

Dialog in der „Always-on“-Ära

Wie Mensch und Technologie gemeinsam wachsenden Ansprüchen begegnen

VERINT.

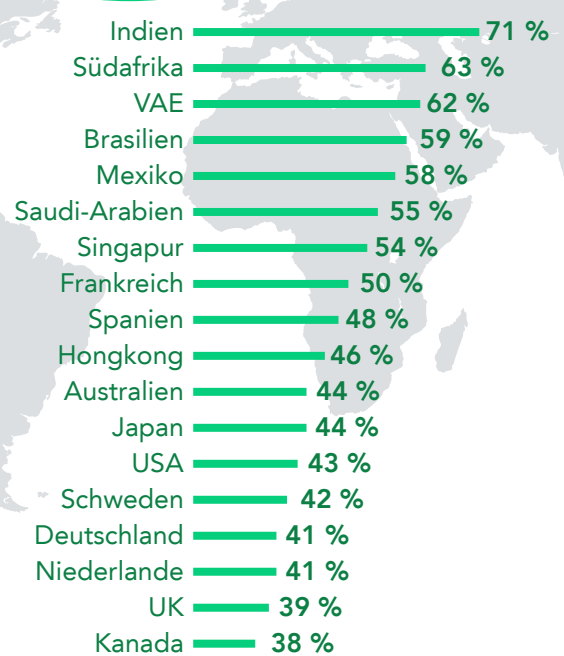
Eine aktuelle Studie in 18 Ländern untersucht, wie die Nachfrage nach permanent verfügbarem Service die Einstellung zu Technologie am Arbeitsplatz verändert hat.



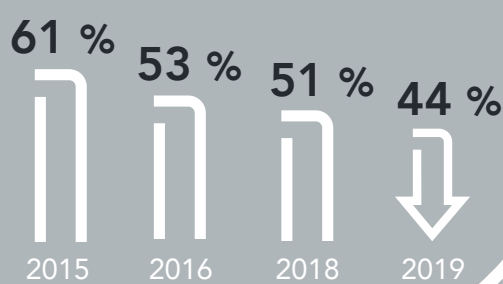
Komfort ist König im „Always-on“-Service

- 77 %** sehen Komfort als entscheidenden Faktor für die Auswahl eines Anbieters.
- 68 %** sind loyaler gegenüber Organisationen, die eine einfache und komfortable Interaktion ermöglichen.
- 60 %** erwarten ständige Erreichbarkeit über jeden beliebigen Kanal.
- 52 %** der 18- bis 24-Jährigen halten den Komfort digitaler Services für wichtiger als die Interaktion mit einem Menschen.

49 % der Befragten weltweit ist Komfort bei der Auswahl eines Anbieters wichtiger als der Preis.



Außerdem bleibt in der „Always-on“-Ära **Kundenbindung eine Herausforderung**, da die Loyalität weiter abnimmt.

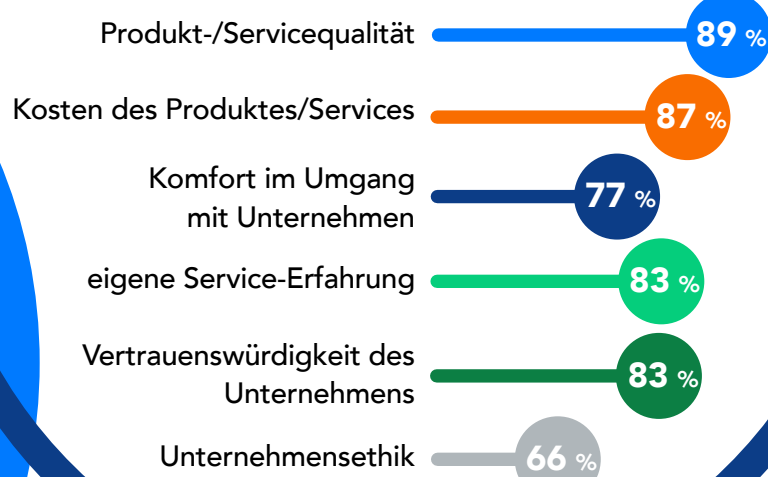


Mit zunehmender Popularität digitaler Kanäle ...

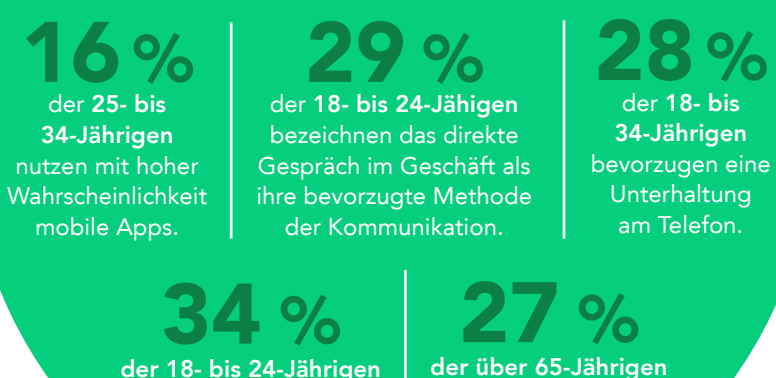
- Das Interesse an der Kontaktaufnahme über mobile Apps ist im letzten Jahr um **57 %** gestiegen.
- Online-Kundenbetreuung oder Web-Self-Service sind die primären Interaktionskanäle (**34 %**).
- ... bleibt der Wert von Interaktionen mit Menschen erhalten, besonders wenn es um wichtige Themen geht. Die Zusammenarbeit von Mensch und Maschine wird zum Schlüssel zur Erfüllung wachsender Erwartungen.
- Das Gespräch mit einem Agenten ist die zweitbeliebteste Methode für die Kontaktaufnahme (**30 %**).
- Filialen und Niederlassungen haben eine Zukunft, denn **29 %** der Verbraucher besuchen sie besonders gern.
- 60 %** der Verbraucher denken, dass sie bei der Interaktion mit einem Menschen ein besseres Ergebnis erzielen.

Es geht nicht nur um Produkte oder Services. **Sie müssen einfach in allem gut sein!**

Gründe für die Wahl eines Anbieters:



Verständnis für Ihre Kunden auf individueller Ebene ist unabdingbar. Beachten Sie dabei die **Generationsunterschiede**.



info.emea@verint.com
 EMEA: +44(0) 1932 839500
 Americas: 1-800-4VERINT
 APAC: +(852) 2797 5678
verint.com/research



Über die Studie

Diese Studie wurde von Verint in Auftrag gegeben und zwischen dem 1. und 11. Februar zusammen mit dem Marktforschungsunternehmen Opinium Research LLP durchgeführt. Insgesamt wurden 34.068 Verbraucher in folgenden Ländern befragt: Australien, Brasilien, Deutschland, Frankreich, Hongkong, Indien, Japan, Kanada, Mexiko, Niederlande, Saudi-Arabien, Schweden, Singapur, Spanien, Südafrika, USA, Vereinigte Arabische Emirate und Vereinigtes Königreich.

Die Befragung wurde online in der jeweiligen Landessprache durchgeführt und den Befragten wurde ein Anreiz zur Teilnahme geboten. Die in der Studie untersuchten Branchen waren Finanzdienstleistung, stationärer Einzelhandel, Kreditkartenwesen, Versicherung, Mobilfunk, Onlinehandel, Telekommunikation, Touristik und Versorgungswirtschaft.

VERINT.

The Customer Engagement Company™

© 2019 Verint Systems Inc. Weltweit alle Rechte vorbehalten. Die unautorisierte Verwendung, Vervielfältigung oder Veränderung dieser Infografik im Ganzen oder in Teilen ohne die schriftliche Genehmigung durch Verint Systems Inc. ist strikt untersagt. Alle hier mit dem ®- oder dem TM-Symbol gekennzeichneten Markennamen sind registrierte Warenzeichen oder Warenzeichen von Verint Systems Inc. oder Tochterfirmen. Alle anderen Marken sind Warenzeichen ihrer jeweiligen Eigentümer.