

Fast Lane für hunderttausende von Anfragen dank Glassix



Ariel Keshir, Direktor für Datenkommunikation und Informationssicherheit, verantwortlich für die Call Center bei Hertz, können Sie uns bitte etwas über das Unternehmen erzählen?

„Hertz ist das größte Autovermietungsunternehmen der Welt, das in 170 Ländern tätig ist und über 11.500 Mietstationen betreibt, darunter auch die Marken Dollar und Thrifty.“

Was hat Sie dazu bewegt, nach einer Omnichannel-Kommunikationslösung für die Call Center des Unternehmens zu suchen?

In den letzten Jahren konnten wir eine wachsende Nachfrage nach Dienstleistungen über digitale Kanäle, insbesondere WhatsApp, verzeichnen. Dies gilt vor allem für junge Kund*innen, die in der digitalen Welt leben - auf WhatsApp, Facebook, Messenger und anderen digitalen Kanälen. Daher haben wir uns entschieden, unseren Kundendienst neben dem üblichen Telefonservice auch über diese digitalen Kanäle anzubieten.

Warum haben Sie sich ausgerechnet für Glassix als digitale Lösung entschieden?

Als man uns das System vorstellte und eine Demo von Glassix zeigte, hatten wir gleich großes Vertrauen in die Fähigkeit des Systems, unsere strengen Anforderungen an die digitale Kundenbetreuung zu erfüllen.

Wir haben erkannt, dass dies das richtige System für uns ist - sowohl wegen der Fülle seiner Funktionen und der Flexibilität, als auch wegen der Einfachheit der Umsetzung. Unser darauf folgendes Proof-of-Concept bestätigte dann alles, was wir in der Demo gesehen hatten, und sogar noch mehr. Direkt nach dem Proof-of-Concept hat das Support-Team das System implementiert und wir waren innerhalb kürzester Zeit live.

Wie hat Ihre Kundschaft den digitalen Service aufgenommen?

Prima! Unmittelbar nach Start des Systems konnten wir einen massiven Wechsel der Kunden vom Telefonservice zu den verschiedenen Diensten über WhatsApp und E-Mail beobachten. Bald darauf haben wir einen Glassix-Webchat auf der Website des Unternehmens eingerichtet, und die Leute begannen, darüber Autos zu mieten und den vollen Service über die digitalen Kanäle zu nutzen. Die Umstellung ging schnell und nahtlos über die Bühne, und heute wird ein erheblicher Anteil unserer Kontakte digital und nicht mehr telefonisch abgewickelt.

Eigentlich hätten wir nie gedacht, dass die Zahl der Interaktionen auf digitalen Kanälen so hoch sein würde. Wir haben zunächst mit 10 Mitarbeitern für den digitalen Bereich begonnen, brauchten allerdings aufgrund der enorm hohen Zahl an digitalen Anfragen schon nach kurzer Zeit Dutzende Mitarbeiter hierfür. Das System wurde erst im Service-Center eingeführt und schnell auf das Auftragszentrum des Unternehmens ausgeweitet. Heute beantworten wir täglich mehrere Hundert, teils internationale Service-Anfragen (sogar für den Pannenservice) via WhatsApp anstatt per Telefon.

Da viele Mitarbeitende seit der Corona-Pandemie von zu Hause aus arbeiten und sich remote mit dem System verbinden, war der Service für die Kunden zu keinem Zeitpunkt beeinträchtigt, und wir erhielten von unseren Kunden ein ausgezeichnetes Feedback.

Die Einführung des Webchats und des Bots von Glassix hat außerdem erheblich zur Verbesserung der Kundenerfahrung beigetragen. Unsere Kunden können über den Bot eine Vielzahl von Aktivitäten ohne Hilfe von Mitarbeitern durchführen. Dadurch können wir

Hunderttausende von Anfragenden effizienter als je zuvor betreuen.

Können Sie mir etwas über die Integration von Glassix in Ihr ERP-System erzählen?

Das war zweifellos ein wichtiger Schritt, mit dem wir viele verschiedene Geschäfts- und Betriebsabläufe automatisieren und somit Prozesse innerhalb der Organisation straffen konnten. Außerdem können wir unseren Kunden dadurch ein innovatives und fortschrittliches Kundenerlebnis bieten.

Wie sieht es mit Plänen für die Zukunft aus?

Wir haben eine Zukunftsvision formuliert, bei der es darum geht, wie Hertz seine digitalen Services weiterentwickeln möchte. Wir planen beispielsweise, die Nutzung des Systems auf die Rechtsabteilung auszuweiten. So kann zum Beispiel ein Kunde, dessen Fahrzeug in einen Unfall verwickelt war, den gesamten Prozess mit der Abteilung über Glassix von seinem Smartphone aus verwalten. Der Kunde kann dann Fotos über WhatsApp und andere Kanäle verschicken, digitale Dokumente auf dem Smartphone ausfüllen und unterschreiben und vieles mehr. So werden alle Informationen über das System an die Rechtsabteilung und andere entsprechende Stellen weitergeleitet und sämtliche Kommunikation und Informationen – Fotos, Videos, Formulare usw. – werden vollständig dokumentiert und gebündelt.

Gibt es sonst noch etwas, das Sie hinzufügen möchten?

Definitiv. Abgesehen von den Möglichkeiten des Systems und der äußerst professionellen Umsetzung und Unterstützung durch das Team hat Glassix uns innovative Arbeitsmethoden in der digitalen Welt aufgezeigt. Mir ist außerdem wichtig, darauf hinzuweisen, dass die Schönheit von Glassix in der Einfachheit seiner Anwendung liegt. Das liegt vor allem an der Gestaltung der Benutzeroberfläche und der sehr benutzerfreundlichen Umgebung mit Hinweisen und Symbolen anhand derer die Mitarbeitenden gleich sehen, woher jeder Anruf kommt. Das vereinfacht ihre Arbeit ungemein.

Insgesamt haben wir das Gefühl, mit Glassix richtig zusammenzuwachsen. Und wir wissen, dass, sobald es neue Funktionen im System gibt, wir die ersten sein werden, die diese implementieren und nutzen. Wir haben hier eine echte Partnerschaft, und wir sind stolz darauf, der führende Autovermieter im Bereich des digitalen Kundendienstes zu sein. Und wir danken Glassix für die Professionalität und den Service!