

So schaffen Sie Kundenvertrauen in Krisenzeiten

 Liferay®



Einleitung

Die COVID19-Pandemie führt Unternehmen die Notwendigkeit vor Augen, nicht nur das eigene Geschäft durch diese schwierigen und unsicheren Zeiten zu navigieren. Mindestens ebenso wichtig ist es, den Kunden vertrauenswürdige Services anzubieten und ein Gefühl der Sicherheit zu vermitteln. Kundenbeziehungen, die ungefährdet schienen, sind aus Gründen in Gefahr geraten, die niemand vorhersehen konnte.

Unternehmen müssen deshalb in diesen unsicheren Zeiten überlegen, wie sie denjenigen, die ihnen vertrauen, weiterhin Sicherheit bieten können.

Noch wichtiger: Wie können sich Unternehmen dieses Vertrauen dauerhaft verdienen?

Dieses E-Book zeigt Strategien auf, um Vertrauen in unsicheren Zeiten aufzubauen.

**Eine Krise ist für jedes Unternehmen
nur eine Frage der Zeit.**

Kundenkommunikation in Krisenzeiten

In nur einigen wenigen Monaten ist auf erschreckende Weise deutlich geworden, wie schnell eine Krise alles verändern kann. Diese Veränderungen stellen Unternehmen vor Herausforderungen im Kundenservice. Im Zentrum steht dabei die Frage, wie sie Kunden am besten bedienen und das mit viel Arbeit erworbene Vertrauen bewahren können.

Meistern Sie diese Herausforderungen, indem Sie einen Plan entwickeln, um effektiv und kurzfristig Kundenvertrauen aufzubauen. Entwickeln Sie gleichzeitig eine Digital-First-Kundenservicestrategie, die langfristige Vorteile liefern wird.

Customer-Experience-Manager sollten die folgenden drei Maßnahmen umsetzen, um einen effektiven Kommunikationsplan zu erstellen, der nicht nur Kunden in unsicheren Zeiten Sicherheit gibt, sondern auch langfristig Vertrauen und Kundentreue generiert.

- 1 Ein Krisenmanagement-Team aufstellen**
- 2 Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen fördern**
- 3 Digitale Kanäle integrieren**

1 Ein Krisenmanagement-Team aufstellen

Um, insbesondere in unsicheren Zeiten, eine effektive Kundenkommunikation sicherzustellen, bringen Sie Mitarbeitende aus internen Abteilungen und Mitarbeitende mit Kundenkontakt wie etwa **IT**, **Support**, **Vertrieb** und **Marketing** zusammen. Priorisieren Sie, was im Notfall benötigt wird.

Überspringen Sie diese Maßnahme nicht zugunsten anderer, umsetzbarer erscheinender Punkte. Sie ist eine wesentliche Voraussetzung, um negative Auswirkungen, die durch Untätigkeit verursacht wurden, zu reduzieren. Diese Mitarbeitenden können ihre Expertise und die Geschäftsziele nutzen, um einen strategischen Plan für Krisensituationen zu entwickeln.

Dieser Plan sollte Folgendes definieren:

- Die Befehlskette
- Kommunikations- und Koordinationspläne
- Eskalationsregeln
- Warn- und Mobilisierungskanäle



So haben 317 Unternehmen auf die Frage „Haben Sie einen Krisenplan?“ geantwortet.

“

Weniger als die Hälfte verfügt über einen einsatzbereiten Krisenplan und ein Drittel weiß noch nicht einmal, ob sie einen Krisenplan haben.

Deloitte¹

¹ A Crisis of Confidence (Eine Vertrauenskrise)



2 Abteilungssilos aufbrechen

Unternehmen mit isolierten Abteilungen haben mehr Probleme als andere Unternehmen, da Informationen verlorengehen, wenn die Kommunikation in Zeiten permanenter Veränderung eingeschränkt ist. Insbesondere eine Krise sollte ausreichen, um Unternehmen zu überzeugen, dass es dringend erforderlich ist, Silos in ihrer Organisation aufzubrechen.

Konsistente interne Kommunikation stattet **Mitarbeitende mit dem benötigten Wissen aus**, um Kunden bestmöglich zu bedienen. Führen Sie die Kommunikation in einem internen digitalen Kanal zusammen, um relevante Updates anzuzeigen und funktionsübergreifende Zusammenarbeit zu ermöglichen.¹

Eine konsistente und klare interne Kommunikation und ein Tool wie ein innovatives Intranet unterstützen Teams mit Kundenkontakt, indem sie Zugang zu aktuellen und präzisen Informationen erhalten – on-demand.

Ein interner Kommunikationskanal kann **Mitarbeitenden Sicherheit geben**, während sie das Unternehmen durch turbulente Zeiten steuern. Denn Mitarbeitende können genauso besorgt sein wie Kunden; sie mit aktuellen Informationen in Echtzeit zu versorgen, hilft ihnen nicht nur, Kundenanfragen besser zu bearbeiten, sondern verleiht ihnen auch ein Gefühl der Sicherheit.

3 Digitale Self-Service-Kanäle hinzufügen

Die effektivste Methode, Kundenkommunikation zu steuern und zu beschleunigen, besteht in der Nutzung digitaler Self-Service-Kanäle. Unternehmen wissen zwar um die Bedeutung digitaler Lösungen. Allerdings haben sich nicht alle bereits mit Self-Service-Optionen befasst, die Kunden helfen, ihre Probleme selbstständig zu lösen.

Die Ergänzung bestehender digitaler Kanäle wie Portale, Websites oder mobile Apps durch ein Self-Service-Element schafft Vertrauen durch:

1. **Verkürzung der Wartezeiten für Kunden**, die in Stresssituationen zu Reibungen führen können.
2. Mehr Zeit für Kundenservicearbeitende, um **größere Probleme schneller zu identifizieren und zu lösen**, anstatt dieselben FAQs zu beantworten.



Self-Service und Digital-First-Kundenservice

Self-Service ist nicht nur einfach eine nette Option, um das Aufkommen an Kundenanfragen in Krisenzeiten zu reduzieren. Sich allein auf Live-Kanäle für die Kundenkommunikation zu verlassen, ist insbesondere in angespannten Zeiten kosten- und ressourcenintensiv. Stattdessen **müssen Unternehmen eine Strategie entwickeln, um ihren digitalen Kundenservice weiterzuentwickeln.**

Eine ausgereifte Kundenservice-Abteilung versteht die Rolle digitaler Kanäle bei der Verbesserung der allgemeinen Customer-Experience-Strategie. Eine solche Abteilung hat verschiedene digitale Kanäle und Technologien implementiert, wie etwa KI-optimierte Workflows und Chatbots sowie traditionellere Kundensupport-Methoden, um Kunden besser zu bedienen und ihre Anforderungen zu erfüllen.

Hierdurch kann ein Unternehmen langfristige Vorteile erzielen, wie etwa:



Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebs im Fall zukünftiger Krisen



Mehr Agilität und Skalierbarkeit



Reduzierte Kosten und höhere Umsatzrenditen



Verbesserte Customer Experience

Bereiten Sie sich nicht nur auf kommende Krisen, sondern auch auf sich ändernde Kundenbedürfnisse und Industriestandards sowie neue Technologien vor.

Beginnen Sie, indem Sie analysieren, wie ausgereift Ihre digitale Kundenservice-Strategie ist. [Laden Sie sich als Starthilfe diesen Leitfaden herunter >](#)

Best Practices für konsistente Kommunikation

Egal welche Tools verwendet werden – keines wird wirksam sein, wenn eine konsistente Kommunikationskultur fehlt. Für eine Kommunikation, auf die Kunden sich in Krisenzeiten verlassen können, müssen Sie sicherstellen, dass Interaktionen intern und extern Folgendes sind:



PROAKTIV

Kommunizieren Sie so schnell wie möglich und legen Sie ein **regelmäßiges Intervall** für Updates fest. Auch wenn es keine neuen Informationen zu vermelden gibt, kann ausbleibende regelmäßige Kommunikation Ängste schüren und mühsam aufgebautes Vertrauen schädigen.



TRANSPARENT

Dieser Punkt ist kompliziert. Teilen Sie nützliche Informationen für Kunden und stellen Sie sicher, dass diese Informationen korrekt sind, **um realistische Erwartungen zu setzen**. Achten Sie jedoch genau darauf, wie viel Information tatsächlich geteilt wird, da eine Informationsflut negative Reaktionen hervorrufen kann.



LEICHT ZUGÄNGLICH

Kunden sollten **relevante Informationen leicht finden können** – gerade in herausfordernden Zeiten. Dies kann durch die Nutzung von Kommunikationsfunktionalitäten in Self-Service-Kanälen, das Erstellen von E-Mail- oder Textnachrichten, das Einrichten von Websites für Status-Updates oder die Implementierung spezieller Call-outs in Kundenportalen erreicht werden.

Unternehmen müssen letztendlich ein auf Ansprechbarkeit und Zuverlässigkeit basierendes Fundament schaffen, um sich Vertrauen und Treue der Kunden zu verdienen.





Zusammenfassung

Krisen sind eine Belastung für alle Arten von Beziehungen. Ungeachtet des gewählten Ansatzes müssen Unternehmen bereit sein, die nötige Zeit und die Ressourcen aufzuwenden, um ihre Strategie erfolgreich umzusetzen.

Die Erfahrungen, die Kunden in unsicheren Zeiten machen, werden ihre Beziehung zu einem Unternehmen entweder festigen oder zerstören. Überlegen Sie, was Ihre Teams benötigen, um in Hinblick auf kommende Krisen entsprechend zu planen.

Nächste Schritte

Unternehmen sollten nicht nur in Krisenzeiten gerüstet sein, effektiv mit ihren Kunden durch digitale Kanäle zu kommunizieren. Anhand von praxisnahen Best Practices verbessern Sie effektiv Ihre digitale Kundenservice-Strategie.

[Laden Sie hier Ihren Leitfaden herunter >](#)



Liferay hilft Unternehmen mit seinen Omnichannel-Intranet-, Portal-, E-Commerce- und Integrationslösungen bei der Bewältigung von digitalen Herausforderungen. Unsere Plattform ist Open Source und dadurch zuverlässiger, innovativer und sicherer. Wir sind bestrebt, durch Business und Technologie einen positiven Eindruck in der Welt zu hinterlassen. Tausende von Organisationen in den Bereichen Finanzdienstleistungen, Gesundheitswesen, Behörden, Versicherungen, Einzelhandel, Maschinen- und Anlagenbau sowie vielen anderen Branchen nutzen Liferay.

Liferay. Eine Plattform. Unendliche Möglichkeiten.
Besuchen Sie uns auf liferay.com.

© 2021 Liferay, Inc. Alle Rechte vorbehalten.