

Warum ein gutes Mitarbeitererlebnis die Voraussetzung für ein gutes Kundenerlebnis ist



Unternehmen konzentrieren sich heute mehr denn je auf den Kundenservice und das Kundenerlebnis. Dies ist keine Überraschung, da sowohl die Kunden als auch die Unternehmen immer mehr zu einer vollständig digitalen Zusammenarbeit, Kommunikation und Support übergehen. Laut [Zendesk Benchmark](#) steigen die Kundenanfragen im Zuge der sich weltweit ausbreitenden COVID-19-Pandemie stark an und die Kunden verlassen sich immer häufiger auf digitale Kanäle, um Hilfe zu erhalten.



Ein zufriedenstellendes Kundenerlebnis gehört zu den wichtigsten Wettbewerbsvorteilen. Darum investieren Unternehmen inzwischen auch intensiv in diesen Bereich. Unternehmen, die es ihren Kunden leicht machen, Geschäfte mit ihnen zu tätigen, personalisierten Service über die von den Kunden bevorzugten Kommunikationskanäle bieten und Transaktionen nahtlos gestalten, haben die besten Chancen, ihren Kundenstamm in den kommenden Monaten, die uns Einiges abverlangen werden, zu erhalten und sogar zu vergrößern. Bei der Eile, in die passenden Tools zu investieren, die mehr Einblicke in die Customer Journey bieten, übersehen die Unternehmen jedoch möglicherweise ein weiteres leistungsstarkes Tool zur Verbesserung des Kundenerlebnisses: das Mitarbeitererlebnis, auch als EX bezeichnet.

So wie das Kundenerlebnis alle physischen und digitalen Berührungspunkte zwischen Kunden und einem Unternehmen umfasst, bezeichnet EX die Summe aller Berührungspunkte zwischen einem Unternehmen und seinen Mitarbeitern. Die Auswirkung eines positiv behafteten Mitarbeitererlebnisses ist eindeutig: „Engagierte Mitarbeiter, die spüren, dass persönlich in ihre Arbeit investiert wird, sind eher bereit und in der Lage, das Kundenerlebnis positiv zu beeinflussen“, so ein Gartner-Bericht.¹

Unternehmen setzen noch stärker auf Technologien, die ihre Mitarbeiter miteinander vernetzen und informiert halten, während sie sich in den Überlebensmodus begeben. Die „neue Normalität“, in der Mitarbeiter auf der ganzen Welt plötzlich vom Homeoffice aus arbeiten, unterstreicht die Notwendigkeit, so flexibel wie möglich gegenüber unerwarteten Ereignissen zu bleiben. Kommunikationswerkzeuge wie Zoom und Slack sind mittlerweile zu einem unverzichtbaren Bestandteil des Lebens geworden. Unternehmen müssen aber noch weiter gehen und kreativer werden, um die Infrastruktur aufzubauen, die eine verteilte Belegschaft zusammenhält. Dadurch wird das Erlebnis der Mitarbeiter verbessert, was sich wiederum positiv auf das Kundenerlebnis auswirkt und die Unternehmen dabei unterstützt, sich schneller auf unvorhergesehene Ereignisse einzustellen.

In diesem Leitfaden wird definiert, was in das Mitarbeitererlebnis einfließt, und es wird veranschaulicht, welche Rolle die Technologie dabei spielt.

1. Gartner, Improve Employee Experience to Drive Improvements in Customer Experience, Gene Phifer, 26. November 2019

Was macht ein gutes Mitarbeitererlebnis aus?

Das Mitarbeitererlebnis ist die Summe aller physischen und digitalen Berührungspunkte zwischen einem Unternehmen und seiner Belegschaft, die im Allgemeinen folgendermaßen kategorisiert werden können:

Woran wir arbeiten

Haben Mitarbeiter die Möglichkeit, sinnvolle Arbeit zu leisten, die einen Einfluss auf das Unternehmen hat?

Mit wem wir arbeiten

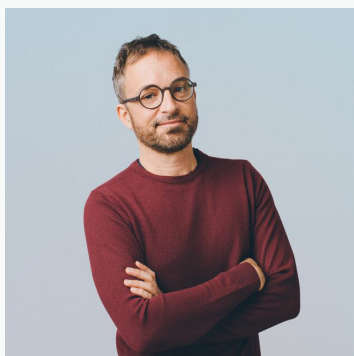
Arbeiten die Mitarbeiter mit Führungskräften und Teams zusammen, die inklusiv und engagiert sind, um ihnen bei ihrem Wachstum zu helfen?

Wie wir arbeiten

Gehen Sie gedanklich die Erfahrungen eines Mitarbeiters durch und zwar von der Minute an, in der er seinen Laptop öffnet, bis zu der Minute, in der er ihn zum Feierabend schließt. Ein positiv empfundenes Mitarbeitererlebnis ist nahtlos (wie auch ein gutes Kundenerlebnis nahtlos ist), angefangen bei der Frage, wie gut die einzelnen Technologien zusammenarbeiten, bis hin zur Frage, wie einfach es für die Mitarbeiter ist, das Wissen abzufragen, das sie für ihre Arbeit benötigen.

Wie wir belohnt werden

Spornen wir unsere Mitarbeiter zu guten Leistungen an?



So verbessern Sie mit dem Einsatz von Technologie das Mitarbeitererlebnis

Wenn es Ihnen gelingt, das Mitarbeitererlebnis zu verbessern, kann das sehr positive Auswirkungen auf Ihre Unternehmensstruktur haben. Seit 2009 hat laut einer Umfrage von Glassdoor ein Portfolio der „Besten Unternehmen, mit denen man zusammenarbeiten möchte“ von Fortune [den S&P 500 um 84,2 Prozent übertrumpft](#). Und derselbe Gartner-Bericht, in dem herausgefunden wurde, dass engagierte Mitarbeiter, die das Gefühl hatten, dass persönlich in ihre Arbeit investiert wird, eher bereit und in der Lage waren, das Kundenerlebnis zu beeinflussen, erbrachte außerdem, dass auch der Umkehrschluss zutrifft; dass die Erfahrung der Mitarbeiter die betriebliche Leistung und das Kundenerlebnis negativ beeinflussen kann, wenn die Mitarbeiter nicht das Gefühl haben, dass persönlich in ihre Arbeit und ihre Organisation investiert wird.²

Obwohl das „richtige“ Mitarbeitererlebnis für jedes Unternehmen etwas anderes bedeuten kann, gibt es einige universelle Best Practices rund um „wie wir arbeiten“, die jedem Unternehmen dabei helfen können, das Mitarbeitererlebnis zu verbessern. Dies kann wiederum dazu beitragen, das Kundenerlebnis zu verbessern.



2. Gartner, Improve Employee Experience to Drive Improvements in Customer Experience, Gene Phifer, 26. November 2019



Omnichannel-Plattformen

Ein gutes Kundenerlebnis zeichnet sich dadurch aus, dass die Kunden in jeder gewünschten Art und Weise Kontakt zu den Unternehmen aufnehmen können. Dasselbe muss auch für die Mitarbeiter gelten. Die Mitarbeiter müssen per E-Mail, Slack, in anderen sozialen Medien, per Chat usw. kommunizieren können, wenn sie eine Frage haben. Das gilt besonders dann, wenn der Großteil der Belegschaft per Remote-Verbindung arbeitet und sich auf digitale Kanäle verlassen muss. Wenn Ihre Mitarbeiter so schnell wie möglich Antworten auf ihre Fragen bekommen, arbeiten sie auf lange Sicht deutlich effizienter.



Kommunikation personalisieren

Auch die Mitarbeiter wissen es, genau wie die Kunden, zu schätzen, wenn ihre Kommunikation auf ihre jeweilige Situation zugeschnitten ist. Das ist nicht immer einfach, wenn es sich um eine große Belegschaft handelt. Eine Möglichkeit, wie Unternehmen die Personalisierung in großem Maßstab erreicht haben, ist die Einrichtung interner Wissensdatenbanken und Help Center. Durch die Erfassung aller unternehmensrelevanten Informationen, wie Richtlinien, Nachrichten, Prozesse, institutionelles Wissen, an einem zentralen Ort ermöglichen Wissensdatenbanken den Mitarbeitern die Selbsthilfe in einer Vielzahl von einzigartigen Situationen und Fragen. Eine Wissensdatenbank ermöglicht es einem Unternehmen auch, schnell Informationen an viele Mitarbeiter weiterzuleiten und die Richtlinien des Unternehmens in Echtzeit zu aktualisieren. Dieser „One-to-many“-Ansatz hat sich für Unternehmen als nützlich erwiesen, die sich gezwungen sahen, große Teile ihrer Belegschaft in Windeseile auf neue Aufgaben oder Arbeitsweisen umzustellen.



Institutionelles Wissen demokratisieren

Mitarbeiter müssen unbedingt wissen, an wen sie ihre Fragen richten sollen. „Wer ist Fachmann für ...?“ scheint ein institutionelles Wissen zu sein, das niemals irgendwo erfasst wird und sich ständig ändert. Unterstützen Sie die Mitarbeiter bei der Orientierung innerhalb Ihres Unternehmens, indem Sie einen internen Help Desk oder verzeichnisbasierte Workflows einrichten, damit Fragen automatisch an die richtige Abteilung weitergeleitet werden. Dann sind die Mitarbeiter nicht mehr nur auf bekannte Personen angewiesen, um ihre Arbeit zu erledigen oder Fragen zu stellen.



Automatisierung sorgt für höhere Effizienz

Interne Prozesse so effizient und produktiv wie möglich zu gestalten, hilft den Mitarbeitern bei der Erledigung ihrer Aufgaben. Technologien wie Workflow-Automatisierung, Self-Service und KI können dazu beitragen, die Erfahrung der Mitarbeiter effizienter zu gestalten, was diesen wiederum mehr Zeit gibt, sich auf andere Aspekte ihrer Arbeit, einschließlich des Kundenerlebnisses, zu konzentrieren. Die Workflow-Automatisierung kann Routineaufgaben beschleunigen, z. B. die Bereitstellung neuer Mitarbeiter oder die Weiterleitung von Fragen an die richtige Abteilung, während der Self-Service es den Mitarbeitern ermöglicht, sich bei bestimmten Themen in ihrem eigenen Tempo selbst zu helfen. Wenn die KI Hand in Hand mit einer Wissensdatenbank oder einem internen Helpdesk geht, kann sie Antworten auf Routinefragen automatisieren und sogar Routineaufgaben ohne menschliches Eingreifen erledigen.

Der interne Help Desk von Zendesk sorgt für ein besseres Mitarbeitererlebnis

Durch die Covid-19-Pandemie ist ein positiv ausgerichtetes Mitarbeitererlebnis von einer optionalen Annehmlichkeit zu einer unbedingten Anforderung geworden, da Unternehmen ihre Geschäftspraktiken derzeit schnell anpassen müssen.

Die Mitarbeiter, insbesondere diejenigen, die direkt mit den Kunden arbeiten, müssen sich rasch auf eine 100-prozentige Remote-Zusammenarbeit einstellen und gleichzeitig den Kunden, die verunsichert oder verärgert sein könnten, einen effizienten und einfühlsamen Service bieten. Viele haben die interne Help Desk-Lösung von Zendesk implementiert, die blitzschnell angepasst werden kann, um interne Anfragen und Arbeitsabläufe zu rationalisieren und so die Zusammenarbeit zu erleichtern.



[Tesco](#), der britische Lebensmittelgigant, hat Zendesk ursprünglich implementiert, weil er eine Software suchte, die „schnell, flexibel und benutzerfreundlich“ ist. Jetzt stützt sich Tesco auf die interne Help Desk-Lösung von Zendesk, um Anfragen von 460.000 Mitarbeitern in neun Ländern zu verarbeiten.



Der [US-Bundesstaat Tennessee](#) implementierte die interne Help Desk-Lösung von Zendesk, um unbezahlbares institutionelles Wissen zu erfassen. Dadurch wurde die durchschnittliche Einarbeitungszeit der Mitarbeiter von sechs Monaten auf sechs Wochen verkürzt.



Unternehmen haben die Interne Help Desk-Lösung von Zendesk aus folgenden Gründen implementiert:

Einfache Einrichtung

Gerade jetzt benötigen Unternehmen eine interne Lösung, die schnell eingerichtet und implementiert werden kann. Zendesk hat kürzlich Unternehmen dabei unterstützt, Lösungen in nur zwei Tagen zu erarbeiten und so die Zeit bis zur Wertschöpfung zu verkürzen.

Einfach und benutzerfreundlich

Dank einer intuitiven Benutzeroberfläche können Teams die Vorteile sofort erfassen, nachdem das Programm installiert wurde. Unternehmen profitieren außerdem von einer hohen Akzeptanz, die zu mehr Effizienz im zeitlichen Verlauf und zu mehr Daten über die Erfahrungen der Mitarbeiter führt. Diese können die Unternehmen dann zur Ermittlung weiterer Verbesserungsbereiche nutzen.

Überschaubare Gesamtbetriebskosten

Da die Zendesk-Lösung den Schwerpunkt auf die Benutzererfahrung legt und die Lösungen so intuitiv und benutzerfreundlich wie möglich gestaltet, ist es nicht mehr nötig, unzählige Administratoren einzustellen, nur um einen internen Help Desk zu verwalten. Gleichzeitig sorgt ein robuster App-Marktplatz dafür, dass Sie weiterhin mit bestehenden Systemen arbeiten können, anstatt auf proprietäre Plattformen zu migrieren.



**Die Mitarbeiter haben bereits
Einiges durchgemacht, und sie
werden auch weiterhin viel
durchmachen, während wir uns
alle auf neue Geschäftspraktiken
einstellen.**

Auch Mitarbeiter sind Kunden. Der interne Help Desk von Zendesk macht es Ihnen leicht, sich gut um Ihre Mitarbeiter zu kümmern, die letztendlich tatsächlich die ersten Kunden Ihres Unternehmens sind. Der Aufbau einer Grundlage für ein großartiges Mitarbeitererlebnis trägt dazu bei, dass Ihr Unternehmen auch ein großartiges Kundenerlebnis bieten kann.

Erfahren Sie mehr über die [interne Help Desk-Lösung](#) von Zendesk.

