

Telefonservice bleibt wichtig

Automatische Ansage einer Kunden-Hotline im Jahr 2015: »Unser telefonischer Service wurde mangels Nachfrage eingestellt. Bitte verwenden Sie unsere kostenlose App oder kontaktieren Sie uns über die bekannten Social-Media-Kanäle. Vielen Dank!«

Ist das ein vorstellbares Szenario oder Spinnerei? »Aus Call-Centern werden Tweet-Center«, betitelt Zeit-Online einen Artikel vom März 2010. Darin wird deutlich, wo die Grenzen des Kundenservice in sozialen Netzwerken liegen: »Allein die Nutzerstruktur des Diensts (Twitter) beschränkt ihn, sind doch dort vor allem junge und netzaffine Menschen aktiv. Wer Heizdecken verkauft, kann möglicherweise nicht so sehr davon profitieren.« Weiter schreibt Autor Kai Biermann: »In schwierigen Fällen wird man daher wieder auf die klassischen Wege verwiesen werden, E-Mail oder Telefon.«

Dennoch belegen die folgenden Fakten, dass der Begriff »Tweet-Center« nicht aus der Luft gegriffen ist. Die amerikanische Technikkette Best Buy hat inzwischen mehr als tausend ihrer Angestellten im Kundenberatungsportal »Twelpforce« registriert.

Beim US-Telekommunikationsanbieter Comcast kümmern sich zehn Vollzeitmitarbeiter im »Digital-Care-Team« um Twitter-Anfragen.

Laut Zeit-Online bescheinigt eine Studie der »Society for New Communication« dieser Methode ein »explosives Wachstum«.

Ist damit das Ende des telefonischen Kundenservice eingeläutet? Sicher nicht! Dienste wie Facebook oder Twitter eignen sich kaum, um über Details einer Versicherungspolice oder sensible Login-Daten zu reden. Und wer Probleme mit dem Internet-Zugang seines Notebooks hat, wird wohl zum Telefon greifen müssen. Allerdings ersetzen die neuen Kanäle mehr und mehr die E-Mail. »Auch in Zukunft bleibt die Sprachkom-

»TROTZ SOCIAL MEDIA BLEIBT DIE SPRACHE DAS WICHTIGSTE MEDIUM FÜR DIE KOMMUNIKATION UND DAMIT DAS TELEFON EIN INSTRUMENT DES DIALOGS.«

munikation unverzichtbar«, meint Jürgen Walther, Marketingleiter des Voice-Portal-Anbieters Crealog. Und dank moderner Technik – speziell bei der Spracherkennung – steigt die Zahl benutzerfreundlicher Applikationen im telefonischen Self-Service ständig.«

Call-Center verschlafen Social Media

Laut Zwischenergebnis einer Studie der Hochschule Bremerhaven sind mehr als 40 Prozent der Führungskräfte in Call-Centern nicht darüber informiert, wie sie soziale Netzwerke, Blogs und Twitter im Call-Center nutzen können. Dazu die zuständige Professorin Heike Simmet: »Call-Center stehen vor der Gefahr, den Anschluss an die ‚Generation Z‘ der nach 1990 Geborenen zu verlieren.«

»Im Kundenservice werden in Zukunft alle Kontaktkanäle mehr oder minder gleichberechtigt und miteinander verknüpft existieren«, davon ist Walther überzeugt. »Viele allgemeine Produktinformationen werden 2015 sicherlich auch über Social-Media-Kanäle gut und günstig zu beantworten sein. Für automatisierte Standardanfragen einerseits und komplexe oder sensible Themen andererseits bleibt aber auch in fünf Jahren das Telefon der Kontaktweg Nummer 1.«



Klaus und Nicolai Jereb aus Düsseldorf arbeiten als Fachjournalisten zu den Themen Telefonmarketing, Kundenservice und Call-Center.