

# Kundenservice auf allen Kanälen

**Aspect ist ein globales Software- und IT-Services-Unternehmen, das Unternehmen dabei hilft, die Gesamtheit ihrer Kundeninteraktionen technisch optimal zu unterstützen. Mit Aspect® Unified IP™ bietet Aspect eine umfassend integrierte und skalierbare Lösung für den Kundenservice: Inbound-, Outbound- und gemischte Kontakte (einschließlich Sprache, E-Mail, Web, Workflow und Fax) werden in einer Plattform zusammenführt.**

Aufbauend auf 35 Jahren Erfahrung in der Implementierung von leistungsfähigen Call-Center-Infrastrukturen, ermöglicht die heutige Aspect-Technologie es Unternehmen, neben Telefonaten auch andere Kontakte oder Arbeitsaufträge dem bestgeeigneten Mitarbeiter zur Bearbeitung zuzuleiten.

Banken und Finanzdienstleister sehen in einer stärkeren Kundenorientierung ein strategisches Instrument, um dem steigenden Konkurrenzdruck entgegenzuwirken und ihr Markenimage zu verbessern. Das zeigte beispielsweise die bereits Ende 2008 im Auftrag von SAP

durchgeführte Studie „Achieving Customer-Centricity Throughout the Enterprise“ der European Financial Management and Marketing Association (EFMA).

Umfassende Kundenorientierung bedeutet, dass die Kunden und ihre unterschiedlichen Bedürfnisse das Handeln bestimmen. Das gilt für die Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen ebenso wie für die Kommunikation und den Vertrieb.

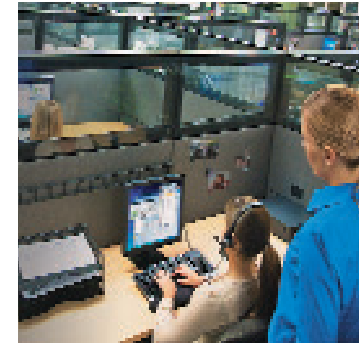
Die erfolgreiche Umsetzung einer Customer-Centricity-Strategie setzt voraus, dass Banken das verfügbare Wissen

über Kunden besser aufbereiten, in kundenbezogene Prozesse integrieren und im Sinne von individuellen Finanzlösungen umsetzen.

Außerdem muss es ihnen möglich sein, mit den ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen auf individuelle Bedürfnisse einzugehen.

Aspect unterstützt Banken und Finanzdienstleister mit Softwarelösungen und IT-Services bei der Planung, Implementierung und Umsetzung entsprechender Strategien. Ein elementarer Baustein für eine ganzheitliche 360-Grad-Sicht auf den Kunden ist ein umfassendes Reporting, das die gesamte Interaktionshistorie erfasst und dem Mitarbeiter im Moment des Kundenkontakts in geeigneter Form zur Verfügung gestellt wird. So ist es möglich, dem Kunden das für seine aktuelle Lebenssituation passende Angebot, über den von ihm bevorzugten Vertriebskanal zum richtigen Zeitpunkt zu unterbreiten.

Ein ausgefeiltes Kampagnenmanagement misst und steuert unterschiedliche Multichannel-Vertriebskampagnen und integrierte Lösungen für die Personaleinsatzplanung stellen sicher, dass die erforderliche Zahl von Mitarbeitern mit den richtigen Skill-Sets verfügbar ist.



## Lösungen:

**Integrierte Contact-Center-Plattform, die Inbound Routing, Outbound Dialing, IVR und Internetkontakte sowie Lösungen für Personaleinsatzplanung, Performance Management, Kampagnenmanagement, Aufzeichnungs- und Qualitätsmanagement, Coaching und E-Learning zusammenführt.**