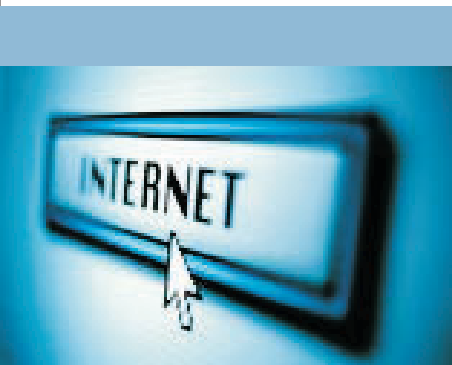




Persönliche Online-Kundenberatung im Vertriebskanal Internet



Einführung:

Das Internet ist kein billiger Verkaufskanal, der die klassischen und kostenintensiven Vertriebswege ersetzt. Es ist vielmehr eine ergänzende Vertriebschance, die mindestens die gleiche Intensität an Bemühungen und Kundenbindungsmaßnahmen erfordert, wie der Verkauf in einem Ladengeschäft. Der Websitebesucher möchte mehr als reine Produkt- und Firmeninformation auf Ihrer Internetseite, er möchte individuell beraten werden. Die individuelle Online-Kundenberatung bietet eine erfolgreiche Kundenbindung.



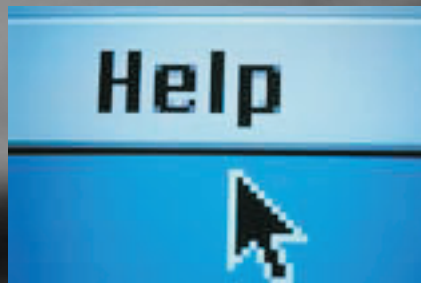
Wie funktioniert „Online-Kundenberatung“?

Der Kern jeder Online-Beratung besteht im Kontaktaufbau und in der Kommunikation zwischen Websitebesucher (User) und Berater (e-supporter)

Für die Kontaktaufnahme gibt es verschiedene Möglichkeiten:

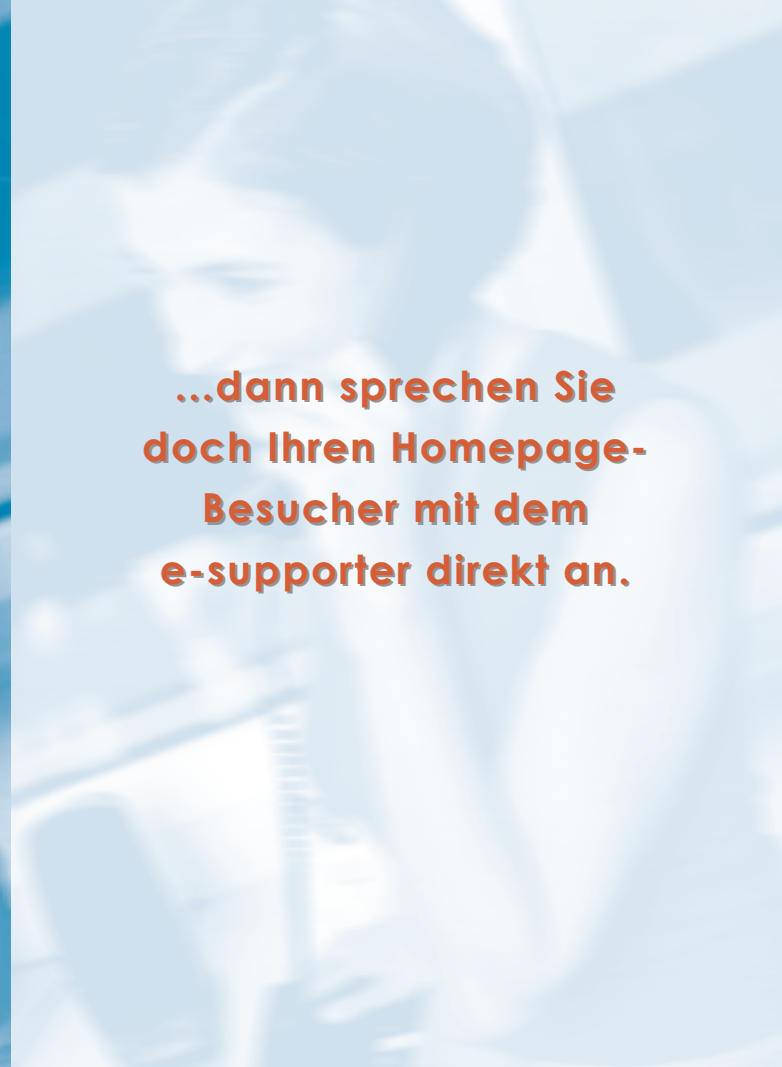
- der User nimmt Kontakt auf, indem er einen Button anklickt, auf dem sinngemäß zu lesen ist „klicken Sie hier für weitere Informationen“
- der User nimmt über ein Beratungsfenster (Pop up oder Frame), das sich beim Betreten einer Seite oder nach einer frei definierbaren Verweildauer auf der Seite, öffnet, Kontakt auf

Der User nimmt Kontakt auf, indem er einen Button anklickt, auf dem sinngemäß zu lesen ist „ klicken Sie hier für weitere Informationen“





Ihre Produkte oder
Dienstleistungen sind
komplex,
beratungsintensiv,
erklärungsbedürftig?



**...dann sprechen Sie
doch Ihren Homepage-
Besucher mit dem
e-supporter direkt an.**

Machen Sie aus einem Webbesucher einen Interessenten und diesen Interessenten zum Kunden!

e-supporter als Vertriebsunterstützung

Ihre Produkte oder Dienstleistungen sind komplex, beratungsintensiv, erklärungsbedürftig? Ihre Produkte lassen sich nicht über einen Online-Shop verkaufen? Ihre Homepage dient zur ersten Informationsbeschaffung?

Dann sprechen Sie doch Ihren Homepage-Besucher mit dem e-supporter direkt an. Machen Sie aus einem Webbesucher einen Interessenten und diesen Interessenten zum Kunden!

Wenn an Ihrem Messestand ein Besucher interessiert vorbeiläuft, dann schauen Sie doch auch nicht weg, sondern sprechen ihn an. Der Webbesucher ist nichts anderes als jemand, der über eine Messe läuft. Bei welchem Stand wird er verweilen? Da wo sein Interesse geweckt und wo er gut beraten wird!

Das Internet hat im Pre-Sales-Bereich den wichtigsten Einfluss aller Kommunikationskanäle.

e-supporter im Online-Shop

Ein Mausklick – und schon sind die Einkäufe im Internet getätigt. Aber auch genau einen Mausklick entfernt befindet sich im Internet Ihr Mitbewerber.

Viele Online-Shops sind deswegen nicht erfolgreich, weil sie nur für Kunden entwickelt wurden, die genau wissen, was sie wollen. Dabei benötigen ebenso viele Kunden bei der Kaufentscheidung aktive Unterstützung. „Das steht Ihnen aber gut“, haben Sie mit Sicherheit schon beim Kleidungskauf gehört. Und wahrscheinlich haben Sie sich dabei geschmeichelt und bestätigt gefühlt – und haben gekauft! Persönliche Beratung zu Produkten und Service steht auch im Vertriebskanal Internet an erster Stelle.

Kaufabbrüche minimieren Sie, weil Sie zur Verfügung stehen, wenn Ihr Kunde Probleme mit der Bedienung Ihres Online-Shops hat. Kleinigkeiten wie Lieferzeit, Versandkosten oder Umtauschmöglichkeiten lassen sich in den FAQ's nachlesen – aber wer macht sich diese Mühe? Durch die Erfahrungen, die Sie aus den Fragen der User gewinnen, optimieren Sie den Bestellablauf und den Erfolg Ihres Online-Shops.

e-supporter als Beratungstool

Für Direktversicherungen, Direktbanken, Tourismusanbieter, Auto-Konfiguratoren, durchweg alle Branchen, die Ihren Websitebesuchern Hilfestellung bei der Kaufentscheidung oder Beratung/Problemlösung bieten möchten, stellt der e-supporter ein ideales Instrument dar.





Ein Mausklick – und schon sind die Einkäufe im Internet getätigt. Aber auch genau einen Mausklick entfernt befindet sich im Internet Ihr Mitbewerber.



Der wirtschaftliche Nutzen

Der e-supporter ermöglicht es Ihnen, die Fragen der Besucher dort zu beantworten, wo sie auftauchen: direkt auf Ihrer Website. Sie erzielen Aufmerksamkeit und Vertrauen zu Ihrem Unternehmen, den Produkten oder Leistungen. Wer den individuellen Kontakt auch online zu nutzen versteht, erreicht damit:

- Umsatzsteigerungen
- dass die Webbesucher durch die Beratung zu zufriedenen Kunden werden, zufriedene Kunden kommen wieder und eröffnen zusätzlich Cross- und Up-Selling-Potenziale
- die aktive Ansprache direkt auf der Website. Dies erhöht den Zugang zu neuen Nutzergruppen. Gewinnen Sie die Besucher Ihrer Website in einer kontaktstarken und persönlichen Atmosphäre
- mehr Service für den Interessenten durch die direkte Kommunikation und damit eine effizientere Kundenbindung. Der Websitebesucher braucht nicht erst zum Telefon greifen, um die gewünschten Informationen einzuholen oder eine E-Mail senden, von der er nicht weiß, wann sie beantwortet wird. Mit dem e-supporter antworten Sie sofort!



- einen positiven Imageeffekt, der auf die emotionale Ebene des Websitebesuchers wirkt
- dass Sie eine emotionale Bindung zwischen dem Websitebesucher und Ihrem Interangebot bzw. Ihrem Unternehmen über eine Realtime-Beratung ohne Zeitverzögerung aufbauen
- die direkte Kommunikation in Echtzeit ohne Medienwechsel

Wer macht die Online-Beratung?

Die Online-Beratung können Sie in Ihrem Unternehmen selbst durchführen. Wenn Sie dafür keine Kapazitäten haben, unterstützen wir Sie gerne mit unserem ContactCenter.

Nach einer Schulung unserer Mitarbeiter übernehmen wir im First- und Secondlevel die Beratung Ihrer Websitebesucher. Sollten Fragen auftreten die von uns nicht beantwortet werden können, klären wir diese simultan mit Ihren Fachkräften telefonisch ab und können so die Beratung sofort fortsetzen. Wenn wir die Frage dennoch nicht klären können, beantworten wir die Frage anschließend per E-Mail oder telefonisch – je nachdem, was Ihrem Besucher lieber ist. Oder wir leiten die Besucher an Ihr Fachpersonal weiter ...



e-supporter-Features auf einen Blick

Um die Kommunikation mit Ihren Websitebesuchern persönlicher, bequemer und auswertbarer zu machen, enthält der e-supporter vielseitige Features:

- Auf Wunsch sieht der User während der Onlineberatung ein Foto des Beraters eingeblendet.

- Repeat Visitor Identification

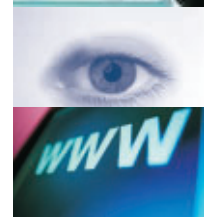
Das Setzen eines Cookies sorgt dafür, dass ein früherer Besucher sofort mit seinem Namen begrüßt werden kann. Der Berater bekommt gleichzeitig alle bisher mit diesem Kunden geführten Beratungen angezeigt. Der e-supporter funktioniert aber auch, wenn der User das Setzen eines Cookies unterbindet.

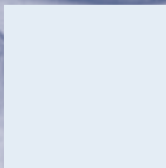
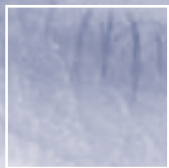
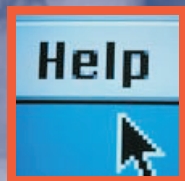
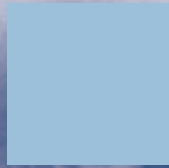
- Monitoring

Beim Eintreten des Kunden auf die Website oder beim Aufrufen der Online-Beratung erscheint beim Berater der Kommunikationswunsch auf dem Bildschirm. Der Kommunikationswunsch wird gleichzeitig akustisch signalisiert.



GUTEN TAG...





- Push Page

Mit dieser Funktion öffnen Sie dem Besucher Ihrer Website automatisch jede andere Seite oder Unterseite – auch wenn der User hinter einer Firewall sitzt. Sucht beispielsweise ein Kunde nach einem bestimmten Produkt, so können Sie ihm ganz einfach die entsprechende Seite öffnen oder ihm den Link zu der Seite senden.

- Gesprächsprotokoll

Der User kann sich das Gesprächsprotokoll am Ende der Beratung als E-Mail zusenden lassen. Dem Berater wird das Gesprächsprotokoll automatisch in einen Unterordner seiner Administratorseite eingestellt. So lassen sich Kundenkontakte archivieren und nachbearbeiten.

- Autotexte

Häufig gestellte Fragen beantworten Sie mit einem Mausklick durch Auswählen der jeweiligen Textbausteine.

- E-Mail-Signatur

Durch den Einbau eines Links in Ihre ausgehenden E-Mails können Ihre Kunden direkt über die E-Mail mit Ihnen in Kontakt treten.

- Leave a Message

Ist gerade kein Berater verfügbar, öffnet sich automatisch ein Kontaktformular, in dem der Besucher seine Daten und Fragen hinterlassen kann.

- Mehrere Kunden gleichzeitig beraten

Telefonieren können Sie nur mit einer Person, eine Online-Beratung können Sie mit mehreren Kunden gleichzeitig durchführen. Die Kundenzahl hängt dabei von der Komplexität der Beratung ab.

- Call-Back-Funktionalität

Wenn das Online-Gespräch zu sehr in die Tiefe geht, senden Sie dem Websitebesucher ein Call-Back-Fenster. Dort trägt der Besucher lediglich seine Telefonnummer ein und es wird automatischeine Telefonverbindung zwischen Kunde und Berater hergestellt.

- Individuelle Anpassung der Benutzeroberfläche an Ihr Corporate Design



eSupporter

Thomas Walter: Guten Tag, mein Name ist Thomas Walter. Was kann ich für Sie tun?

Frau Schade: Bitte geben Sie mir Auskunft über Ihr Produkt

Nachricht:

Senden



