personalisierter werden. Omni-Channel greift auf alle Kundendaten zurück und analysiert das Kundenverhalten, sodass durch [Marketing Automation](#) eine individuell zugeschnittene Customer Journey entstehen kann. Mitarbeiter werden dadurch stark entlastet.

Skalierbarkeit

Salesforce Omni-Channel hilft einem Unternehmen dabei, sich schnell anpassen zu können. Bei wechselnden Anforderungen und starkem Wachstum braucht ein Unternehmen ein System, das es ermöglicht, Webseiten und Anwendungen anzupassen und neue Märkte zu erschließen, ohne das ganze System überarbeiten zu müssen.

Kundenzufriedenheit

Der Einsatz von [Salesforce](#) Omni-Channel erhöht die Kundenzufriedenheit eines Unternehmens, da die Kunden nahtlos zwischen bevorzugten Kanälen hin und her wechseln können. Außerdem werden all ihre Daten direkt miteinander verknüpft, was einen ganzheitlicheren Service ermöglicht, in dem alle bisherigen Interaktionen mit einem Kunden, von allen Kanälen, berücksichtigt werden.

Fazit

Salesforce Omni-Channel macht den Arbeitsalltag der Mitarbeitenden effizienter, da alle Kanäle und Daten miteinander verbunden sind. Außerdem werden aufwendige Arbeitsschritte und die lästige manuelle Recherche zu einzelnen Kunden eliminiert. Die Kundenzufriedenheit des Unternehmens steigt, da die Mitarbeitenden anhand aller bisherigen Interaktionen ein klareres Bild über die Bedürfnisse des Kunden erhalten. Salesforce Omni-Channel verteilt Arbeitsaufträge automatisch auf die Mitarbeitenden, die am meisten Zeit haben und am besten zu der Aufgabe passen, sodass auch die organisatorischen Aufgaben von Managern teilweise übernommen werden. Ein effizienteres und zielführenderes Arbeiten wird somit ermöglicht.

Weitere Informationen zu Salesforce Omni-Channel [finden Sie hier](#).

Kontakt

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Seit 2002 unterstützen wir unsere Kunden bei der Einführung und Anpassung von Salesforce auf individuelle Unternehmensbedürfnisse. Mit dieser Erfahrung können wir sicher auch Ihnen ein zuverlässiger Partner sein. Ob Konzern, Mittelstand oder KMU – wir kennen die Herausforderungen in vielen Branchen und entwickeln auch für Sie die optimale Lösung.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf:

Comselect Gesellschaft für Relationship Management mbH

Bernd Bittner, Sales Director CRM Services

Telefon: 0621 / 76133 500

Email: info@comselect.de

Web: <https://comselect.de>

Wir über uns.

comselect ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit Hauptsitz in Mannheim und Niederlassung in Augsburg. Unsere Experten aus den Bereichen CRM Consulting, künstliche Intelligenz, digitales Marketing und Prozesse haben sich auf die Umsetzung komplexer Projekte, von der strategischen CRM Beratung, über die Konzeption bis zur Umsetzung, spezialisiert. Seit 2002 sind wir der führende Partner für den deutschen Mittelstand. Unser Branchenschwerpunkt ist die herstellende Industrie. Unsere Berater treffen Sie in Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart.