



Branchenführender Self-Service für Kunden



Wenn es um Wissensmanagement geht, sind Sie schon ein Champion.

Dafür bekommen Sie zwar keinen Pokal, auch wenn es schön wäre, aber Sie können stolz darauf sein, dass Sie maßgeblich zur Bereitstellung einer Supportalternative beitragen, die von immer mehr Kunden bevorzugt wird: Self-Service.

Self-Service hat klare Vorteile: Kunden wollen nicht warten. Durch Bereitstellung von Self-Service-Inhalten zeigen Sie Kunden, dass Sie ihre Zeit zu schätzen wissen. Und da Self-Service zu niedrigeren Supportkosten, höherer Kundenzufriedenheit und besserer Agenteneffizienz führt, zahlt er sich auch wirtschaftlich gesehen aus.

Aber auch wenn Ihre Bemühungen im Bereich Wissensmanagement bereits erste Früchte tragen, werden Sie vielleicht das Gefühl nicht los, dass Sie noch mehr tun könnten. Doch was ist der nächste Schritt?

Wissensmanagement ist eine langfristige Initiative, an der das gesamte Unternehmen mitwirken muss. In diesem Leitfaden zeigen wir Ihnen den Weg – vom Bau einer soliden Grundlage bis hin zur Transformation in eine wissenszentrische Organisation.

Eine solide Grundlage schaffen

Der erste Schritt zur einem Self-Service-Erlebnis, das sich kontinuierlich verbessert, ist die Bereitstellung der erforderlichen Ressourcen: Menschen und Technologien.

Teammitglieder mit relevantem Fachwissen, technischem Know-how und einem ausgeprägten Sinn für Qualität sind das Fundament Ihres Programms. Deshalb müssen Sie alles daran setzen, um ihnen zum Erfolg zu verhelfen. Fachwissen wird immer wichtiger, je mehr sich die Rolle des Supportagenten ändert. Je leistungsstärker AI-basierte Tools werden, desto schneller wird die unterste Supportebene verschwinden, in der unkomplizierte Kundenanliegen bearbeitet werden. Der [Answer Bot](#) von Zendesk kann beispielsweise einfache Fragen beantworten, die bisher von weniger erfahrenen Mitarbeitern gehandhabt wurden. So können sich Kundenserviceagenten auf komplexere Anliegen konzentrieren und bessere Beziehungen zu Kunden aufbauen.

Obwohl sich der Answer Bot dank maschinellem Lernen ständig weiter verbessert, benötigen Sie qualifizierte Kundenserviceagenten und Wissensdatenbank-Kuratoren, deren Arbeit den Answer Bot noch leistungsfähiger macht. Da der Answer Bot auf Inhalte in der Wissensdatenbank zurückgreift, können Agenten auf zweierlei Weise zur Verbesserung der Logik beitragen: durch Training des Answer Bots mit besserem Concept Matching, damit Kunden die richtigen Informationen erhalten, und durch kontinuierliche Aktualisierung der Wissensdatenbank mit hochwertigen Inhalten, die der Answer Bot nutzen kann.

Hunderte von Unternehmen arbeiten bereits mit dem Answer Bot, und die Ergebnisse sprechen für sich: Agenten können produktiver arbeiten, Kunden brauchen oft nicht mehr auf eine Antwort zu warten (in manchen Fällen fielen Tausende von Stunden weg, die Kunden andernfalls hätten warten müssen) und bis zu 22 Prozent aller Anliegen lassen sich völlig ohne menschliches Eingreifen erledigen. Bots entwickeln sich ständig weiter; schon bald werden sie komplexere Fragen beantworten können. Für Kundenserviceagenten bedeutet das eine zunehmende Entlastung: Sie können sich auf komplexere Probleme und auf die Zufriedenstellung und Bindung von Kunden konzentrieren und dafür sorgen, dass die Wissensdatenbank so akkurat wie möglich ist.

Kundenserviceagenten in die Erstellung von Inhalten einbeziehen

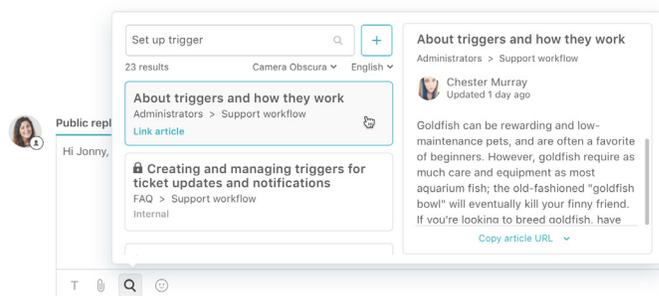
Manchen Agenten ist anfänglich vielleicht nicht klar, warum es so wichtig ist, dass sie aktiv Inhalte zur Wissensdatenbank beisteuern. Das wird ihnen aber schnell klar, wenn sie bei der Beantwortung von Supporttickets selbst nützliche Informationen aus der Wissensdatenbank erhalten. Dann verstehen sie, wie wertvoll Beiträge sind, die allgemeine Kundenfragen beantworten bzw. auf speziellere Aspekte oder neuere Informationen eingehen, die nur bestimmten Agenten bekannt sind – und wie sehr sich dies auf die eigene Produktivität auswirkt.

Organisationen, die aktiv in die Erstellung und Pflege einer soliden Wissensdatenbank investieren und diese laufend verbessern, verzeichnen im Durchschnitt [um 23 Prozent kürzere Lösungszeiten](#), [20 Prozent weniger erneut geöffnete Tickets](#) und eine [um 2 Prozent höhere Kundenzufriedenheit](#). Diese auf „agile Optimierung“ bedachten Unternehmen übertragen die Erstellung von Wissensdatenbankbeiträgen an das Supportteam, da Supportagenten und andere Knowledge Workers am meisten von zuverlässigen Inhalten profitieren. Beziehen Sie auf jeden Fall das gesamte Team ein, damit Ihre Wissensdatenbank immer besser wird.

Angesichts dieser Statistiken ist es entscheidend, dass Ihre Kundenserviceagenten verstehen, wie wichtig die Erfassung von institutionellem Wissen ist. Nur so finden Kunden per Self-Service Antworten auf die ständig wachsende Anzahl von Fragen. Um Ihren Agenten die Arbeit zu erleichtern, muss es einfach für sie sein, die Informationen, die sie in Tickets eingeben, schnell und einfach in Beiträge für die Wissensdatenbank umzuwandeln. Damit ein Help Center auch auf Dauer wirklich nützlich ist, müssen die Beiträge laufend aktualisiert werden. Agenten müssen also nicht nur neue Inhalte hinzufügen, sondern auch vorhandene Beiträge, die verbesserungsbedürftig sind, markieren und überarbeiten. Sobald Agenten mit der Erstellung von Inhalten vertraut sind und häufiger neue Beiträge hinzufügen, können Sie den Schwerpunkt auf Qualität verlagern. Sie erkennen schnell, welche Agenten redaktionelle Fähigkeiten und Fachwissen auf bestimmten Gebieten haben. Passen Sie Ihren Wissensmanagementsprozess entsprechend an.

App „Knowledge Capture“

Die App „Knowledge Capture“ ist ein ausgezeichnetes Tool, um Agenten in die Bereitstellung und Verbesserung von Inhalten einzubeziehen. Damit können sie auf bereits in Zendesk vorhandenes Wissen zugreifen, Links zu Tickets hinzufügen und sowohl für die interne Nutzung als auch für Kunden gedachte Inhalte erstellen. Die [App „Knowledge Capture“](#) schlägt Agenten relevante Beiträge vor, damit sie Tickets schnell und genau beantworten können und so erkennen, wie wertvoll es ist, zuverlässige Inhalte zur Verfügung zu haben. Wenn ein Kundenserviceagent falsche oder veraltete Inhalte sieht, kann er sie als verbesserungsbedürftig markieren. Dadurch wird ein spezieller Workflow für Content Manager eingeleitet. Diese sehen im Wissensmanagement-Dashboard, welche Agenten die meisten Inhalte markieren und hinzufügen und wie effektiv diese Inhalte sind.

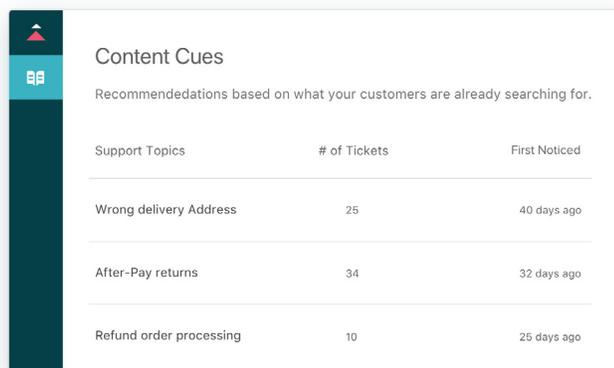


Wenn Inhalte als verbesserungsbedürftig markiert werden, können Content Manager mit [Team Publishing](#) klare Workflows für Autoren, Genehmiger und Veröffentlichler festlegen. Anhand der verschiedenen Phrasen – „In Bearbeitung“, „Bereit zur Überprüfung“, „Bereit zur Veröffentlichung“ und „Veröffentlicht“ – können Sie dafür sorgen, dass der Inhaltserstellungsprozess auf Kurs bleibt und das erforderliche Qualitätsniveau erreicht wird. Die Content Manager können außerdem zu aktualisierende Beiträge direkt bestimmten Teammitgliedern zuweisen, damit die Verbesserungen von den Agenten vorgenommen werden, die sich auf einem bestimmten Gebiet am besten auskennen. Auf diese Weise wird das in Ihrem Unternehmen vorhandene institutionelle Wissen effektiv erfasst.

Wie Sie eine wissenszentrische Organisation werden

Ihre Agenten tragen jetzt zur Erstellung neuer Inhalte bei und nutzen hierzu den Answer Bot, die App „Knowledge Capture“ und Team Publishing. Jetzt ist es Zeit, die letzten Schritte zur Transformation in eine wissenszentrische Organisation zu tun, in der Inhalte laufend weiter verbessert werden. Dazu gehört Folgendes:

- **Laufend relevantes Wissen erstellen und pflegen**
- **Einen Rahmen für das Wissensmanagement schaffen**
- **Organisatorische Änderungen vorantreiben und alle Beteiligten zur weiteren Mitarbeit motivieren, indem Sie die Vorteile dieser Strategie klar zum Ausdruck bringen, Teamwork fördern und die Mitarbeiter belohnen, die am meisten beitragen**



Support Topics	# of Tickets	First Noticed
Wrong delivery Address	25	40 days ago
After-Pay returns	34	32 days ago
Refund order processing	10	25 days ago

Um das Wissensmanagement noch effektiver zu gestalten, können Sie auf künstlicher Intelligenz basierende Tools wie [Content Cues](#) nutzen, die sicherstellen, dass Ihre Wissensdatenbank immer die richtigen Informationen enthält. Content Cues erkennt häufig gestellte Kundenfragen und sucht nach relevanten Inhalten. Wenn keine vorhanden sind oder wenn die existierenden Inhalte aktualisiert werden müssen, werden Sie von Content Cues darauf aufmerksam gemacht. Durch Aufzeigen dieser Wissenslücken hilft Content Cues, die Beiträge im Help Center zu verbessern. Content Manager können mit Tools wie Team Publishing die am besten qualifizierten Mitarbeiter damit beauftragen, verbesserungsbedürftige Inhalte zu aktualisieren oder neue Beiträge zu erstellen.

Wie bereits erwähnt bietet Team Publishing klare Workflows für die Erstellung, Bearbeitung und Veröffentlichung von Inhalten. Als wissenszentrische Organisation sollten Sie außerdem bestimmte Rollen einrichten, damit Wissen effizient gepflegt und geprüft wird:



Autor:

Der Autor (entweder ein spezieller Knowledge Worker oder einfach ein Supportagent) erstellt Beiträge für die Wissensdatenbank und wählt den Abschnitt aus, in dem der jeweilige Beitrag erscheinen soll, bevor er ihn zur Überprüfung einreicht. Oft sind auch die für eine bestimmte Kategorie zuständigen Mitarbeiter, die sich auf diesem Gebiet ganz besonders gut auskennen, als Autoren tätig.



Genehmiger:

Ein Beitrag geht nach der Erstellung an einen Genehmiger – einen Mitarbeiter, der den Beitrag überprüft, ggf. überarbeitet und sicherstellt, dass er die für die Veröffentlichung festgelegten Qualitätsvorgaben erfüllt. Der Genehmiger fügt außerdem die richtigen Labels zu einem Beitrag hinzu.



Veröffentlicher:

Der Veröffentlicher veröffentlicht den genehmigten Beitrag. Diese Rolle ist neben der Veröffentlichung oft auch für die Pflege der Wissensdatenbank zuständig. Eine spezielle Untergruppe der Rolle „Veröffentlicher“ sind die Wissensdatenbankinhaber, die für die taktische Ausführung des Wissensmanagementprogramms zuständig sind.

Diese Rollen fördern die effektive Zusammenarbeit im Team und sorgen dafür, dass Kunden und Agenten die Inhalte haben, die sie brauchen.

Inhalte laufend verbessern

Self-Service hat für alle Seiten – Ihre Kunden, Ihr Team und Ihr Unternehmen – echte Vorteile. Aber um diese Vorteile voll zu nutzen, ist einiges an Arbeit und Vorbereitung erforderlich. Auf den ersten Blick mag dies überwältigend erscheinen, aber wenn Sie sich auf die Grundlagen konzentrieren, lassen sich die erforderlichen Prozesse vereinfachen:

Mit einer soliden Grundlage beginnen

Erfolg beruht auf zweierlei: den richtigen Personen – fachkundige und engagierte Agenten, die Kunden hochwertigen Support bieten – und den richtigen Tools – Technologien, die Kunden effektiven Self-Service ermöglichen. Mit dem Answer Bot können mehr Kunden als je zuvor Self-Service in Anspruch nehmen. Dadurch werden Agenten entlastet und können sich auf komplexere Anliegen und die Schaffung besserer Kundenbeziehungen konzentrieren.

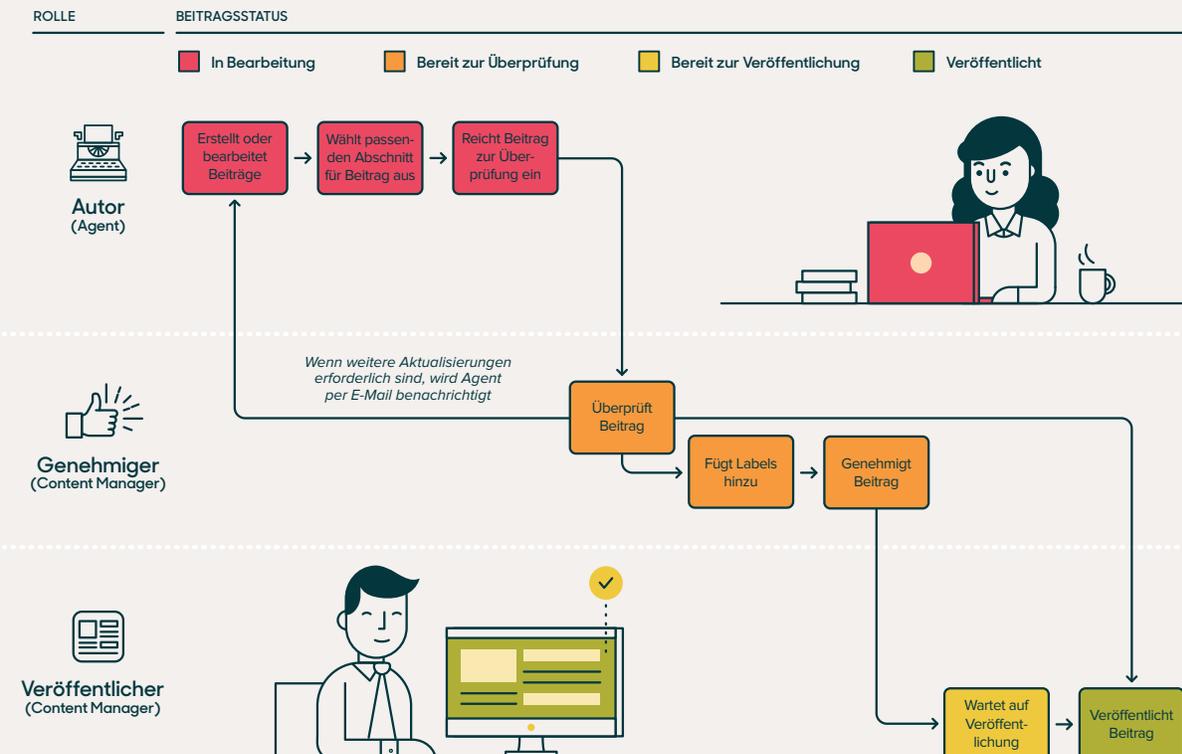
Hochwertige Inhalte erstellen

Damit Kunden ihre Probleme durch Self-Service selbst lösen können, brauchen sie hochwertige Inhalte. Die App „Knowledge Capture“ hilft Agenten, neue Beiträge für die Wissensdatenbank zu erstellen und bereits vorhandene zu aktualisieren, damit Kunden jederzeit Zugriff auf relevante Informationen haben.

Eine wissenszentrische Organisation werden

Schaffen Sie einen Rahmen zur laufenden Weiterentwicklung und Verbesserung Ihrer Wissensdatenbank. Nutzen Sie Team Publishing, um gemeinsam an Inhalten zu arbeiten und spezifische Rollen – Autoren, Genehmiger und Veröffentlichler – einzurichten, die für die Inhalte zuständig sind. Ermitteln Sie mithilfe von Content Cues, welche Wissenslücken es gibt, damit Sie diese gezielt schließen können.

Erstellen oder Bearbeiten eines Beitrags mit Team Publishing



Zusammenfassung

Wir hoffen, dieser Leitfaden hilft Ihnen, Ihre Wissensmanagementpraktiken noch effizienter zu gestalten. Es gibt aber noch mehr zu diesem Thema zu sagen. Auf der [Zendesk-Website](#) erfahren Sie, wie Sie Ihr Self-Service-Angebot auch langfristig an den Bedürfnissen Ihrer Kunden ausrichten können.