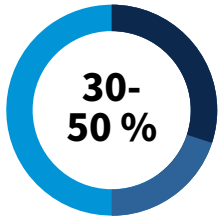


AVAYA

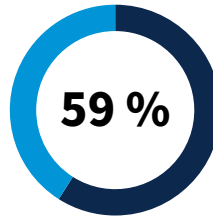
DER MENSCH IM MITTELPUNKT – MOTIVIERTE CONTACT CENTER AGENTEN



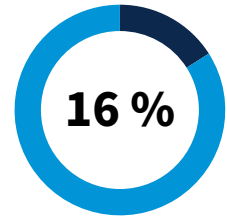
Mit wenigen Ausnahmen war die Arbeit im Homeoffice in der Contact Center-Branche in den letzten Jahren auch weiterhin stark verbreitet. Schätzungsweise 30-50 % der Contact Center-Agenten arbeiten derzeit von zu Hause aus. Das sind mehr als doppelt so viele wie der **weltweite Durchschnitt von 16 %**. Agenten sind für diese Art von Arbeit bestens gerüstet, wenn man bedenkt, dass erstaunliche 59 % der Arbeitnehmer eher Arbeitgeber bevorzugen würden, die die Möglichkeit zur Fernarbeit bieten, im Vergleich zu jenen, bei denen dies nicht der Fall ist.



der Contact Center-Agenten arbeiten derzeit aus dem Homeoffice



der Arbeitnehmer würden sich wahrscheinlich für einen Arbeitgeber entscheiden, der die Möglichkeit zur Telearbeit bietet, gegenüber jenen, die dies nicht tun



der globalen Unternehmen arbeiten vollständig aus dem Homeoffice

Wäre die Möglichkeit zur Telearbeit ausreichend, hätte die Branche jedoch nicht immer noch die weiterhin notorisch hohe Fluktuationsrate. Die Unternehmen sind nach wie vor in einer Drehtürsituation gefangen: Sie stellen Agenten ein und schulen sie, erleben dann aber, wie diese wieder gehen. Das kostet **bis zu 20.000 USD pro Agent**. Diese Arbeitnehmer mit direktem Kundenkontakt erfahren aufgrund von ständigem arbeitsbedingtem Stress eine ungewöhnlich hohe körperliche, emotionale und geistige Erschöpfung. Anspruchsvolle Leistungsziele, schwierige Kundeninteraktionen, lange Arbeitszeiten (ja, sogar von zu Hause aus) und wenig Kontrolle über hohe Arbeitsbelastungen ... all das häuft sich an. Remote-Agenten sind durch die Arbeit von zu Hause aus zudem mit Isolation und Ablenkungen konfrontiert – das Teilen eines Arbeitsplatzes mit anderen, Lärmbelästigung und so weiter.



Es kostet zwischen

10.000 und 20.000 USD,
um einen Call Center-Agenten zu ersetzen

Die Reduzierung von Burnout bei Agenten hat für die Leiter von Contact Centern höchste Priorität. Die Technologie scheint die passende Antwort zu sein. Aber ist sie das auch? Ja und Nein. Wir dürfen das menschliche Erlebnis (HX) nicht aus den Augen verlieren, denn es ist ein entscheidender Faktor für die Agenten, der letztlich auch die Kundenerfahrung prägt. In diesem Guide wird anhand wichtiger Beispiele von Avaya und seinen Kunden die besondere Rolle der Technologie bei der Unterstützung dieser Dynamik untersucht, insbesondere für Remote-Contact Center-Agenten.

Man kann Millionen in Cloud, künstliche Intelligenz und Automatisierung stecken, was viele Unternehmen auch tun. Dennoch können diese Investitionen in Innovationen den menschlichen Faktor bei der Agentenerfahrung nicht eliminieren.

Unternehmen müssen Innovationen so vorantreiben, dass sie diesen zentralen menschlichen Faktor stärken können. In der heutigen Erfahrungswelt, in der gute Kundenerlebnisse höchste Priorität haben, liegt der größte Wert dort, wo Unternehmen über ihr wertvollstes und teuerstes Kapital verfügen: bei ihren Mitarbeitern.



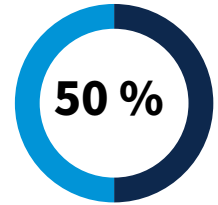
In der Welt des Kundenservices sind Investitionen in Innovationen typischerweise auf Kundenerfahrung, Betriebseffizienz und Leistung ausgerichtet. So können durch den Einsatz von Cloud-Technologien wie KI und Automatisierung Faktoren wie beispielsweise die durchschnittliche Bearbeitungszeit und die Lösungsdauer beim ersten Anruf verkürzt werden, um die Kosten zu senken und den Erfolg der Agenten zu steigern. Diese Überlegungen sind für betriebliche Verbesserungen unbedingt notwendig. Daneben gibt es aber noch weitere Optionen, die menschliche Erfahrung der Agenten zu verbessern.

Hier sind drei Möglichkeiten, wie Unternehmen KI nutzen können, um die menschliche Erfahrung von Agenten zu verbessern, die Bindung zu fördern, die Fluktuation zu verringern und insgesamt bessere Ergebnisse zu erzielen:

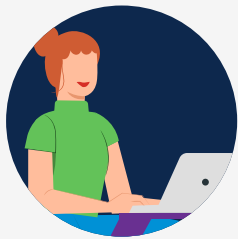


1: KI-Emotions-Tracking

Über 50 % der großen Arbeitgeber in den USA nutzen mittlerweile das KI-gestützte Emotions-Tracking, um die innere Verfassung der Mitarbeiter besser zu verstehen.



Avayas „Innovation without Disruption“ ermöglicht es Unternehmen, diese Innovation in ihre vorhandene Plattform, Public Cloud, Private Cloud sowie lokale oder hybride Umgebungen zu integrieren. So sind Dienste wie Achtsamkeitstraining, Motivations-Bots und Trainingsplanung direkt vom Desktop jedes Agenten aus zugänglich.



2: „Das Team zum Agenten bringen“

Eine leistungsstarke Suite aus KI-Tools, darunter AI Agent Assist, Übersetzung und Transkription sowie automatisierte Nachbearbeitung optimieren die Leistung und schaffen eine besser vernetzte Umgebung, in der Remote-Agenten jederzeit und überall auf die benötigten Informationen zugreifen können. Zudem haben Agenten bei Bedarf problemlos Zugriff auf Fachexperten innerhalb der Organisation, darunter auch Experten außerhalb des Contact Centers, um diese bei Bedarf in die Kundeninteraktionen einzubeziehen.



3: Gamification

Gamification (die Anwendung spielerischer Elemente wie Punktevergabe, Wettbewerb mit anderen und Spielregeln für die Schulung und Einbindung von Agenten) ist nichts Neues. Die Technologie in diesem Bereich entwickelt sich jedoch rasant weiter und bietet spannende neue Möglichkeiten, Remote-Agenten einzubinden, Ziele zu kommunizieren, Erfolge zu messen und anzuerkennen und zur Zusammenarbeit anzuregen. Avayas Innovationsansatz ermöglicht es Unternehmen, schnell Daten aus dem gesamten Contact Center zu nutzen und über Preise und Abzeichen hinaus wirkungsvolle Gamification-Programme mit Zielen, Wettbewerb, sozialen Interaktionen, Belohnungen und Coaching für die flexible Arbeitswelt bereitzustellen.

So profitieren Avaya-Kunden

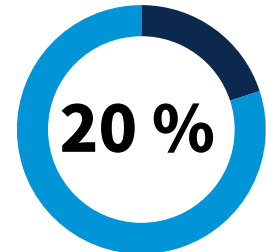
Eine bekannte Marke im australischen Reise- und Tourismussektor verfügt über eine der höchsten Kundenbindungsraten der Branche, da sie Innovation und menschliche Erfahrung in Einklang bringt.

Das Unternehmen führt dies auf seine Team-Community-Kultur und die Flexibilität bei der Arbeit im Büro bzw. an entfernten Standorten zurück, wobei die Technologie von Avaya im Hintergrund dafür sorgt, dass alle miteinander verbunden, unterstützt und sinnvoll eingebunden bleiben.

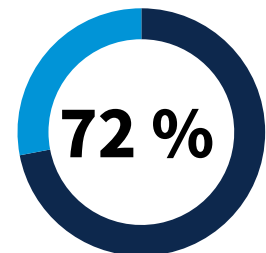
Der große und renommierte Zusatzversicherungsanbieter Aflac konnte die Fluktuation unter den Agenten um 20 % senken und die Beschäftigungsdauer spezialisierter Agenten innerhalb von 18 Monaten um 72 % steigern, indem er die Agenten in den Mittelpunkt rückte.

Eine Möglichkeit, mit der das Unternehmen Innovation mit menschlicher Erfahrung verbindet, ist das intelligente Anrufrouting, um z.B. eine spezielle Betreuung von Kunden zu gewährleisten, die zum ersten Mal intensive Betreuung benötigen. Avaya stellt im Hintergrund sicher, dass Anrufer an ein spezialisiertes Expertenteam weitergeleitet werden, das in der Lage ist, mit sehr sensiblen Versicherungsnehmern zu arbeiten. Nach dem Anruf sorgt die smarte Software dafür, dass diese Agenten, die wahrscheinlich ein sehr anspruchsvolles und heikles Gespräch hinter sich haben, nicht direkt wieder am Telefon sind, damit sie die Möglichkeit haben, sich eine mentale Pause zu gönnen.

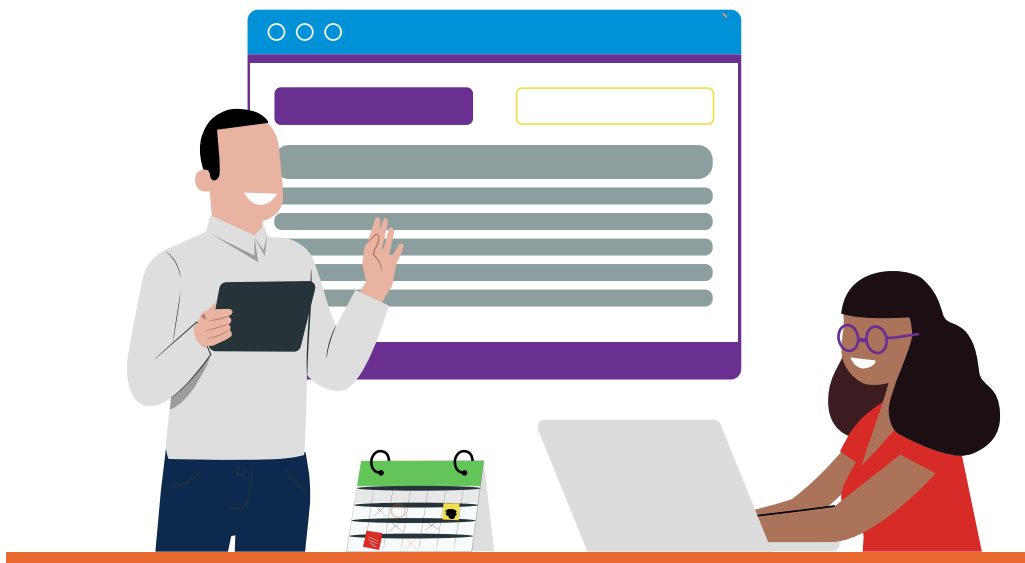
Aflac reduzierte die Mitarbeiterfluktuation um



Aflac steigerte die Beschäftigungsdauer von erfahrenen Agenten um



in 18 Monaten



Was versteht man unter Avayas Ansatz „Innovation without Disruption“? Und wie hilft er Unternehmen dabei, Innovationen zu entwickeln, die die menschliche Erfahrung verbessern?

Die Routing- und Verwaltungsinfrastruktur ist in den meisten Unternehmensumgebungen kompliziert und komplex. Die Unternehmen sollten daher nicht gezwungen sein, große Investitionen in bestehende strategische Vor-Ort-Lösungen aufzugeben, um auf neue Cloud-Technologien wie KI umzusteigen. Das Ziel besteht vielmehr darin, die bestehende Umgebung zu erweitern.

Dies ist der Ansatz **„Innovation without Disruption“** von Avaya.



Durch die Nutzung neuer Technologien muss die Ausfallsicherheit nicht aufs Spiel gesetzt werden.

Stattdessen können Unternehmen ihren Betrieb nahtlos weiterführen und Innovationen nach ihren Bedingungen nutzen – so wird die die „Angst vor Veränderung“ reduziert und es können schneller greifbar bessere Geschäftsergebnisse erzielt werden.



Um Innovationen zu fördern, muss man nicht alles, was funktioniert, über Bord werfen.

Stattdessen fungiert die zentrale CX- oder Contact Center-Plattform des Unternehmens als Integrator für neue Innovationen.



Es besteht keine Notwendigkeit, blindlings irgendwelchen Trends hinterherzujagen und Unterbrechungen zu riskieren.

Unternehmen können Innovationen leichter umsetzen, indem sie mit Partnern zusammenarbeiten, die ihnen eine nahtlose Integration bieten. So können sie neue Technologien auf eine Weise nutzen, die ihrem Geschäft wirklich nützt.

Innovationen müssen sich nicht unnötig auf die Stabilität auswirken. Entwickeln Sie Strategien, die den menschlichen Faktor in den Mittelpunkt stellen, um die Erfahrungen der Agenten und Kunden zu verbessern und die Unternehmensleistung zügig zu steigern, ohne dabei eine vollständige Umstellung auf eine Cloud-Plattform zu erzwingen.

Erfahren Sie mehr darüber, wie Avaya die Hindernisse für Innovationen beseitigt und schneller den Weg zu greifbaren Geschäftsergebnissen ebnet.

AVAYA

©2024 Avaya LLC. Alle Rechte vorbehalten. Avaya und das Avaya-Logo sind Marken von Avaya LLC und in den Vereinigten Staaten und anderen Ländern eingetragen. Bestimmte Marken, die mit ®, TM oder SM gekennzeichnet sind, sind eingetragene Marken, Warenzeichen bzw. Dienstleistungsmarken von Avaya LLC. Alle anderen Marken sind Eigentum der jeweiligen Inhaber.

08/24 • CC15965DE