

8 METHODEN

wie Sie sich das Analysieren
zu eigen machen



Inhalt

104



K54



56



22



35



85



13



T4



23



00

Warum sollten Sie sich Analysen zu eigen machen?

01

Navigieren im Datenmeer

02

Durch die Höhen und Tiefen des Kundenerlebnisses wandern

03

Erst nach den „Low Hanging Fruits“, dann nach höheren Zielen greifen

04

Erfolgreich den Abgrund unterbrochener Customer Journeys überqueren

05

Der schnelle Weg zum Erfolg

06

Hoch hinaus in die Cloud

07

Licht ins Dunkel der Compliance bringen

08

Durch kontinuierliche Unternehmensführung den Weg weisen

//

NICE Nexidia: Was wir tun



00

WARUM SOLLTEN SIE SICH ANALYSEN ZU EIGEN MACHEN?

Wir alle wollen von den Vorteilen profitieren, die Analysen versprechen. Wir wollen die richtigen, datengestützten Entscheidungen treffen, um das Kundenerlebnis und Unternehmenseffizienz zu verbessern.

Vielen Unternehmen gelingt es jedoch nicht, ihre Analysen sinnvoll umzusetzen. Es ist nämlich gar nicht so einfach, endgültige Entscheidungen zu treffen, wenn mehrere Datenquellen und unendlich viele Variablen und Möglichkeiten berücksichtigt werden müssen.

Analysen haben tatsächlich das Potenzial, zur Lösung unserer dringendsten Probleme beizutragen, und sollten nicht in der Masse der Informationen untergehen. Analysen müssen ein fester Bestandteil der Strukturen, Methoden und Prozesse in Ihrem Unternehmen sein. Nur dann können sie ihre Wirkung voll entfalten. Und genau das verstehen wir unter „sich Analysen zu eigen machen“.

In diesem eBook werden 8 Methoden vorgestellt, wie *Sie* sich Analysen zu eigen machen können. Sie werden überrascht sein, wie schnell Analysen mit unserer Unterstützung in Ihrem Unternehmen zur zweiten Natur und schon bald Ihre Geschäftsergebnisse positiv beeinflussen werden.

01

NAVIGIEREN IM DATENMEER

Um auf Daten reagieren zu können, müssen Sie sich zunächst einen Überblick verschaffen. Wertvolle Erkenntnisse lassen sich nur dann gewinnen, wenn Sie die gesamte Datenmenge betrachten und 100 % Ihrer Daten analysieren. Schauen Sie über den Tellerrand hinaus, um die Customer Journey zu verstehen, und tauchen Sie vollständig in das Contact Center ein, um sich einen besseren Einblick in die wiederkehrenden Muster in den Berührungspunkten mit den Kunden zu verschaffen. Wenn Sie den Kontext des Kundenverhaltens kennen, können Sie Ihre Kunden besser verstehen. Und wäre das nicht ein echter Pluspunkt?



TIPP

Um in den unendlichen Mengen von Daten nicht unterzugehen, sollten Sie festlegen, welche konkreten Ergebnisse Sie erzielen möchten, und sich bei der Durchführung von Analysen davon leiten lassen.

02

DURCH DIE HÖHEN UND TIEFEN DES KUNDENERLEBNISSES WANDERN

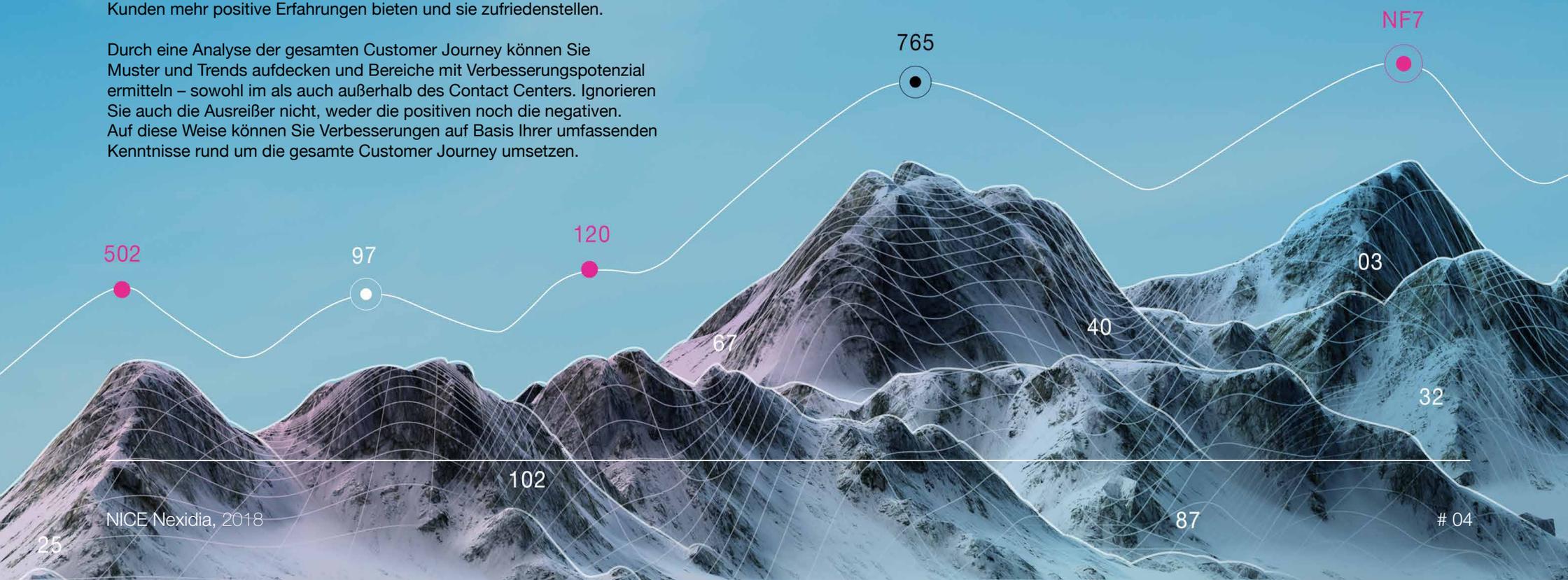
Durchwandern Sie die Höhen und Tiefen des Kundenerlebnisses, um mehr über die Vorlieben und Abneigungen Ihrer Kunden zu erfahren. Mithilfe unserer auf künstlicher Intelligenz basierenden Sentiment-Analyse können Sie feststellen, was bei Ihren Kunden zu Missstimmungen und Unzufriedenheit führt. Auf diese Weise können Sie entsprechend gegensteuern und eine hohe Kundenzufriedenheit sicherstellen. Doch auch die Höhen geben wichtige Einblicke. Wenn Sie wissen, was Ihre Kunden glücklich macht, können Sie negative Erfahrungen vermeiden, indem Sie Kunden mehr positive Erfahrungen bieten und sie zufriedenstellen.

Durch eine Analyse der gesamten Customer Journey können Sie Muster und Trends aufdecken und Bereiche mit Verbesserungspotenzial ermitteln – sowohl im als auch außerhalb des Contact Centers. Ignorieren Sie auch die Ausreißer nicht, weder die positiven noch die negativen. Auf diese Weise können Sie Verbesserungen auf Basis Ihrer umfassenden Kenntnisse rund um die gesamte Customer Journey umsetzen.



KUNDENBERICHT: KUNDENBINDUNG

Ein großer Kommunikationsanbieter erstellte mithilfe von NICE Nexidia Analytics ein Vorhersagemodell, das vor möglichen Kundenabwanderungen warnt. Nach der Implementierung des Modells konnte das Unternehmen die Kundenstimmung besser einschätzen und so 30 % mehr abwanderungsgefährdete Kunden ermitteln. Als Konsequenz wurden das Inbound-Kundenbindungsprogramm umstrukturiert und ein Outbound-Programm eingeführt, um sich um abwanderungsgefährdete Kunden zu kümmern. In 60 % der Fälle konnte eine Abwanderung erfolgreich verhindert werden. Das entspricht 18 Millionen US-Dollar an jährlichen Einnahmen.





03

FANGEN SIE MIT DEN EINFACHEN ZIELEN AN UND SETZEN SIE HOHE ZIELE

Wenn Sie die Leiter der Ziele hinaufklettern, sollten Sie das angestrebte Ergebnis niemals aus den Augen verlieren, ob Vertriebseffizienz, Kundenbindung, Kostenmanagement, Compliance oder Kundenzufriedenheit. Jede Sprosse führt zu unterschiedlichen Endpunkten, einige sind einfacher zu erreichen, andere kosten mehr Zeit. Mithilfe der einfach erreichbaren Zielen können Sie Kostensenkungsmaßnahmen umsetzen, wie die Verringerung der AHT oder die Steigerung der FCR. Das ist ein guter Anfang, und von hier aus erreichen Sie auch die begehrteten Ziele, die schwieriger zu erreichen sind, wie Kundenzufriedenheit, Kundenbindung und Kundentreue. Um diese Ziele zu erreichen, müssen Sie nicht nur das Contact Center betrachten, sondern die gesamte Customer Journey.



KUNDENBERICHT: AHT & FCR

Ein Krankenversicherer setzt NICE Nexidia Analytics ein, um Verwirrung bei Kunden im Hinblick auf Vorabgenehmigungen während der laufenden Untersuchungsphase zu identifizieren. Dieser Prozess sowie weitere allgemeine Prozesse rund um Erstattungsansprüche und Kostenübernahmen wurden optimiert. Ergebnis war eine Verbesserung der durchschnittlichen Bearbeitungszeit (Average Handle Time, AHT) von 20 % und der Erstlösungsquote (First Call Resolution, FCR) von 15 %. Im ersten Jahr betrug die Ersparnis rund 213.000 US-Dollar.

04

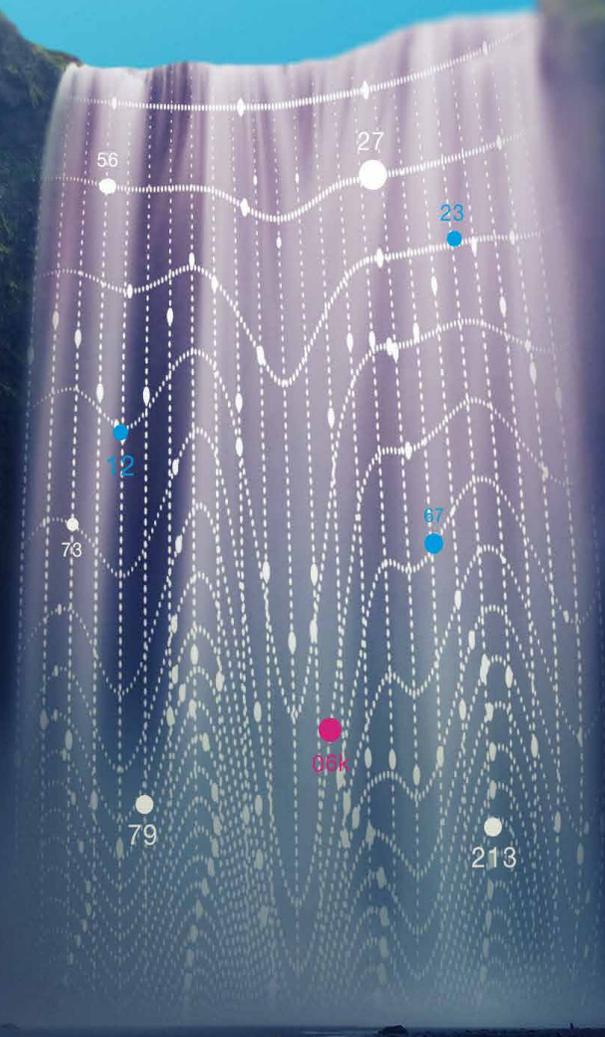
ERFOLGREICH DEN ABGRUND UNTERBROCHENER CUSTOMER JOURNEYS ÜBERQUEREN

Bei der Analyse der Customer Journey ist es besonders wichtig, herauszufinden, wo Lücken vorhanden sind und wo die digitale Interaktion streichen endet. Suchen Sie nach Problemen, die bei wiederkehrenden Interaktionen auftreten. Auf diese Weise können Sie Bereiche identifizieren, in denen Geschäftsprozesse unterbrochen sind oder Kundenverwirrung entsteht, denn diese Probleme können Sie teuer zu stehen kommen. Denn letztendlich möchten Sie den Aufwand für den Kunden verringern und ihm das bieten, was er benötigt. Dadurch wird der IVR-Self-Service verbessert und verhindert, dass die Kunden in der IVR abbrechen.



KUNDENBERICHT: IVR-OPTIMIERUNG

Ein Unternehmen aus dem Gesundheitssektor, das NICE Nexidia IVR Optimization einsetzt, konnte bisher unbekannte Erkenntnisse in seinem Contact Center gewinnen. Dazu gehörte auch die Erkenntnis, dass ein hoher Prozentsatz von Kunden, die mehrmals Kontakt mit dem Kundendienst aufnehmen, Kosten in Höhe von rund 2,5 Millionen USD verursachen. Die IVR-Optimierungslösung ermöglichte ein besseres Verständnis dafür, warum Kunden bei ihrem ersten Anruf unzufrieden waren und es oft zu Verwirrung über den Erstattungsprozess kam. Dank der Angebote von NICE Nexidia konnten höhere Returns on Investment als erwartet erzielt und zudem weitere Bereiche mit Verbesserungspotenzial ermittelt werden, wodurch die Kundenzufriedenheit und -treue in Zukunft noch verbessert werden kann.





TIPP

Die Einrichtung einer internen Anlaufstelle, die mit Ihrem Managed Analytics Services Account Manager korrespondiert, hilft Ihnen, die Analysepraktiken und das Know-how Ihres Unternehmens zu entwickeln und trägt zu weiteren Verbesserungen durch die Analysen bei.

05

DER SCHNELLE WEG ZUM ERFOLG

Eine Schwierigkeit beim Umgang mit mehreren Datenquellen besteht darin, die Daten richtig zu interpretieren und sie in konkrete Geschäftsentscheidungen umzuwandeln. Es braucht Zeit, um die hierfür erforderliche Erfahrung und das Know-how in einem Unternehmen zu entwickeln. Wir wissen das und stellen daher für Sie ein eigenes Team unserer Managed Analytics Services zusammen.

Unser Managed Analytics Services-Team entlastet Sie, damit Sie sofort von den Vorteilen bewährter Verfahren und Methoden profitieren und schnell Erfolge erzielen können. Dank unserer Managed Analytics Services und unseres Know-hows können Sie zusätzliche Ressourcen mobilisieren, um geschäftliche Erkenntnisse in die Praxis umzusetzen. Das Ergebnis? Ein ROI in Monaten anstelle von Jahren.

06

HOCH HINAUS IN DIE CLOUD

Die Analyse all Ihrer Kundeninteraktionen und des Kundenverhaltens in der Customer Journey klingt vielversprechend. Analysen erfordern jedoch viel Speicherplatz und eine hohe Rechenleistung. Die Folge sind kostspielige lokale Rechenzentren, die eine zeitaufwendige Bereitstellung und Wartung benötigen. Wenn in Ihrem Unternehmen Skalierbarkeit, Flexibilität und schnelle Bereitstellung wichtig sind, ist das keine Option.

Es gibt jedoch gute Nachrichten: Diesen Aufwand können Sie sich jetzt sparen: Mit unserer sicheren Cloud können Sie Erkenntnisse schneller gewinnen und eine schnelle Wertschöpfung erzielen. Unsere Cloud-Services sind vollständig konform und wurden nach einigen der strengsten Cloud-Sicherheitsstandards auf dem Markt zertifiziert*. Das bedeutet, dass Ihre Daten immer für Sie verfügbar und sicher sind. Skalieren Sie nach Ihren Bedürfnissen mit Echtzeit-Elastizität und Volumenkompensation. Sie werden buchstäblich auf Wolke sieben schweben!



KUNDENBERICHT: SICHERE CLOUD

Ein führender Versicherungsanbieter im Gesundheitssektor konnte dank der PCI-, ISO/IEC 27001- und HITRUST CSF-zertifizierten sicheren Cloud von NICE Nexidia zuvor unbekannte Erkenntnisse rasch umsetzen. So konnte das Unternehmen seine Lösungen schneller und mit höherer Rentabilität bereitstellen als es mit einer Inhouse-Lösung möglich gewesen wäre. Weitere Unternehmensbereiche zogen nach und rechnen nach ersten Prognosen im ersten Jahr mit einem achtmal höheren ROI.

* Die Cloud-Services von NICE Nexidia sind PCI-konform, ISO/IEC 27001-zertifiziert und besitzen eine HITRUST Common Security Framework Zertifizierung.

07

LICHT INS DUNKEL DER COMPLIANCE BRINGEN

In Bezug auf Compliance-Vorschriften herrscht große Unklarheit. Sie wissen nicht, was Ihre Mitarbeiter sagen und ob sie sich an die bestehenden Prozesse und Vereinbarungen halten. Das stellt für Ihr Unternehmen eine Gefahr dar.

Bringen Sie durch automatische Skript-Compliance-Erkennung Licht ins Dunkel. Wenn Ihre Mitarbeiter Compliance-Vorschriften verletzen, erhalten Sie eine Benachrichtigung und zusätzlich Hinweise zu weiteren Verbesserungsmöglichkeiten. Weisen Sie Mitarbeiter auf die Nichteinhaltung hin und leiten sie derartige Vorgänge bei Bedarf an das Webportal des Verantwortlichen weiter.



KUNDENBERICHT: BETRUGSERKENNUNG

Ein großes Einzelhandelsunternehmen, das NICE Nexidia Analytics einsetzt, implementierte Vorhersageanalysen, um mögliche Betrugsfälle aufzudecken. Nach der Identifizierung wurde analysiert, wie häufig Mitarbeiter vorschriftsmäßig die sechs notwendigen Sicherheitsfragen stellten, mit denen Betrugsfälle aufgedeckt werden sollen. Die Ergebnisse zeigten, dass in 53 % der Fälle nur 1-2 Sicherheitsfragen gestellt wurden. Durch Coaching der Mitarbeiter und die Einführung strengerer Maßnahmen konnte das Unternehmen betrügerische Anrufe um 50 % reduzieren und so im ersten Jahr 1,7 Millionen US-Dollar einsparen.

08

DURCH KONTINUIERLICHE KONTROLLE UND STEUERUNG DEN WEG WEISEN

Verlieren Sie bei Ihrem Analyseprojekt Ziel und Zweck nicht aus den Augen. Manchmal schweifen Sie womöglich vom Weg ab. Dann müssen Sie aktiv werden und die Kontrolle übernehmen.

Um alles in die richtigen Bahnen zu leiten, sollten Sie sich Ziele setzen und die Ergebnisse kontinuierlich prüfen, bis ein solider Business Case vorhanden ist. Sorgen Sie dafür, dass Sie kontinuierlich und zielgerichtet Analysen durchführen, die sich an Ihren Zielen orientieren. Wenn das Endziel unerreichbar scheint, zögern Sie nicht, innezuhalten und Ihre Methoden erneut zu prüfen und gegebenenfalls anzupassen. Das empfehlen wir sogar!



TIPP

Setzen Sie in regelmäßigen Abständen Meilensteine, um Ihre Fortschritte zu messen und die nächsten Schritte zu prüfen.

78

514





NICE NEXIDIA: WAS WIR TUN

NICE Nexidia möchte Unternehmen transformieren, indem es die Durchführung von Analysen so selbstverständlich macht, dass sie zur zweiten Natur werden. Nexidia Analytics unterstützt Unternehmen dabei, wertvolle Erkenntnisse in Bezug auf das Kundenverhalten während der gesamten Customer Journey zu gewinnen. Diese wertvollen Erkenntnisse sollen dazu beitragen, langjährige Beziehungen zwischen dem Unternehmen und seinen Kunden aufzubauen und so das Geschäftsergebnis maßgeblich zu verbessern.

Die NICE Nexidia-Plattform besteht aus skalierbaren Lösungen, die an Ihre Bedürfnisse angepasst werden können und detaillierte Analysen in jedem einzelnen Kanal sowie über mehrere Kanäle hinweg ermöglichen. Die Plattform bedient sich der Neural Phonetic Speech Analytics™- und Journey-Sequencing-Technologie und zeichnet sich durch sichere Bereitstellung in der Cloud und Managed Analytics Services aus. NICE Nexidia liefert die komplette Palette an Geschäftserkenntnissen, um die Optimierung nach Best Practices im gesamten Unternehmen zu ermöglichen.

