



CX QUICK GUIDE 1

OMNICHANNEL FIRST

SCHRITT FÜR SCHRITT ZUM KI-BASIERTEN KUNDENKONTAKT



INHALT

WESHALB IST EINE OMNICHANNEL-BASIS SO WICHTIG?	3
WAS BEDEUTET „OMNICHANNEL FIRST“ KONKRET FÜR DEN KUNDEN? ..	4
KI – WAS IST DAS, UND WIE NÜTZT ES KUNDEN?	5
PRAKTISCHE KI-ANWENDUNGEN MIT KUNDENNUTZEN	6
BEMERKUNGEN UND RISIKEN	7
ZUSAMMENGEFASST	8
DIE DDM-METHODIK FÜR KI IM KUNDENKONTAKT	8
ÜBER DDM	9



Kunden erwarten ein nahtloses, persönliches Erlebnis, unabhängig vom Kontaktkanal.

Ob Telefon, Chat, E-Mail oder Social Media: Niemand möchte sein Anliegen mehrmals wiederholen oder Auswahlmenüs durchlaufen müssen.

Deshalb starten wir in diesem Quick Guide am Anfang: dem Aufbau einer starken Omnichannel-Umgebung als Grundlage für KI-Lösungen.

Damit wird es wahrscheinlicher, dass auch der Kunde von neuer Technologie profitiert: durch weniger Wiederholung, schnellere Hilfe und einen Service, der sich logisch und verlässlich anfühlt.

WESHALB IST EINE OMNICHANNEL-BASIS SO WICHTIG?

Bestimmt kennen Sie das: Ein Kunde ruft an und fragt nach seiner Lieferung, wird weiterverbunden und muss dann alles noch mal erzählen. Die Frustration steigt, die Loyalität sinkt. Technologie verspricht viel: Chatbots, smartes Routing, automatische Antworten – aber ohne konsistenten Kontext sind die Versprechen oft nicht mehr als kleine Experimente.

Eine robuste Omnichannel-Basis bedeutet: Ein Kunde muss nichts wiederholen, seine Präferenzen und früheren Interaktionen sind automatisch verfügbar, und ein Kanalwechsel verläuft absolut nahtlos und unterbrechungsfrei. Dieses Fundament ist Voraussetzung dafür, dass KI mit echtem Nutzen eingesetzt werden kann: um jeden einzelnen Kontaktpunkt **schneller, relevanter und persönlicher** zu machen.

“ Sorgen Sie zuerst für eine solide Omnichannel-Basis und richten Sie *anschließend* Ihre KI-Lösungen ein.
Nur so hat der Kunde auch etwas davon.



WAS BEDEUTET „OMNICHANNEL FIRST“ KONKRET FÜR DEN KUNDEN?

Omnichannel bedeutet nicht, dass Kunden auf verschiedenen Kanälen dasselbe Auswahlmenü zu sehen bekommen. Es geht um ein durchgängiges Erlebnis. Dieses entsteht durch: **nahtlose Integration** aller Kanäle mit Ihren Backend-Systemen, ein vollständiges **360-Grad-Kundenbild**, Definieren von Interaktionen und Schaffen von Transparenz für diese (Sprache und Chat) sowie **konsistentes Routing** anhand von Präferenzen und Dringlichkeit.

Erst wenn alle Puzzleteile zusammenpassen, ist eine solide Omnichannel-Basis entstanden, auf der Sie mit Tools und innovativen Lösungen aufbauen können.

Ein möglicher weiterer Schritt weiter ist der **Optichannel-Kundenkontakt**: den richtigen Kanal zum richtigen Zeitpunkt einsetzen. Während Omnichannel für ein konsistentes, integriertes Erlebnis über alle Kanäle hinweg sorgt, geht es bei Optichannel darum, **den passenden Kanal für eine Situation auszuwählen**. Das muss nicht unbedingt der Kanal sein, den der Kunde zuerst wählt.

Basierend auf Daten, Kontext und Kundenpräferenzen wird ermittelt, welcher Kanal am geeignetsten ist. Damit können Sie Ihren Kunden zielgenauer helfen und Ihre eigenen Kapazitäten effizienter einsetzen. **So investieren Sie in die Kanäle, die tatsächlich Mehrwert bringen, verbessern die Kundenzufriedenheit und senken Ihre Kosten**. Zudem bereiten Sie mit dieser intelligenten Auswahl des richtigen Kanals die Implementierung von KI-Anwendungen vor, um in großem Maßstab bestimmen zu können, welche Route zu welchem Zeitpunkt am besten passt.



KI – WAS IST DAS, UND WIE NÜTZT ES KUNDEN?

Der Begriff „KI“ kann vieles bezeichnen: von einfachen Regeln und Entscheidungsabläufen bis hin zu Machine-Learning-Modellen und Large Language Models (LLMs), um Text zu generieren. Für den Kundenkontakt sind vor allem folgende KI-Anwendungen relevant:

1. Conversational AI (Chatbots und Voicebots)

Zum Beantworten häufig gestellter Fragen, für Self-Service-Abläufe, für einfache Interaktionen oder als Frontend für das Routing

2. Voice AI (Spracherkennung und Sprachanalyse)

Zum automatischen Transkribieren von Gesprächen, zur Echtzeit-Untertitelung oder zum Erkennen von Emotionen / Stress beim Kunden

3. Agent-Assist / Co-Pilot (Echtzeitunterstützung der Mitarbeitenden)

Kann Vorschläge während eines Kundengesprächs machen, Wissensartikel empfehlen und Gespräche automatisch zusammenfassen

4. Generative KI (GenAI / LLMs)

Zum Generieren personalisierter E-Mails, FAQs, dynamischer Skripte oder Antwortvorschläge

5. Predictive AI

Für „Next Best Actions“, zum Warnen vor möglichem Kundenverlust (Churn) oder zur Prognose der Kapazitätsplanung (WFM)

6. Interaktionsanalyse

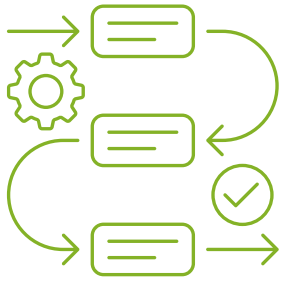
Zum Aufdecken von Trends beim Kundenverhalten, zum Überwachen der Kundenstimmung oder zum Erkennen möglicher Compliance-Risiken

7. Agentic AI

Autonome KI-Systeme, die selbstständig mehrere Schritte ausführen, Entscheidungen treffen oder Aufgaben erledigen, bei minimalem menschlichem Eingreifen

Indem Sie KI gut geplant einsetzen, können Sie viele einfache und wiederkehrende Aufgaben automatisieren, zum Beispiel Auskunft zum Auftragsstatus geben, Passwörter zurücksetzen oder häufig auftretende Fragen beantworten.

Dadurch haben Ihre Mitarbeiter mehr Zeit für andere Gespräche, die einen persönlichen Ansatz, Zuwendung oder Nachfragen erfordern. KI macht dann nicht nur die Kundenkommunikation effizienter, sondern verbessert auch die Servicequalität.



PRAKTISCHE KI-ANWENDUNGEN MIT KUNDENNUTZEN

Die Kernfrage bleibt: Welche KI-basierten Lösungen tragen direkt zu einem besseren Kundenerlebnis bei?

Nicht jede KI-Anwendung bietet Mehrwert. Im Endeffekt geht es darum, dass Kunden in der Praxis etwas davon haben: schnellere Antworten erhalten, weniger Aufwand haben oder persönlicheren Service bekommen.

Die Technologie ist nicht das Ziel, sondern das Mittel, um den Kundenkontakt einfacher und besser zu machen.

Einige Beispiele aus der Praxis:

- **Self-Service mit intelligenter Fallback-Option** – Kunden lösen einfache Fragen selbst oder mithilfe eines Chatbots oder virtuellen Assistenten. Wird das Thema zu komplex, dann erfolgt automatisch eine Übergabe der Konversation mitsamt dem Kundenkontext an einen Service Agent.
- **Proaktive Kommunikation** – Statt darauf zu warten, dass sich der Kunde bei einer Verzögerung oder einer Störung meldet, wird dieser über seinen bevorzugten Kanal proaktiv informiert – z. B. per Chat, E-Mail oder Sprachnachricht.
- **Persönliches Routing** – Wenn es sich um bereits bekannte Kunden handelt oder ein dringendes Problem besteht, wird die Anfrage proaktiv an erfahrene Service Agents geleitet – basierend auf Echtzeitsignalen wie Stimmung und Kundenstatus.



Die Kernfrage lautet:

Welche KI-basierten Lösungen tragen direkt zu einem besseren Kundenerlebnis bei?

BEMERKUNGEN UND RISIKEN

KI ist kein Wundermittel. In Bezug auf Kunden gibt es drei große Risikobereiche: falsche oder irreführende Antworten, Datenschutzprobleme und Vertrauensverlust, wenn nicht klar ist, ob sie mit Mensch oder Maschine kommunizieren.

Ein neues, wachsendes Phänomen ist **Shadow-AI**: Mitarbeitende, die Kundendaten an allgemeine KI-Anwendungen übergeben, ohne dass dies mit der IT- oder der Sicherheitsabteilung abgestimmt ist. Dies kann zu Datenverlusten und zu Verstößen gegen Datenschutzgesetze führen.¹⁾

Deshalb ist **Transparenz** bei KI von großer Bedeutung. Kunden wollen wissen, wann sie mit KI zu tun haben, und erwarten, dass die Marke, mit der sie interagieren, stets alle derartigen Aktivitäten erklären und korrigieren kann.

Wir empfehlen daher einen **Governance-Check** für jede KI-Initiative: Wer ist verantwortlich, welche Daten verwenden wir und wie stellen wir sicher, dass der Kunde jederzeit eine menschliche Prüfung bzw. Korrektur anfordern kann?

Ein letzter Hinweis: Viele KI-Anwendungen überzeugen zunächst durch Kostenvorteile. Ein echter Mehrwert entsteht allerdings erst, wenn Kunden merken, dass ihnen **schneller und persönlicher** geholfen wird. Dies lässt sich anhand höherer Werte für CSAT und FCR und einer steigenden Kundenloyalität messen.

1) Zendesk: [CX-Trends 2025](#)



ZUSAMMENGEFASST

Mit Omnichannel legen Sie die Basis für den erfolgreichen Einsatz von KI im Kundenkontakt. Ohne übersichtliche Kanäle, konsistente Kundendaten und eine funktionierende Integration bleibt künstliche Intelligenz vor allem eins: ein Hype ohne Mehrwert. **Wer dieses stabile Fundament baut, kann den Kundenkontakt effizienter machen und den Service verbessern.**

Das Ergebnis: kürzere Wartezeiten, konsistente Antworten und weniger Wiederholung. Das ist die Basis, um KI-Anwendungen intelligent und menschlich ausgerichtet einzusetzen. Dann ist Innovation kein Selbstzweck, sondern strategisches Mittel, um echte Kundenvorteile zu erzielen.

DIE DDM-METHODIK FÜR KI IM KUNDENKONTAKT

DDM setzt auf eine simple und bewährte Reihenfolge: **erst die Basis, dann der Hype**. Für Organisationen, die die Vorteile von KI im Kundenkontakt nutzen wollen, bedeutet das: zuerst ein robustes Omnichannel-Fundament bauen. Erst wenn Kanäle, Kontext und Daten zuverlässig funktionieren, kann KI sich auszahlen: durch beschleunigte Lösungen, weniger Wiederholung und persönlicheren Service.

Für die Einführung von KI nutzen wir eine schrittweise, dynamische Roadmap nach dem Prinzip der **kontinuierlichen Verbesserung**. Diese ist immer an Ihre Organisation und die technologischen Entwicklungen anpassbar. Damit der Wechsel **beherrschbar, flexibel und effektiv** bleibt, nehmen Sie nur solche Änderungen vor, die einen direkten Vorteil für Kunden und Mitarbeiter bieten.

Unser Ansatz für Omnichannel als Basis für künstliche Intelligenz umfasst **3 praktische Schritte**:

1. Evaluierung und Konsolidierung – Gemeinsam analysieren wir die Customer Journey und ermitteln Stellen mit unnötiger Wiederholung. Danach erstellen wir ein einheitliches, vollständiges Kundenbild und richten einen reibungslosen Informationsaustausch über alle Kanäle ein.

2. Kleine Pilotprojekte, direkter Mehrwert – Wir beginnen mit einem oder zwei kleinen und sehr konkreten Anwendungsfällen. Das Ziel: messbare Verbesserungen für den Kunden (schnellere Antworten, weniger Weiterleitungen) und bessere Daten für Auswertungen. Nur wenn es erwiesene Ergebnisse gibt, skalieren wir hoch.

3. Skalieren intelligenter KI-Anwendungen – Wenn sich eine Lösung praktisch bewährt hat, kommt der nächste Schritt. Neue Funktionalitäten werden nur dann hinzugefügt, wenn sie sicher sind, gut funktionieren und das Kundenerlebnis tatsächlich verbessern.

Auch wenn die Standardfunktionen einer Plattform nicht vollständig Ihren Anforderungen entsprechen, denken wir einen Schritt weiter. Bei Bedarf entwickeln wir **maßgeschneiderte Zusatzfunktionen**, damit Sie das Potenzial Ihrer gewählten Lösung optimal ausschöpfen können.

Orte

Niederlande

Lange Dreef 11-C
4131 NJ Vianen
T: +31 347 322 551

Belgien (HQ)

Campus Blairon 488
2300 Turnhout
T: +32 14 40 50 10

Deutschland (Köln)

Im Mediapark 5
50670 Köln
T: +49 221 9820 9760

Deutschland (Stuttgart)

Tübinger Strasse 61
70178 Stuttgart
T: +49 711 6648 5040

info@ddmconsulting.eu

www.ddmconsulting.eu

ÜBER DDM

Bei DDM Consulting wissen wir: Eine „One-size-fits-all“-Lösung funktioniert bei der Auswahl einer Kundenkontaktplattform nicht. Jedes Unternehmen ist einzigartig.

Deshalb bieten wir Ihnen eine breite Auswahl an etablierten Contact-Center-Lösungen und beraten Sie auf Basis von **über 20 Jahren Erfahrung** im Kundenkontakt.

Evolution statt Revolution

Gemeinsam mit Ihnen analysieren wir Ihre bestehenden Contact-Center-Prozesse und definieren die Anforderungen an Ihre zukünftige Plattform. Wir beraten Sie und unterstützen Sie dabei, **effizientere Workflows** zu entwickeln, die – wo sinnvoll – durch KI unterstützt werden.

Auf dieser Grundlage erstellen wir eine **dynamische Roadmap**, die den Übergang zu einem leistungsfähigeren Contact Center strukturiert und gut umsetzbar macht.

Proaktiv mit moderner Technologie arbeiten

Diese Roadmap bleibt auch nach der Einführung Ihrer neuen Plattform zentraler Bestandteil der Zusammenarbeit. Sie entwickelt sich kontinuierlich weiter – im Einklang mit Veränderungen in Ihrem Unternehmen und neuen Entwicklungen im Bereich der Contact-Center-Technologie. Unsere Expertinnen und Experten bewerten jede neue Version im Hinblick auf ihren konkreten Mehrwert für Sie. Dabei handeln wir proaktiv, damit Sie stets über die **relevanten Entwicklungen** informiert sind und diese optimal nutzen können.

Individuelle Lösungen für besseren Kundenkontakt

Suchen Sie nach spezifischen Funktionen, die im gewählten System (noch) nicht verfügbar sind? Dann entwickeln wir bei Bedarf passgenaue Erweiterungen, die exakt auf Ihre Anforderungen zugeschnitten sind. Unser Team vereint fachliche und technische Expertise, um das volle Potenzial Ihrer Lösung auszuschöpfen – auch dann, wenn Sie sich für eine Standardplattform entschieden haben.

**Mit DDM Consulting entscheiden Sie sich für
einen proaktiven und kreativen Ansatz
zur Weiterentwicklung Ihrer Customer Experience.**