

Erfolgreiches Callcenter 2009





Herzlich willkommen !

Sie dürfen dieses eBook 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.

Sie haben hier nur einen Auszug des kostenlosen eBooks „Erfolgreiches Callcenter 2009“ vorliegen. Unter <http://www.erfolgreiches-callcenter.de> können Sie im „Download“-Bereich das komplette eBook mit allen Artikeln anfordern.

Das eBook kann kostenlos unter www.erfolgreiches-callcenter.de heruntergeladen werden.

Die Weitergabe dieses eBooks ist ausdrücklich erwünscht.

Inhalt

| | | |
|---|--------------|---|
| 1 | Vorwort..... | 3 |
|---|--------------|---|

Teil 1: Mensch

| | | |
|---|--|----|
| 2 | Mitarbeiterereinbeziehung bei volloptimierter Planung – ein Widerspruch?..... | 4 |
| 3 | Design wird zum Wettbewerbsvorteil..... | 10 |
| 4 | Persönlichkeitsorientierte Kommunikation im Mitarbeiter- und Kundendialog..... | 18 |
| 5 | Verkaufen, Verkaufen, Verkaufen..... | 30 |

Teil 2: Organisation

| | | |
|---|---|----|
| 6 | Optimale Kundenbeziehungen dank Prozessdesign – Wie man Kampagnen effektiv designt, durchführt und steuert..... | 37 |
| 7 | Königdisziplin Kundendialog - Anspruch und Wirklichkeit..... | 45 |
| 8 | Informationen in Echtzeit bringen echten Mehrwert im Call Center..... | 52 |
| 9 | Effizientes Qualitätsmanagement:..... | 59 |

Teil 3: Technik

| | | |
|----|---|----|
| 10 | Digitale Revolution im Call Center..... | 66 |
| 11 | Wie Callcenter mit Akustischer Markenführung Kunden binden und ihre Außenwahrnehmung stärken..... | 71 |
| 12 | Anrufe, E-Mails, Faxe, Webchat – wie bringe ich Ordnung in das Kommunikationschaos?..... | 75 |
| 13 | Predictive Dialer – Fluch oder Segen?..... | 82 |

10 Digitale Revolution im Call Center

Autor: Andreas Klug

Eine nachhaltige Automatisierungsstrategie ebnet Call Centern den Weg zum digitalen Kunden

Die digitalen Kommunikationskanäle E-Mail und Web spielen eine immer stärkere Rolle im Kundendialog. Die damit einhergehende Beschleunigung unseres Kommunikationsverhaltens stellt die Call- und Contact-Center-Branche vor neue Herausforderungen. Der digitale Kunde erwartet schnelle Antworten, eindeutige Informationen und kompetente Hilfestellung - quasi in Echtzeit. Im Voice-Umfeld wurden die Automatisierungspotentiale erkannt und auch realisiert. Hingegen hinkt die Verarbeitung schriftlicher Kommunikation (E-Mail, FAQ, Self-Services, Brief & Fax) den Ansprüchen des Kunden hinterher: Hier agieren Call Center immer noch uneinheitlich, dezentral und überwiegend manuell. Dabei bieten die Non-Voice Kommunikationskanäle neben den vielfältigen Automatisierungsansätzen weitere Schlüsselfaktoren, durch die in- und externe Serviceorganisationen in den kommenden Jahren deutliche Wettbewerbsvorteile verbuchen werden. Neue mitdenkende, intelligente Softwarelösungen integrieren digitale Eingangskanäle nicht nur optimal, sondern generieren auch eigenständig Wissen, das die Ausgangsbasis für eine systematische Kontaktvermeidungsstrategie und effizienten, nachhaltigen Kundendialog bildet.

Die fortschreitende Digitalisierung ist auch im Call Center Umfeld angekommen: Die digitalen Kommunikationswege laufen den „analogen“ Kanälen Telefon und Brief den Rang ab. Insbesondere im Verbraucherservice großer Marken wählt der Kunde von heute den digitalen Kanal. Mit einem Wachstum von 20 % pro Jahr wachsen Kundenanfragen per E-Mail und Internet kontinuierlich. Manche Branchen wickeln bereits jede dritte Kundenanfrage auf digitalem Weg ab. Die „Generation Internet“ – die nach 1980 Geborenen – wächst in die wichtige Zielgruppe der 25- bis 35-Jährigen. Schon 2015 werden sie zusammen mit den sog. „Advanced Immigrants“, die digitales Kommunikationsverhalten als Erwachsene erlernt haben, als überwiegende Mehrheit in der Bevölkerung den digitalen Kommunikationskanal als selbstverständlich erachten. Der „Customer 2.0“ erwartet neue Standards in Bezug auf die Geschwindigkeit und Verfügbarkeit von Informationen. Darüber hinaus nutzt er das World Wide Web auch dazu, seine Meinung zu Produkten und Kundenservice in Social Networks, Weblogs und Foren kund zu tun.

Deshalb ist eine nachhaltige, digitale Automatisierungsstrategie für Call- und Contact Center enorm wichtig. Der Vorteil: digitale Kundenkontakte sind erheblich effizienter abzuwickeln als Telefonkontakte. Denn wiederkehrende Fragestellungen – und das ist das Gros der Anfragen - können automatisch und Fall abschließend beantwortet werden, der Kunde hat im gewünschten Tempo seine Hilfe erhalten und ist zufriedengestellt. Klassische Softwarelösungen bieten nur ungenügende Ansätze, um eine schnelle, transparente und vor allem automatisierte Verarbeitung von Kundenfragen per E-Mail oder Internet zu gewährleisten. Hingegen bieten lernfähige Lösungen die Chance, aus Kundendialogen Wissen zu generieren. Sie bilden die Grundlage für eine dynamische Wissensvermittlung, eine gezielte Kontaktvermeidungsstrategie und die automatische Vorgangsbearbeitung (Dunkelverarbeitung) von täglich wiederkehrenden, trivialen Kundenanliegen.

Lernfähige Softwarelösungen sind in der Lage, aus dem Verhalten ausgewählter Agenten bei der Verarbeitung von schriftbasierten Kundenanfragen (E-Mail, Web, Brief, Expertenfragen) dynamisch Rückschlüsse auf deren optimale Weiterverarbeitung innerhalb der Serviceorganisation zu ziehen:

- Wer schreibt uns?
- Worum geht es in der Kundenanfrage?
- Wie schnell muss eine Reaktion erfolgen?
- Wer ist verfügbar, um den Vorgang zu bearbeiten?
- Was sind wahrscheinliche Antworten auf die Kundenfrage?

Die Verteilung und Verarbeitung erfolgt im klassischen ACD-Prozess (Automatic Call Distribution): Vorgänge werden zum optimalen Zeitpunkt Skill-basiert an verfügbare Agenten verteilt. Die durchschnittliche Bearbeitungszeit kann auf diesem Wege um 25 bis zu 55 % gesenkt werden. Gleichzeitig wird die Reaktionsgeschwindigkeit verbessert und der Anteil der 1st Level Antworten (1st Contact Resolution) gesteigert. In digitalen Zeiten ein attraktiver Wettbewerbsvorteil für eine Serviceorganisation, die „dynamikrobust“ agieren möchte.

Das aus den Kundendialogen per E-Mail gewonnene Antwortwissen stellt das Fundament für eine qualitätsbewusste Kontaktvermeidungsqualität dar. Sind Kundenfragen möglichen Antworttexten mit hoher Wahrscheinlichkeit zuzuordnen, kann im Internet selbst eine suggestive Antwort erfolgen (Meinten Sie ...?). Hilft die Antwort nicht weiter, erfolgt eine umgehende Reaktion per E-Mail durch

einen verfügbaren Mitarbeiter. Je nach Branche und Komplexität des Angebots können Kundenanliegen so überwiegend automatisch beantwortet werden.

Verwendet man selbstlernende Software, um den Kundendialog automatisiert und damit effizient und kundengerecht abzuwickeln, so sind folgende Erkenntnisse maßgeblich:

Die Generation Web ist Geschwindigkeits-bewusst und gegenüber automatischen Servicesystemen nicht abgeneigt, so lange sie ihm schnell brauchbare Informationen oder kompetente Hilfe bieten. Wissen ist der zentrale Faktor einer digitalen Servicestrategie, die heute in unseren Köpfen beginnen sollte, damit wir morgen effizienter dem digitalen Kunden dienlich sind. Nach wie vor gilt aber auch: ohne gut ausgebildete Agenten wird es nicht gehen. Denn auch digitale Lösungen benötigen fachkundige Lehrmeister.

Nutzen selbstlernender Softwarelösungen im Call-Center

- E-Mail: automatische Eingangsklassifikation und Erfassung, Skill-basiertes Routing, Antwortvorschläge, Dialoganalyse, dynamische administrationsfreie Regelwerke, suggestive Antworten
- Wissensmanagement: dynamische Bewertung von Expertenwissen, semantische Suchfunktionen, gewichtete Ergebnisvorschläge
- Self Service: dynamische FAQs zur Kontaktvermeidung, suggestive Antwortvorschläge 24/7 auf angebundenen Internet-Portalen
- Brief / Fax: dynamische Klassifikation der Eingangspost, automatische Erkennung und Extraktion von Vorgangsrelevanten Kundendaten
- Internet / Chat: Analyse des Verhaltens werthaltiger Besucher auf angebundenen Internet-Portalen, Generieren von Live-Kontakten (Video-Chat)



Eine effektive digitale Service-Strategie optimiert Ressource-Einsatz, senkt Bearbeitungszeiten und automatisiert triviale Kundenanfragen.

Über den Autor

Andreas Klug

Autor



Andreas Klug

Für Andreas Klug stehen seit 1993 innovative Lösungen im Call-Center-Umfeld im beruflichen Mittelpunkt. Er betreute im Banken- und Mobilfunk-Umfeld Themen wie ACD-/CRM-Integration, bevor er 2003 in den Vorstand der ITyX berufen wurde.

Tel. +49.2203.89987-0

ITyX Solutions AG

Fax. +49.2203.89987-27

Kölner Straße 265

Mail: info@ityx.de

51149 Köln

Web: www.ityx.de

Unternehmen



Der 1996 gegründete Technologieanbieter ITyX Solutions AG entwickelt selbstlernende Softwarelösungen für Call- und Contact-Center. Die Mediatix-Produktfamilie ist eine der innovativsten Enterprise-Response-Management-Lösungen (E-Mail-Management, Internet-Self-Service, automatische Postverarbeitung und Video-Chat), die bei Unternehmen wie Air Berlin, Bosch, Infineon Technologies, Conrad, DEVK, HVB oder HUK-Coburg implementiert ist.

eBook “Erfolgreiches Callcenter 2009”

Das eBook “Erfolgreiches Callcenter 2009” enthält Fachartikel von Referenten und Lösungsanbietern der Veranstaltung “Erfolgreiches Callcenter 2009”, die am 27.10.2009 im Congresspark Hanau stattgefunden hat.

Die Folien der Workshops und Vorträge stehen unter der Veranstaltungswebsite

www.erfolgreiches-callcenter.de

zum Download zur Verfügung. Die Referenten und Autoren der vorliegenden Fachartikel wollen Callcenter-Managern und Verantwortlichen in Servicecentern helfen, sich auf die Herausforderungen der nahen Zukunft einzustellen. Rezeptlösungen gibt es nicht. Aber die Beiträge liefern Gedankenanstöße und geben Impulse zum eigenen Nachdenken.

Im Namen der Autoren wünsche ich Ihnen eine unterhaltsame Lektüre.

Ihr
Markus Grutzeck

Herausgeber:

Grutzeck-Software GmbH
Hessen-Homburg-Platz 1
63452 Hanau
Germany
Tel.: +49 (0) 6181 - 9701-0
Fax: +49 (0) 6181 / 9701-66
Email: info@grutzeck.de
Web: www.grutzeck.de

ISBN: 978-3-941952-03-4