

Workshop Videoberatung & Cobrowsing:  
Business Case und Fallbeispiele



## Ich sehe was, am Telefon...

- › 3+1 Nutzen: Wie es sich für Sie rechnet, mit Videoberatung und Cobrowsing das Kundenerlebnis zu verbessern und Ihren Telefon- und Online-Vertrieb zu steigern
- › Interaktiver Workshop zur Evaluierung des Benefits von Videoberatung in Projekten der Teilnehmer

Axel Gibmeier  
Head of Strategy and Communication



## dtms: Portfolio

104 Länder	>12 Plattformen	>40 Länder	>80 Länder
(Service-) Rufnummern, zentral gesteuert	Cloudbasierte Contact Center Applikationen	Payment zur Kundenkontakt-Abrechnung	Mobile Messaging & Applications
Spezialist für intelligente Erreichbarkeit mit Routing- & Statistiklösungen auf einer zentralen Plattform für alle Ihre Hotlines	ein führender Anbieter und Broker von IVR-, ACD-, Multi-Channel- und Kundendialoglösungen flexibel aus der Cloud	Payment-Spezialist für die Abrechnung von Kundenkontakten und die Abrechnung von digitalen Gütern über die Telefonrechnung	Anbieter mobiler Messaging-Lösungen zum abgesicherten Versand und Empfang von SMS und MMS

## 1. Nutzen für Videoberatung und Cobrowsing: **Telefon-Vertrieb stärken**

### **Stärkung Telefon- Vertrieb**

Verkaufen Sie  
mehr am  
Telefon, indem  
Sie Ihren  
Kunden  
Produkte und  
Unterlagen live  
zeigen!

## Kunden wollen den Berater sehen

42%

der Konsumenten würden es schon heute begrüßen, den Agenten im Telefonat zu sehen.

16%

sehen darin einen echten Mehrwert.

und

36%

würden schon heute VideoChat nutzen, während sie mit einem Unternehmen telefonieren.

Quellen:  
2012 Global Customer Service Barometer; echo 2012,  
a research report prepared for American Express

A commissioned study conducted by callcentres.net and analysed by Forrester Consulting  
on behalf of Avaya, Februar 2011

© dtms GmbH 2012 Seite 4



## Die Kombination aus Web und Telefon liegt nahe

48%

der Smartphone User haben schon einmal im Call Center angerufen, während sie auf der Webseite surfen

und

10%

tun das schon heute regelmäßig.

Quelle:  
Davies Hickmann: „The Autonomous Customer, 2011“  
Understanding the challenges of dealing with informed, demanding and networked customers“  
- Studie gesponsort von Avaya und BT

## Ich sehe was, am Telefon... Die Kraft der Bilder



Produktabbildungen  
und Schaubilder

Präsentationen und  
Slideshows

Animationen und  
interaktive Grafiken

Produkt- und  
Vertragsunterlagen

Videos und  
Produktanimationen

Tabellen und  
Preislisten

Produkt- und  
Preisvergleiche

Schritt-für-Schritt-  
Erläuterungen

Formulare und  
Workflows

# Hohe Abschlussquoten im Telefonvertrieb durch visuelle Unterstützung des Gesprächs

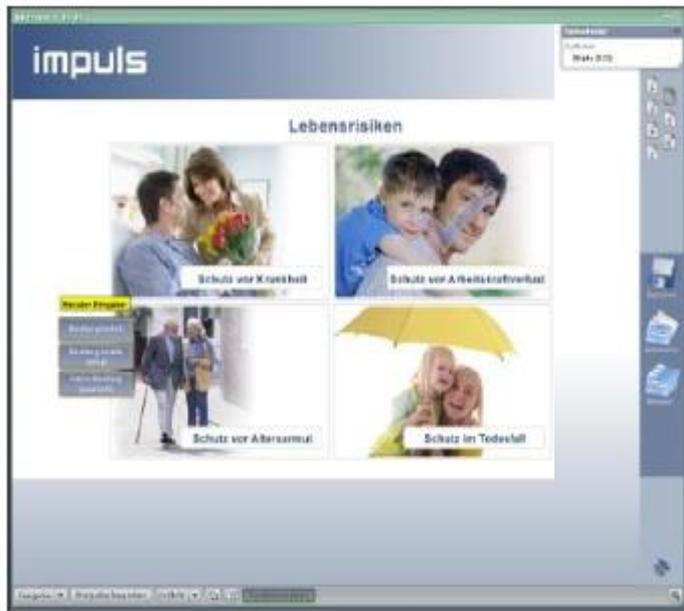


## „Virtueller Beratungsraum“

Ca. 60 minütige Gespräche  
80% Abschlussquote (!)

65% Einsparung Vertriebskosten  
30% vom Unternehmenserlös  
28% weniger Storno

- „Split Session“:  
Verschiedene Sichten für beide Seiten
- Paralleler Gesprächsleitfaden
- Rechtssichere Dokumentation
- Medienbruchfreier Vertragsabschluss
- Integriert in Workflowmanagement
- Einbindung sämtlicher Dokumente der Produktgeber



impuls Krankenversicherung  
Versicherungsvertrieb

## 2. Nutzen für Videoberatung und Cobrowsing: **Online-Verkäufe steigern**

**Stärkung  
Telefon-  
Vertrieb**

**Stärkung  
Online-  
Vertrieb  
& Conversion**

Verkaufen Sie  
mehr am  
Telefon, indem  
Sie Ihren  
Kunden  
Produkte und  
Unterlagen live  
zeigen!

Verkaufen Sie  
mehr im  
Internet, indem  
Sie Ihre  
Kunden online  
im Video-Chat  
beraten!

## Erhöhen Sie Ihren Online-Absatz, indem Sie Kunden online beraten und binden



65%

der Deutschen kaufen  
bestimmte Waren nicht  
online, weil sie persönliche  
Beratung wünschen

und ebenso

65%

der Konsumenten geben an,  
nach Online-Recherchen offline  
zu kaufen.

„ROPO“: Research Online – Purchase Offline“

Quellen:  
CreditPlus Bank AG, Quick Survey Shopping 2012

Customer Journey Typologie 2012 – B2C Multichannel  
Institut für Handelsforschung Köln im Auftrag von AZ Direct

## Eine direkte Online-Beratung kann den Kunden motivieren, sofort online zu kaufen.



Gefragt nach dem Grund, nach einer Informationssuche im Internet im stationären Handel zu kaufen, antworten...

27,6%

dass sie sich im Ladengeschäft noch nach Produkteigenschaften informieren wollten und dann auch gleich dort gekauft haben.

19,6%

dass sie sich persönlich beraten lassen wollten, bevor sie das Produkt kaufen.

Quelle:  
ECC Handel in Zusammenarbeit mit hybris:  
Von Multi-Channel zu Cross-Channel – Konsumentenverhalten im Wandel, 2011

## Konvertieren Sie Kunden direkt während der Informationssuche im Web



23%

der stationären Käufe geht eine Informationssuche in Online-Shops voraus.

Diese Käufe entsprechen

30,8%

des stationären Umsatzes.

Quelle:  
ECC Handel in Zusammenarbeit mit hybris:  
Von Multi-Channel zu Cross-Channel – Konsumentenverhalten im Wandel, 2011

## Binden Sie den Kunden durch kompetente Online-Beratung an Ihr eigenes Angebot

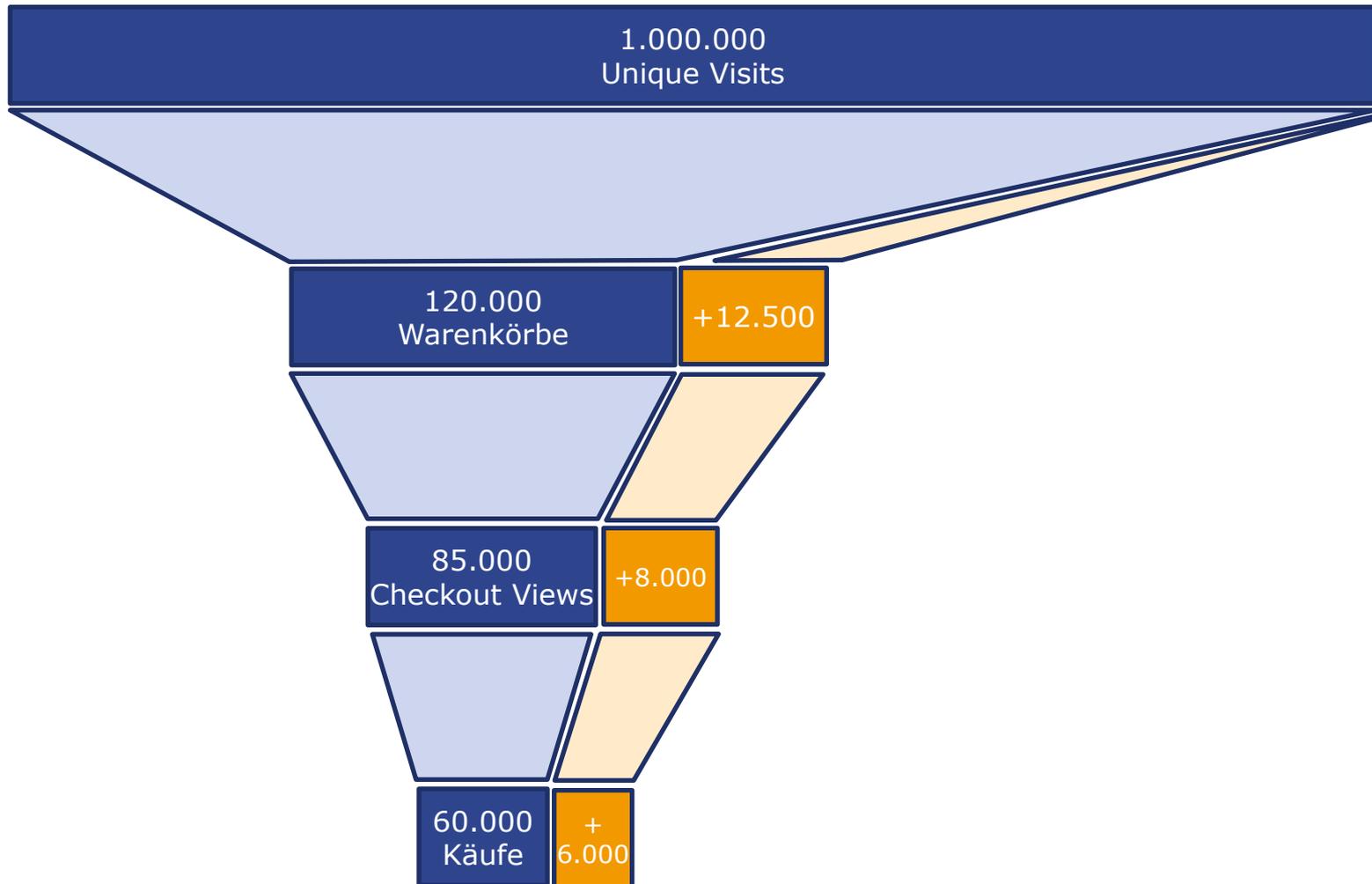


Das Internet ist für ...	...der Käufer von...
66,9%	Unterhaltungselektronik und Computern
54,5%	Haushaltsgeräten
41,0%	Kleidung und Schuhen
37,0%	Sport-Ausrüstung / Outdoor
30,9%	Möbeln und Einrichtung

... die **wichtigste Informationsquelle** bei der Kaufvorbereitung – und somit für Hersteller und Händler idealer Ort, um die Kunden direkt vom eigenen Angebot zu überzeugen und den Kunden bei seiner Kaufentscheidung zu beeinflussen.

Quelle:  
PwC MC Study 2012 Shopping in Physical Stores

# It's all about conversion...



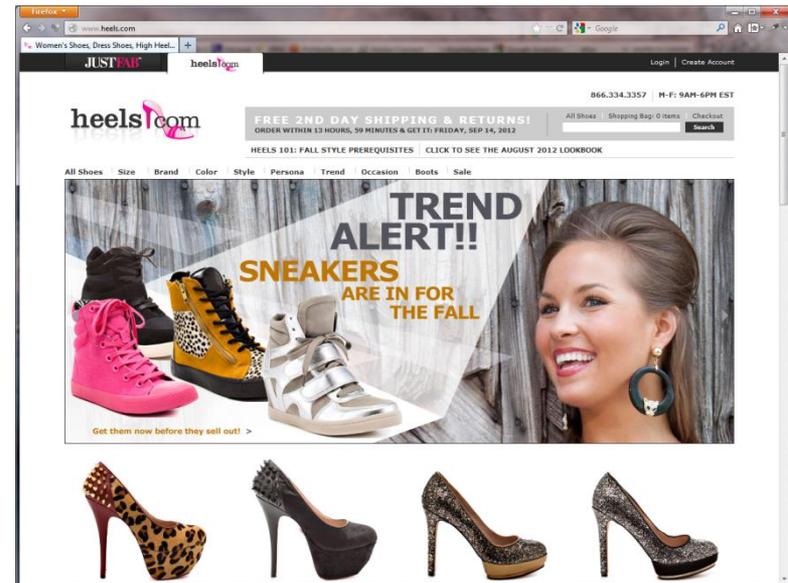
# Erfolgreiche Online-Vertriebe erhöhen ihre Conversion mit Sales Chat



Sehr positive Erfahrungen mit persönlicher Beratung per Videochat und Cobrowsing

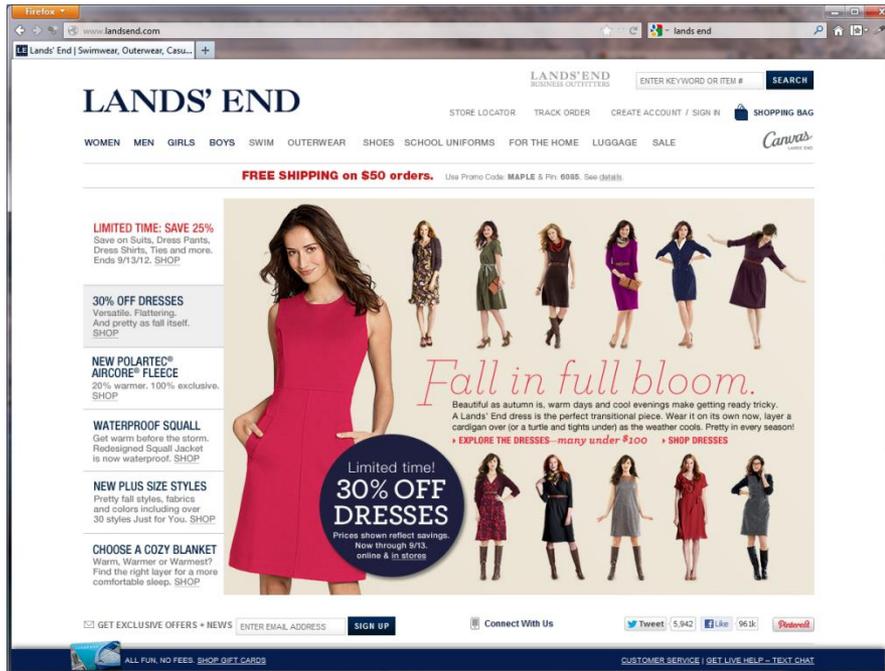
- > average time on site **+491%**
- > number of pages visited **+325%**
- > conversion **+662%**
- > average order value **+32%**
- > per-visit value **+907%**

Eric McCoy  
Gründer und CEO Heels.com



heels.com

# Erfolgreiche Online-Vertriebe erhöhen ihre Conversion mit Sales Chat



Lands' End

"The information I can share in regards to business results is we see a

**40% increase in conversion**

when compared to someone not chatting with us and around

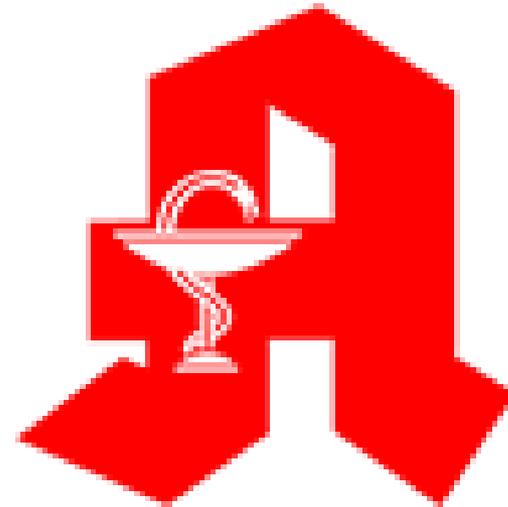
**15% increase in order value.**

Again the customer who video chats is a more serious buyer."

## Erfolgreiche Online-Vertriebe erhöhen ihre Conversion mit Sales Chat



- › 2 Apotheker bedienen den Video-Chat
- › z.B. Beratung beim Setzen von Spritzen per Video-Anleitung
- › **25% Kostenersparnis im Customer Service**
- › **Conversion +20% seit Einführung des Chats**
- › Ca. 70% der Chats von Stammkunden, z.B. für schnelle produkt- oder lieferungsbezogene Rückfragen.



ITSRx.com



## Case Study: Apollo Travel

- › *"We really want to hold onto visitors to our website until they have purchased their holiday."*
- › *"By answering online we sell more to our customers. Previously customers could only call in or e-mail their questions. Live Chat gives us the ability to react to their needs at the time they are most likely to purchase."*

Kim Johansen, Team Manager, Apollo Travel

- › Customers often opt-in for additional services that would have been missed without Live Chat helps encourage additional sales as Apollo customers get closer to their departure date. "In the period up to the holiday many customers contact us because they want to hear about the options their destination has to offer," says Johansen. "They want to hear how much half-board costs, if car hire is worthwhile, and what excursions are available." Addressing these options with live chat often results in additional sales and service. "Some want to be sure the beach is close by, others want to stay in the city center, or find out about what excursions will take place during their holiday.



### 3. Nutzen für Videoberatung und Chat im Allgemeinen: **Service-Kosten senken**



**Stärkung  
Telefon-  
Vertrieb**

Verkaufen Sie  
mehr am  
Telefon, indem  
Sie Ihren  
Kunden  
Produkte und  
Unterlagen live  
zeigen!

**Stärkung  
Online-  
Vertrieb  
& Conversion**

Verkaufen Sie  
mehr im  
Internet, indem  
Sie Ihre  
Kunden online  
im Video-Chat  
beraten!

**Reduktion der  
E-Mail-Flut**

Sparen Sie  
Kosten und  
ersetzen Sie  
E-Mail-Ping-  
Pong durch  
Live-Chat!

## Reduzieren Sie unnötige Mehrfachkontakte durch Rückfragen und E-Mail-Ping-Pong



172

Kontakte sind erforderlich, um **100 Anliegen** fallabschließend zu bearbeiten



Bis zu

42%

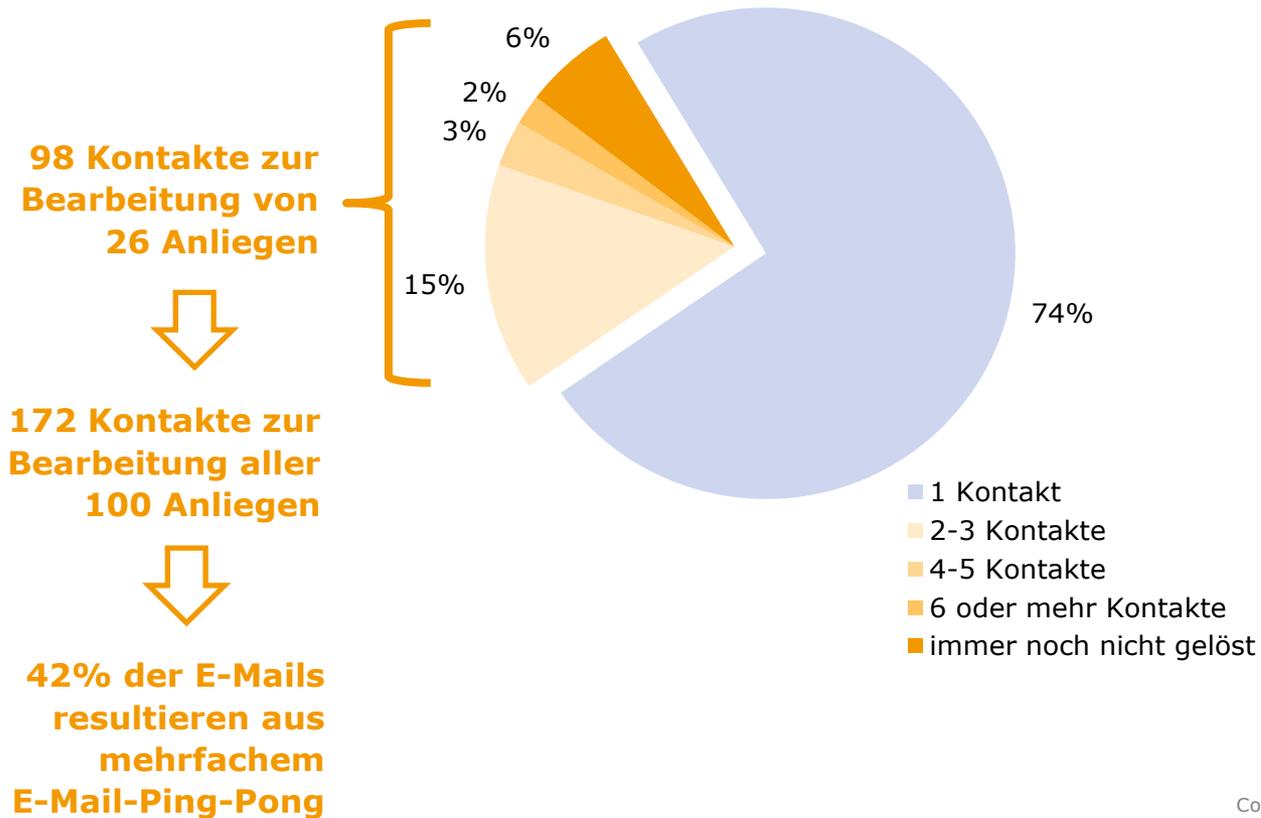
der Kontakte resultieren aus unnötigen Rückfragen und können durch Live-Chat vermieden werden

Quelle:  
Cost of Business as Usual  
Reducing Transaction Costs by Understanding Consumer Preferences  
Callcentres.net 2011, Avaya

Eigene Berechnungen

# Reduzieren Sie die E-Mails um bis zu 42%

**Erforderliche Kontakte zur abschließenden Bearbeitung von 100 Nutzer-Anliegen**



Quelle:  
 Cost of Business as Usual  
 Reducing Transaction Costs by Understanding Consumer Preferences

Callcentres.net 2011, Avaya

## Schnelle Problemlösung ist das mit Abstand wichtigste Kriterium für exzellenten Service



56%

nennen eine schnelle abschließende Bearbeitung des Anliegens als eins der wichtigsten 3 Kriterien für exzellenten Service.

Quelle:  
EMEA 2011 Consumer Preference Report – Contact Centres  
A Forrester Consulting Thought Leadership Paper Commissioned by Avaya

## 4. Nutzen für Videoberatung und Cobrowsing: **Kunden-Erlebnis verbessern**



**Stärkung  
Telefon-  
Vertrieb**

Verkaufen Sie mehr am Telefon, indem Sie Ihren Kunden Produkte und Unterlagen live zeigen!

**Stärkung  
Online-  
Vertrieb  
& Conversion**

Verkaufen Sie mehr im Internet, indem Sie Ihre Kunden online im Video-Chat beraten!

**Reduktion der  
E-Mail-Flut**

Sparen Sie Kosten und ersetzen Sie E-Mail-Ping-Pong durch Live-Chat!

**Top Service im  
Live-Kontakt**

Bieten Sie Top-Service im Sofort-Kontakt für höhere Kundenzufriedenheit und -bindung!

## Guter Service zahlt sich aus

60%

der Deutschen sind bereit, im Schnitt

8%

mehr für guten Service zu bezahlen.

Doch auch schlechter Service wirkt sich aus:

52%

der Deutschen haben schon einmal wegen schlechtem Service einen Kauf abgebrochen oder auf einen Vertrag verzichtet.

Quelle:  
2012 Global Customer Service Barometer; echo 2012,  
a research report prepared for American Express

## Web-Chat und Video Calls sind Alltag.

29%

der Smartphone User nutzen  
mindestens 2-3 mal pro Woche  
Web-Chat.

und

11%

der Smartphone User nutzen  
mindestens 2-3 mal pro Woche  
Video Conferencing.

Quelle:  
Davies Hickmann: „The Autonomous Customer, 2011“  
Understanding the challenges of dealing with informed, demanding and networked customers“  
- Studie gesponsort von Avaya und BT

## Videoberatung & Cobrowsing: 3+1 Nutzen



### Stärkung Telefon- Vertrieb

Verkaufen Sie mehr am Telefon, indem Sie Ihren Kunden Produkte und Unterlagen live zeigen!

### Stärkung Online- Vertrieb & Conversion

Verkaufen Sie mehr im Internet, indem Sie Ihre Kunden online im Video-Chat beraten!

### Reduktion der E-Mail-Flut

Sparen Sie Kosten und ersetzen Sie E-Mail-Ping-Pong durch Live-Chat!

### Top Service im Live-Kontakt

Bieten Sie Top-Service im Sofort-Kontakt für höhere Kundenzufriedenheit und -bindung!

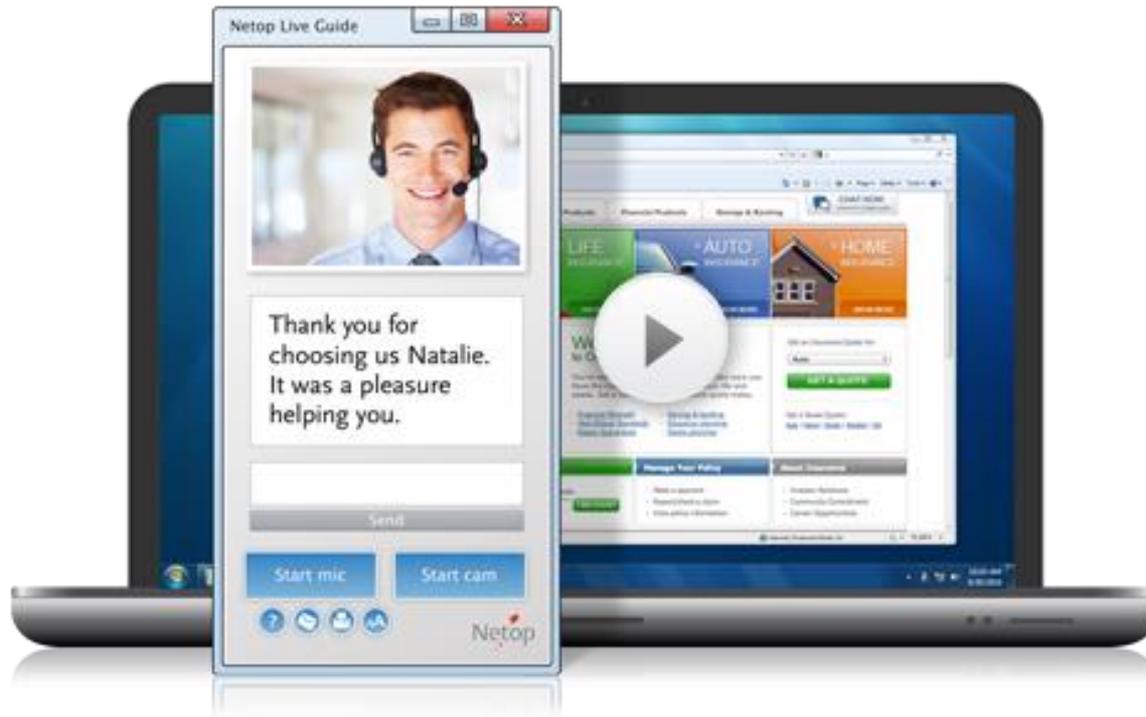
Unified Communications im Contact Center



## Ein Produkt und einige weitere Ansätze

- › Unser Produkt für den Multimedia-Dialog:  
Video-Beratung, Web-Chat und Cobrowsing

## Ein Produkt: *dtmsLiveGuide*



**Web-/Text-Chat**

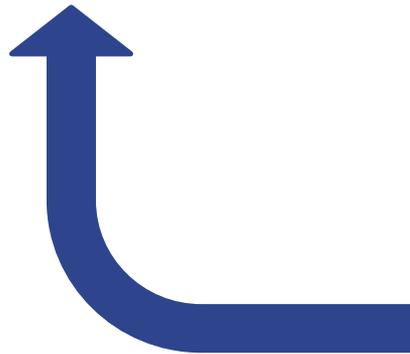
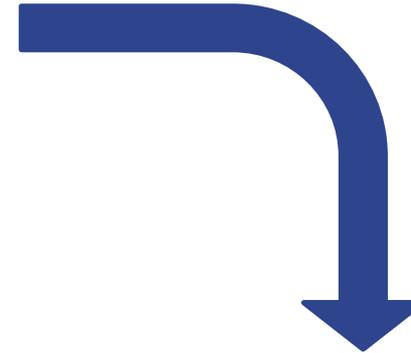
**Video-Chat**

**Cobrowsing**

Remote Control

Embedded  
Communications

# Cobrowsing



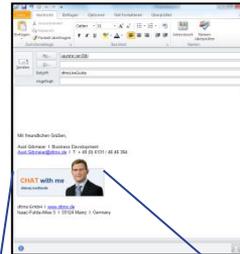
# Videoberatung: Vielfältig einsetzbar



## Webseite



## E-Mail



## Mobile Apps



## Social Media



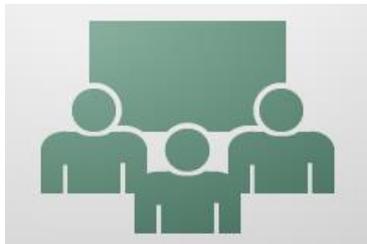
## Point of sale



## Banner



## Weitere Ansätze der dtms für visuelle Kundenkommunikation



**Adobe Connect**



**Apple Facetime**

Sowie andere  
Videoberatungs-  
und Cobrowsing-  
Anbieter neben  
LiveGuide



# Schau mir in die Augen und ich vertraue Dir!

- › Ein Tipp für jedes Video- und UC-Projekt in der professionellen Kommunikation

## Halten Sie Blickkontakt, obwohl Ihr Mitarbeiter auf seinem Bildschirm schaut!



› Dieser Teleprompter hilft dabei





## Axel Gibmeier

Head of Strategy and Communication      dtms GmbH

E-Mail: [axel.gibmeier@dtms.de](mailto:axel.gibmeier@dtms.de)      Tel: 06131-4646-364

Axel Gibmeier (40) arbeitet seit mehr als 15 Jahren in der Telekommunikationsbranche im Bereich telefonischer Mehrwertapplikationen. Nach seinem Berufseinstieg bei einem auf Telekommunikation spezialisierten Beratungsunternehmen kam er zum Mainzer Netzbetreiber dtms, wo seine Aufgabe im Produkt- und Innovationsmanagement das Design neuer Lösungsarchitekturen zur Optimierung von Geschäftsprozessen im telefonischen Kundendialog war. Schwerpunkt seiner Tätigkeit im Business Development war seit 2007 die Optimierung von Geschäfts-, Routing- und Kundenbetreuungsprozessen im komplexen Systemumfeld des Contact Centers durch Konzeptionierung, Anpassung und Vernetzung von Telefon- und Kundenkontakt-Applikationen.

Seit April 2013 leitet er bei dtms als Head of Strategy and Communication das Marketing und die Öffentlichkeitsarbeit sowie die Strategie- und Geschäftsfeldentwicklung.

