2026

Erfolgreicher Kundendialog

SELL MORE

© Sellmore GmbH

Herzlich willkommen!

Sie dürfen dieses E-Book als PDF-Datei in unveränderter Form an Kunden, Freunde, Bekannte weitergeben oder als Bonusprodukt kostenlos auf Ihre Website stellen. Der Inhalt darf in keiner Weise verändert werden.

Die Weitergabe gegen Entgelt ist untersagt.

Alle Rechte liegen beim Herausgeber.

ISBN: 978-3-941952-40-9

Inhalt

Teil 1: Strategie und Value Case 6
1 Vom Cost Center zum Growth Driver: Wie C-Level den Kundendialog neu denken muss 6
2 Customer Service Excellence entsteht nicht im Customer Service - Wie Unternehmensstrategie, Customer Journey und Kundendialog zusammengehören 14
3 Make or Buy im Kundenservice: Wann lohnt sich (noch) der Einsatz eines externen Dienstleisters im KI-Zeitalter? 32
4 Vom Cost Center zum Customer Value Center - Wie moderner Kundenservice zum strategischen Werttreiber wird 41
Teil 2: Customer Journey und Prozessdesign im Kundendialog 51
5 „Moments that Matter“ im Contact Center: Wo sich Kunden entscheiden zu bleiben – oder zu gehen 51
6 Vom Chaos zur klaren Journey: Wie mittelständische Serviceorganisationen Prozesse end-to-end denken 60
7 Durchgängige Outbound- und Nachfassprozesse: Von der Kampagne zum echten Dialog 69
8 Mandanten-Onboarding bei Dienstleistern: Vom ersten Pitch bis zum produktiven Betrieb in 30 Tagen 79
Teil 3: Betrieb und Workforce im Contact-Center 88
9 Fachkräftemangel im Kundendialog - Wie Sie Service-Mitarbeitende gezielt entwickeln, statt die perfekte Fachkraft zu suchen 88
10 „Swinging Agents“ und Omnichannel-Routing: So nutzen Sie Ihre Ressourcen über Inbound und Outbound hinweg optimal 106
11 Service-Controlling, das nicht nur Excel-Schlachten liefert: Wie Sie die richtigen Zahlen für Steuerung und Mandanten finden 115
12 Kill the KPIs? Warum gute Kennzahlen schlechte Entscheidungen fördern können ... 122
Teil 4: Technologie und Daten als Enabler 132

13 Wegweiser durch den Contact-Center-Tech-Dschungel: Wie Mittelständler die passende Plattform auswählen 132
14 Verbindung statt Flickenteppich: Wie CRM, Telefonie und ERP im Contact Center zusammenspielen müssen 145
15 Low-Code und konfigurierbare Workflows: Wie Sie Service-Prozesse automatisieren, ohne daraus ein IT-Großprojekt zu machen 154
Teil 5: Führung, Kultur und Zusammenarbeit 166
16 „Gedanken zum Spannungsfeld von Service, Kosten, Qualität, Menschlichkeit” 166
17 Remote- und Hybrid-Teams im Kundenservice: Wie Kultur und Qualität auf Distanz funktionieren 173
18 Kommunikation, die deeskaliert: Gesprächsführung für schwierige Kundenkontakte 179
19 Warum wir Kundendialog nicht länger an echten Kund:innen trainieren sollten 188
Teil 6: Trends, KI und Zukunft des Kundendialogs 197
20 Kundenkommunikation und KI 197
21 Wer plant morgen den Kundenservice? – Workforce Management zwischen KI, Mensch und Unternehmensstrategie 202
22 KI kaufen und KI ready sein sind zwei vollkommen verschiedene Schuhe 211

Vorwort: Die Zukunft des Kundendialogs entscheidet sich im Zusammenspiel

Es ist 8:10 Uhr. Die Service-Center-Leiterin beginnt ihren Arbeitstag. Das Workforce Management zeigt ihr nicht nur, wie viele Kontakte erwartet werden, sondern wo heute welche Kompetenzen benötigt werden. Einfache Routineanfragen werden automatisiert gelöst. Komplexe oder sensible Anliegen landen früh bei einem Menschen – mit dem Kontext, der für eine gute Entscheidung notwendig ist.

Ein Kunde wechselt vom Self-Service zum Telefon und muss sein Anliegen nicht noch einmal von vorn erzählen. CRM, Telefonie und ERP liefern die benötigten Informationen, ohne dass Mitarbeitende fünf Anwendungen durchsuchen müssen.

Im Teammeeting geht es nicht nur um Service Level und Bearbeitungszeiten. Die Führungskräfte diskutieren auch: Welche Kontakte schaffen echten Wert? Welche entstehen überhaupt erst durch schlechte Prozesse? Wo erkennen wir Abwanderungsrisiken oder zusätzlichen Bedarf? Und welche Erkenntnisse aus tausenden Kundengesprächen müssen zurück in Produktmanagement, Vertrieb oder Prozesse fließen?

Zukunftsmusik? Nur teilweise.

Viele der dafür notwendigen Technologien und Methoden existieren heute bereits. Die eigentliche Herausforderung liegt aus meiner Sicht woanders: **Sie müssen zusammenspielen.**

Genau dieser Gedanke zieht sich für mich durch die Beiträge dieses E-Books. Erfolgreicher Kundendialog entsteht nicht allein durch eine neue Contact-Center-Plattform, einen Chatbot oder den nächsten KI-Assistenten. Er entsteht, wenn Unternehmensstrategie, Customer Journey, Prozesse, Mitarbeitende, Daten und Technologie auf ein gemeinsames Ziel einzahlen. Die Beiträge zeigen dabei sehr unterschiedliche Perspektiven – vom Kundendialog als Werttreiber über End-to-End-Prozesse und Workforce Management bis zur Frage, wie CRM, Telefonie und ERP sinnvoll verbunden werden.

Auch die KI-Diskussion bekommt dadurch eine andere Richtung. Für mich ist die spannendere Frage nicht: **Was kann KI übernehmen?** Sondern: **Welche Aufgaben sollte Technologie**

übernehmen, damit Menschen dort ihre Stärken einsetzen können, wo Verständnis, Erfahrung, Empathie und Entscheidungskompetenz gefragt sind? Ein ähnlicher Gedanke findet sich auch in den Beiträgen zu Führung und KI-gestützter Personalentwicklung.

Wie Sie dieses E-Book nutzen können

Sie müssen die mehr als 200 Seiten nicht zwingend von vorne nach hinten lesen. Beginnen Sie dort, wo Ihr größter Hebel liegt: bei Strategie und Wertbeitrag, bei Ihren Customer Journeys und Prozessen, bei Workforce und Steuerung, bei Technologie und Daten, bei Führung und Zusammenarbeit oder bei KI und der Zukunft des Kundendialogs.

Die Autoren vertreten dabei nicht immer dieselbe Perspektive. Das ist ausdrücklich gewollt. Kundendialog ist zu komplex für eine einzige Patentlösung.

Mein Wunsch für dieses E-Book ist deshalb einfach: Nutzen Sie die Beiträge nicht nur als Lesestoff. Nehmen Sie die Fragen mit in Ihr Team. Prüfen Sie, wo Ihr Kundendialog heute unnötige Arbeit erzeugt, wo Informationen verloren gehen und wo Technologie bereits mehr leisten könnte. Denn der Kundendialog der Zukunft beginnt nicht mit dem nächsten Tool. Er beginnt mit der Frage, was für Kunden, Mitarbeitende und Unternehmen tatsächlich besser werden soll.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre und viele konkrete Impulse für Ihre Praxis.

Markus Grutzeck

Herausgeber – Erfolgreicher Kundendialog
Leiter Marketing und Produktmanager
Contact-Center-Lösungen, Sellmore GmbH