

WHITE PAPER

## SECHS WEGE, BESSER ZU KOMMUNIZIEREN UND DIE CUSTOMER EXPERIENCE ZU VERBESSERN



[macro4.com](http://macro4.com)

## INHALTSVERZEICHNIS

### Sechs Wege, besser zu kommunizieren und die Customer Experience zu verbessern

Einleitung.....	3
Was ist Customer Communications Management?.....	4
1: Eine integrierte Multi-Channel-Experience schaffen.....	5
2: Einen digitalen Ansatz entwickeln.....	6
3: Mit Altanwendungen umgehen.....	7
4: Eine zentrale Kundensicht erstellen.....	8
5: Kommunikation personalisieren.....	9
6: Datenschutz stärken.....	10
Fazit.....	11

## EINLEITUNG:

# SECHS WEGE, BESSER ZU KOMMUNIZIEREN UND DIE CUSTOMER EXPERIENCE ZU VERBESSERN

## Deshalb ist eine gute Kommunikation wichtig

Effektive Kommunikation ist die Voraussetzung für ein positives Kundenerlebnis. Sie hilft Ihnen, Ihre Kunden besser zu verstehen, deren Bedürfnisse zu erfüllen und Vertrauen aufzubauen. Kommunikation ist die Basis für jeden Aspekt der Kundenbeziehung. Und gleichzeitig die größte Herausforderung.

Denn der Kunde hält das Zepter in der Hand und bestimmt, wann und wo er Geschäfte mit einem Anbieter tätigt. Kann er diese nicht über sein Smartphone abwickeln, bevorzugt er vielleicht einen Wettbewerber.

Obwohl sich die direkte Interaktion reduziert hat, wünschen sich Kunden nach wie vor eine persönliche Ansprache. Sie erwarten eine konsistente, personalisierte Kommunikation über alle Kanäle hinweg. Dabei können sie individuelle Grenzen setzen: Nach der Neugestaltung der weltweiten Datenschutzgesetze haben Privatpersonen deutlich mehr Befugnisse, ihre persönlichen Daten für Marketing- und Kundenkommunikation zu kontrollieren.

**Das Online-Business hat neue Märkte und Geschäftsmöglichkeiten eröffnet und alte Zutrittsbeschränkungen wie geografische Lage oder hohe Anlaufkosten eliminiert. Doch diese Freiheiten erzeugen auch Druck: Führende eCommerce-Unternehmen setzen neue Maßstäbe für die digitale Erfahrung. Und Konkurrenten sind nur noch einen Klick entfernt.**

Unternehmen analysieren, wie sie ihre Kommunikationsstrategien anpassen und verfügbare Technologien nutzen können, um in der neuen digitalen Landschaft Kunden zu gewinnen und zu binden. In diesem Whitepaper werden sechs Möglichkeiten erläutert, wie Unternehmen ihre Kommunikation verbessern können, um ein besseres Online- und Offline-Kundenerlebnis zu schaffen. Es zeigt auf, wie Technologie für Customer Communications Management (CCM) Ihnen dabei helfen kann.

## WAS IST CUSTOMER COMMUNICATIONS MANAGEMENT?

Laut Forrester, einem führenden Analysten- und Beratungsunternehmen, werden Lösungen für Customer Communications Management „verwendet, um Inhalte zu erstellen, zu formatieren, zu personalisieren und zu verteilen und so die papierbasierte bzw. elektronische Kundenkommunikation zu unterstützen und das Kundenerlebnis zu verbessern“.

Der Gartner Market Guide für Customer Communication Management von 2021 definiert CCM wie folgt: „Es stellt einen wichtigen Teil der Infrastruktur dar, welcher für die Bereitstellung der Customer Journey über mehrere Kanäle und Berührungspunkte hinweg erforderlich ist.“

CCM-Software managt Kundeninteraktionen über alle Kanäle hinweg. Eine solche Lösung bündelt die Kontrolle, verfolgt den Fortschritt und hilft Ihnen, notwendige Korrekturmaßnahmen zu ergreifen. Ein Customer Communications Management System sollte zudem die Einführung neuer Kanäle und deren nahtlose Integration in die bestehende Kommunikationslandschaft erleichtern.



## 1: INTEGRIERTE MULTI-CHANNEL ERFAHRUNG SCHAFFEN

Die meisten Unternehmen kommunizieren über mehrere Kanäle mit ihren Kunden – jedoch nicht immer integriert. Ein Marketing-Team, das im Rahmen einer Multi-Channel-Kampagne Print-, E-Mail-, Text- und Social-Media-Kommunikation verwendet, ist nur bedingt erfolgreich, wenn es isoliert vom Rest des Unternehmens agiert. Es ist deutlich effektiver, die Kampagne in bestehende Interaktionen mit anderen Geschäftseinheiten zu integrieren. Das Marketing sollte stets die gesamte Customer Journey im Blick haben und gewährleisten, dass Angebote zutreffend sind und zur richtigen Zeit beim Kunden eintreffen.

**In der Praxis kann es jedoch schwierig sein, eine durchgängige Kundenerfahrung zu erreichen. Abteilungen und Produktbereiche haben möglicherweise eine Reihe unterschiedlicher, nicht miteinander verbundener IT-Systeme und Kommunikationskanäle geerbt, die sie zwingen, unabhängig voneinander mit den Kunden zu interagieren.**

Eine zentrale Plattform für Customer Communications Management unterstützt einen einheitlichen Ansatz, indem Teams unternehmensweit Kommunikation und digitale Marketingmaterialien an einem Ort erstellen, einsehen und verwalten. Über Regeln wird definiert, welche Nachrichten und Dokumente wann und über welchen Kanal an welchen Kunden gesendet werden. Und alle Mitteilungen lassen sich im einem einheitlichen Layout gestalten. Zudem können Sie Nachrichten interaktiv anpassen, abhängig davon wie Kunden reagieren, oder Kommunikation bei Bedarf auf einen anderen Kanal umleiten.

Integrierte Kommunikation kann durch die Kombination von Inhalten aus verschiedenen Bereichen des Unternehmens hergestellt werden. So kann beispielsweise eine einzige Abrechnung für alle Produktkäufe eines Kunden erstellt werden, auch wenn die Quelldaten in unterschiedlichen IT-Systemen gespeichert sind. Die CCM-Plattform orchestriert den gesamten Prozess und verwaltet die Interaktionen zwischen den einzelnen Systemen, sodass sie wie ein einziges System zusammenarbeiten. Das Ergebnis ist ein nahtloses Erlebnis für die Kunden, wenn sie von einem Kanal oder einer Abteilung zu einer anderen wechseln.

## 2: EINEN DIGITALEN ANSATZ ENTWICKELN

Digital Leaders haben eine "Digital-First"-Denkweise. Sie entwickeln durchgängige digitale Erlebnisse, die für die Kanäle optimiert sind, welche die Kunden nutzen möchten. Und sie schöpfen das gesamte Potenzial der digitalen Welt aus, um interaktiver zu kommunizieren und Kundenbeziehungen aufzubauen. Die Herausforderung besteht darin, bestehende Geschäftsprozesse, Systeme und Kommunikationsmittel so anzupassen, dass sie in der Online-Welt erfolgreich sind.

Customer Communications Management Software vereinfacht diesen Übergang, da sie mit den von Ihnen bereits produzierten Daten arbeitet. Sie können Rohdaten, formatierte Daten und Dokumente wiederverwenden, um Ihre Botschaft auf verschiedenen Kanälen effektiv zu kommunizieren. Derselbe Basisinhalt wie z. B. ein Marketingangebot oder ein Lieferschein, kann in eine einzeilige Textnachricht, eine responsive E-Mail, die auf mehreren Geräten funktioniert, eine Webseite und das Skript für eine Chatbot-Konversation umgewandelt werden.

Mit CCM-Systemen können Sie auch interaktive Online-Erlebnisse auf der Grundlage Ihrer vorhandenen Inhalte erstellen. So können beispielsweise statische Dokumente wie Kontoauszüge oder Rechnungen von Versorgungsunternehmen durch personalisierte Diagramme erweitert werden. Kunden können per Klick aktuelle und historische Ausgaben oder Nutzungsmuster sehen. Die Aufwertung herkömmlicher Dokumente auf diese Weise ermutigt Kunden, immer wieder auf Ihre Website zurückzukehren, und erhöht die Chancen für den Aufbau von Geschäftsbeziehungen und Upselling.



## 3: MIT ALTANWENDUNGEN UMGEHEN

Viele ältere Geschäftssysteme produzieren wichtige Dokumente, die auch heute noch verwendet werden – von Berichten, Verträgen und Korrespondenz bis hin zu Kontoauszügen und Lieferscheinen. Diese Dokumente wurden ursprünglich für den Druck konzipiert, sodass sich ihr Format nur schwer aktualisieren lässt; sei es die Anpassung an digitale Kanäle, an das aktuelle Corporate Branding oder das Hinzufügen von personalisierten Inhalten.

Notwendige Änderungen am Altsystem können kostspielig, riskant und vor allem zeitaufwändig sein. Eine Ablösung des Altsystems ist jedoch auch selten sinnvoll, wenn sich die Kommunikation sofort verbessern soll und nicht erst in Monaten oder gar Jahren.

Eine Alternative hierzu bietet eine Customer Communications Management Software. Sie ermöglicht die Überarbeitung von Inhalten außerhalb der Altanwendung. Dieser Ansatz ist wesentlich schneller, weil das bestehende System weder aktualisiert noch ersetzt werden muss.

Nehmen wir zum Beispiel eine alte Finanzanwendung, die Kontoauszüge mit einfachen Textzeilen in einem alten Druckformat erstellt. Solch ein Dokument können Sie in ein Customer Communications Management System bringen und nach Ihren Wünschen umgestalten. Mithilfe von Regeln ergänzen Sie bei Bedarf neue Inhalte wie z. B. ein personalisiertes Marketingangebot. Die neue Kommunikation lässt sich automatisch in diverse digitale Formate sowie in weitere Druckformate umwandeln.



## 4: EINE ZENTRALE SICHT AUF DEN KUNDEN ERSTELLEN

Kunden sind loyaler, wenn sie einen persönlichen Service erhalten und sich von einem Unternehmen richtig verstanden fühlen. Dieses tiefe Verständnis zu schaffen, ist eine kontinuierliche Aufgabe, die detailliertes und aktuelles Wissen erfordert. Hierfür müssen Sie alle Informationen zu einer Person, mit der Sie Geschäfte machen, zusammenführen. Nur dann schaffen Sie eine einheitliche Kundensicht: ein vollständiges Bild jedes Einzelnen, einschließlich seines Verhaltens, seiner Transaktionen und seiner Vorlieben.

Unstrukturierte Informationen sind ein immer wichtigerer Bestandteil der einheitlichen Kundensicht. Dazu zählen ein- und ausgehende Dokumente, E-Mails, Textnachrichten, Unterhaltungen in sozialen Netzwerken, Audio-, Video- und Chat-Interaktionen. Sie machen heute über 80 Prozent aller Unternehmensdaten aus. Die Konsolidierung dieser Informationen kann eine Herausforderung sein, da sie in verschiedenen Formen vorliegen und in einer herkömmlichen Datenbank nur schwer zu verwalten sind.

Systeme für Customer Communication Management sind in der Lage, all diese Informationen zu erfassen, nach Kunden zu klassifizieren und zusammen mit anderen wichtigen Daten als Teil einer einzigen Kundenansicht zu speichern. Künstliche Intelligenz lässt sich nutzen, um Inhalte mit weniger Aufwand zu klassifizieren, und für eine vollständige Historie lassen sich Daten langfristig speichern.

Wenn ein Kunde beispielsweise ein Gespräch per Chat beginnt, dann eine E-Mail sendet und danach die Hotline anruft, wird jedes dieser Details Bestandteil der individuellen Kundenhistorie. So kann ein Kundendienstmitarbeiter bei der nächsten Interaktion das Gespräch nahtlos wieder aufnehmen. Damit wird dem Kunden ein Gefühl der Wertschätzung vermittelt.



## 5: KOMMUNIKATION PERSONALISIEREN

Personalisierte Kommunikation wird zur Norm und die Kunden erwarten sie. Eine Studie von McKinsey aus dem Jahr 2021 ergab, dass 71 Prozent der Verbraucher von Unternehmen personalisierte Kommunikation und auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Produkte erwarten. 76 Prozent sind frustriert, wenn dies nicht der Fall ist.

**Ein System für Customer Communications Management kann helfen, personalisiert zu kommunizieren, indem es regel- und KI-basierte Automatisierung anwendet, um:**

- mit einer personalisierten Kommunikation auf Kundenaktionen zu reagieren, wie z. B. auf die Antwort auf eine Textnachricht, das Ausfüllen eines Web-Formulars oder die Interaktion mit einem Mitarbeitenden
- individuelle Nachrichten oder Marketing-Mitteilungen zu Transaktionsdokumenten wie Rechnungen, Auftragsbestätigungen oder Liefernachweisen hinzuzufügen
- Kundenanalyse- und Profiling-Systeme zu integrieren, um die personalisierte Kommunikation über mehrere Kanäle hinweg zu führen.

CCM-Systeme kombinieren Automatisierung mit menschlicher Interaktion und ermöglichen so eine Personalisierung in großem Umfang – ohne, dass die menschliche Note während der Customer Journey auf der Strecke bleibt. Sie können beispielsweise einen flexiblen Prozess aufbauen, sodass einfache Aufgaben von automatisierten Kommunikations- und Chatbots bearbeitet und komplexere Aktionen an Kundendienstmitarbeiter geroutet werden.



## 6: DATENSCHUTZ STÄRKEN

**Eine Strategie zur Kundenkommunikation muss Sicherheit und Datenschutz in den Mittelpunkt stellen.**

Cyberangriffe und Datenschutzverletzungen haben in den letzten Jahren erheblich zugenommen. Die Datenschutz-Grundverordnung hat weitreichende Auswirkungen auf die Datenschutzpraktiken und weltweit treten neue Datenschutzgesetze in Kraft. Kunden haben mehr Rechte im Umgang mit ihren persönlichen Daten – einschließlich der Verhinderung ihrer Verwendung – und Unternehmen, die Daten nicht angemessen schützen, müssen mit hohen Geldstrafen und Verlust des Ansehens rechnen.

Ein strikter Ansatz beim Datenschutz ist nicht nur eine rechtliche Verpflichtung, sondern kann auch gut für Ihre Marke sein, da er das Vertrauen der Öffentlichkeit in Ihr Unternehmen stärkt. Eine von Macro 4 durchgeführte Studie ergab, dass 41 Prozent der britischen Verbraucher eher bereit sind, mit Firmen Geschäfte zu machen, die bei der Verwendung personenbezogener Daten transparent sind.

Neben der Erstellung relevanter und zeitnäher Mitteilungen, die von den Kunden im Gegenzug für die Nutzung ihrer persönlichen Daten erwartet werden, stellen Customer Communications Management Systeme sicher, dass die großen Mengen an Kundendokumenten und anderen unstrukturierten Daten, die durch Ihr Unternehmen fließen, sicher und im Einklang mit den globalen Datenschutzbestimmungen verwaltet werden.

Eine moderne CCM-Plattform bietet Datensicherheits- und Compliance-Funktionen wie digitale Signatur, Biometrie und granulare Zugriffsrechte, verschlüsselte und manipulationssichere Datenspeicherung sowie -schwärzung und -verschleierung, um die Offenlegung personenbezogener Informationen zu verhindern. Durch die zentrale Kontrolle über die Kundeninformationen wird auch die Beantwortung von Anfragen zum Datenzugriff vereinfacht und den Kunden die Einsicht in ihre eigenen Daten erleichtert.

Zu wissen, welche Daten Sie haben, auf welche Person sie sich beziehen und wo sie gespeichert sind, ist der Ausgangspunkt für einen gesetzeskonformen Umgang mit personenbezogenen Daten. Die CCM-Software automatisiert das Auffinden, Klassifizieren und Verwalten solcher Daten und ermöglicht es Ihnen, besondere Kategorien von Daten zu ermitteln, die einen zusätzlichen Schutz erfordern. Sie können auch mehrere Regeln für die Aufbewahrung, den Zugriff und die Löschung von Daten festlegen, um die Vorschriften in verschiedenen geografischen Regionen und regulierten Branchen zu erfüllen.

## FAZIT

**Kundenkommunikation ist wichtiger denn je. Digitale Führungskräfte haben die Messlatte höher gelegt und die Erwartungen der Kunden steigen. Um mit dieser Entwicklung Schritt zu halten, sollten Unternehmen neue Wege zur Nutzung digitaler Kanäle finden und zu einem stärker personalisierten sowie vernetzten Ansatz übergehen. Eine Customer Communications Technologie unterstützt Ihre bestehenden Kommunikationssysteme und -prozesse, um Verbesserungen schnell zu erzielen. So können Sie:**

- ein nahtloses und angenehmeres Erlebnis für Ihre Kunden bei der Interaktion mit verschiedenen Bereichen Ihres Unternehmens und auf verschiedenen Kanälen schaffen
- interaktive digitale Erlebnisse erstellen, welche die Kundenbindung erhöhen und den Umsatz steigern
- veraltete Herausforderungen überwinden und Ihren Kunden ein modernes Gesicht, unabhängig von den zugrunde liegenden Systemen, präsentieren
- die gesamte Bandbreite an Informationen nutzen, die Sie über Ihre Kunden haben, um einen schnellen Service zu bieten, der auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten ist
- Automatisierung mit menschlichem Kontakt kombinieren, um eine Personalisierung in großem Umfang zu erreichen
- personenbezogene Daten im Einklang mit globalen Vorschriften schützen und Vertrauen aufbauen

Erfahren Sie mehr über Customer Communications Management unter  
[www.macro4.com/CCM](http://www.macro4.com/CCM)

Tel: +49 89 6100970  
E-Mail: market.de@macro4.com





## ÜBER MACRO 4

Macro 4 ist ein globales Software- und Dienstleistungsunternehmen und bietet Lösungen für die digitale Transformation sowie zur Verbesserung der Kundenbindung. Wir helfen Organisationen, optimale Multi-Channel-Erfahrungen zu schaffen, die Kundenkommunikation zu personalisieren und den Wert der Unternehmensinhalte zu erhöhen. Wir sind Mitglied der UNICOM Global Unternehmensgruppe, einem weltweitem Anbieter von integrierten Software- und Hardware-Lösungen mit mehr als 50 Unternehmenseinheiten.

Erfahren Sie mehr unter [www.macro4.com/CCM](http://www.macro4.com/CCM)

## KONTAKTIEREN SIE UNS

### DEUTSCHLAND

Tel: +49 89 6100970

E-Mail: [market.de@macro4.com](mailto:market.de@macro4.com)

### EUROPA

Tel: +44 1293 872000

E-Mail: [market@macro4.com](mailto:market@macro4.com)

[macro4.com](http://macro4.com)

