



## Auf den richtigen Kundendialog kommt es an

Wie setzt man eine erfolgreiche Kommunikationskampagne auf? Welche Kommunikationslösung ist für mich die richtige? Der SCOUT im Interview mit Berndt Walz von sogdes (Systemhaus und Beratungsunternehmen für Kommunikationslösungen)

**SCOUT: Ist der E-Service die allumfassende Kommunikationslösung, die Menschen und Technologie verbindet?**

**Walz:** Es ist klar, daß Web 2.0<sup>1</sup> die Kommunikationsgewohnheiten der Menschen dauerhaft verändert und damit auch den Dialog mit Kunden. Twitter und Facebook, Communities und Blogs sind die neuen Medien der Jugend und der jung gebliebenen. Die Akzeptanz eines Emails als Willkommensnachricht an einen neuen Kunden ist wohl nicht in Frage zu stellen. Und der Einfluss von Blogs auf die allgemeine Meinungsbildung kann nicht bestritten werden, wenn es um die großen Themen geht. Auch sind die neuen Medien ideale Plattformen zur Informationsgewinnung und -Anreicherung, auch wenn die Nachhaltigkeit so mancher Blog-Informationen fraglich bleibt. Aber glauben Sie wirklich, daß ich nach dem Besuch meines Autohauses, das zwar die Inspektion durchgeführt hat, aber das Scheibenwischwasser nicht aufgefüllt hat, im nächsten Blog darüber berichte? Oder meinen Frust in einem Online Fragebogen loswerde? Hier freut es mich viel mehr, wenn ich einen Anruf vom „Servicemitarbeiter“ bekomme, der mich nach meiner Zufriedenheit befragt.

Die richtige technische Kommunikationslösung für den aktiven Kundendialog fängt immer mit der Frage an: Was wollen meine Kunden?

Die richtige Kommunikationslösung hängt also stark vom Kundennutzen ab und die Technologie macht den Weg frei. Das Kommunikationsdesign, also die Bestimmung der optimalen Kommunikationskanäle, des Kommunikationsprozesses, der Inhalte und die Verknüpfung verschiedener, relevanter Informationsquellen, innerhalb und außerhalb einer Organisation, sind hier von entscheidender Bedeutung.

Die Automatisierung durch Sprachportaltechnologie (Chat und Voice) ist ein gutes Beispiel, da die Akzeptanz gering, der ökonomische Nutzen groß ist und der Erfolg vom Kundennutzen abhängt. Bei standardisierten Prozessen, wie z.B. reinen Auskunftsdiensten, einfachen Bestellvorgängen und Vorqualifizierungen sind Sprachportalapplikationen moderner Prägung die bestmögliche Lösung für einen unkomplizierten und reibungslosen Kundenservice, vorausgesetzt das Kommunikationsdesign stimmt. Auch ACD<sup>2</sup> Technologie und damit eigentlich eine „alte“ Kommunikationslösung, bietet heute die Chance, Menschen durch Technologie besser zu verbinden. Wartezeitenoptimierung, Multichannel Routing<sup>3</sup>, der richtige Ansprechpartner am Telefon, Chat oder die Kundeninformation am Bildschirm, die sofort zur Verfügung steht, erleichtern den Dialog und die Problemlösung sowie die Überprüfbarkeit des Erfolges.

1: Web 2.0 bezeichnet die veränderte Nutzung und Wahrnehmung des Internets. Die Benutzer erstellen, bearbeiten und verteilen Inhalte in quantitativ und qualitativ entscheidendem Maße selbst.

2: Automatic Call Distribution, automatische Anrufverteilung in Callcentern

3: Die Bearbeitung von eingehenden Anfragen und Aufgaben, welche über unterschiedliche Kommunikationskanäle entgegengenommen werden.

### **SCOUT: Was zeichnet eine gewinnbringende Kommunikationskampagne aus?**

**Walz:** Was heißt denn gewinnbringend? Kundenbindung, Außendiensttermine, Verkaufserfolg, zufriedene Software Benutzer, gesteigerte Bekanntheit oder etwa alles auf einmal? Eine klare Definition der erreichbaren Ziele hilft, den Fokus auf die Auswahl der richtigen Zielgruppen, Zeitpunkte oder Dauer, Prozesse, Mitarbeiter, Kommunikationswege und Kommunikationstools zu behalten. Denn das sind aus meiner Sicht die Zutaten für erfolgreiche Kundenkommunikation. Jetzt kommt es darauf an, diese richtig zu mischen.

Zieht man als Beispiel eine Kampagne für den technischen Support einer Anwendungssoftware heran, stellt sich zuerst die Frage, welche Zielsetzung der Softwarehersteller hat. Vertragliche Verpflichtung, Kundenzufriedenheit, Kostenersparnis bei der Kundenbetreuung wären mögliche Ziele. Die Eigenschaften der Softwarenutzer und des Produktes bestimmen dann, welche Kommunikationskanäle, zeitliche Verfügbarkeit, welche Mitarbeiter und welche Prozesse notwendig sind, um die gesetzten Ziele zu erreichen.

Gerade im Bereich von technischen Hotlines ist es öfter mal so, daß das Telefon und die Schaltung einer Servicenummer nicht der Weisheit letzter Schluss sind. Gerade jüngere Zielgruppen und technisch versierte Nutzer tendieren zur Nutzung von Communities, um sich schnell Informationen und Hilfe zu beschaffen.

Leicht kann es passieren, daß Kunden sich verselbständigen und in Foren bessere und schnellere Auskünfte bekommen als bei einer Hotline des Herstellers. Das kann natürlich gewünscht sein, aber man verliert leicht die Kontrolle über seine Kunden, wenn die Kommunikation nicht kontrolliert abläuft. Empfehlungen eines anderen Produktes in den Foren, Unzufriedenheit auf die man nicht reagieren kann und vieles mehr kann die Folge sein.

Ein Beispiel wäre da Samsung, die eine Hotline für den telefonischen Support eingerichtet und mit einem hohen Anrufvolumen gerechnet haben. Vergessen wurde, daß die relativ junge, technisch versierte Zielgruppe eine Eigendynamik entwickelt hat und über Facebook eine „eigene“ Supportline aufgebaut hat. 40% aller Anfragen wurden also an die Community gestellt, die diese Fragen kostenlos beantwortet. War dies das Ziel?

Somit wäre hier eine Multikanalstrategie (verwaltete Communities in Kombination mit Wissensdatenbanken, Chat und einer Telefonhotline für komplexe Anfragen) erfolgreicher. Vielleicht der Einsatz von Collaboration<sup>4</sup> Werkzeugen

LEICHT KANN ES PASSIEREN, DASS KUNDEN SICH VERSELBSTSTÄNDIGEN UND IN FOREN BESSERE UND SCHNELLERE AUSKÜNFT BEKOMMEN ALS BEI EINER HOTLINE DES HERSTELLERS.

gen zur Remote<sup>5</sup>-Unterstützung der Anwender. Die Wahl der Kommunikationstools hängt weitestgehend von der Komplexität der Anfragen ab, also vom Produkt und den Unternehmensprozessen.

Die Entwicklung von neuen Kommunikationskanälen im Web2.0 wird wichtiger und muss in bestehende Strukturen aufgenommen werden.

### **SCOUT: Viele Anwender sind mit der Administration von mehreren Kommunikationstools überfordert. Was zeichnet ein „gutes“ aus?**

**Walz:** Der Grundsatz, daß sich Software und IT an den Bedürfnissen der Anwender orientieren sollte, und nicht umgekehrt, ist richtig. Aber leider gibt es so viele unterschiedliche Anwender. Daher gibt es auch so viel Software am Markt.

Viele Anwender suchen nach der „Eierlegenden Wollmilchsau“, die einfach zu bedienen ist und nichts kostet. Es gibt sie nicht. Allerdings gibt es ein paar Grundsätze die man beachten

kann, wenn man das ideale Tool für sich sucht.

Gerade was das Arbeiten mit Zetteln betrifft, haben viele Systeme und Umgebungen mit Problemen zu kämpfen. Dabei ist eines der wichtigsten Dinge bei der Arbeit im Call Center, die Konzentration aufs Gespräch bzw. den Chat oder das Email. Das gelingt nur, wenn Oberflächen einfach zu bedienen sind, nicht überladen mit Reitern, Feldern

oder Funktionen. Unified Desktop ist hier ein Stichwort, das meint, daß alle für den Agenten notwendigen Informationen in einer Bildschirmmaske zur Verfügung stehen und nicht 5 Fenster offen sind. Genauso wichtig ist, daß benötigte Informationen, Inhalte und Applikationen nur dann verfügbar und sichtbar sind, wenn sie benötigt werden.

Natürlich möchte ich meinen Vertrieb eventuell mit Salesforce, Sugar CRM oder Microsoft CRM steuern und meine Bestellhotline mit dem internen System oder dem E-Commerce Portal meines Kunden bearbeiten. Und schon haben wir ein Problem. 5 Fenster sind offen.

Mit der Kombination von einfacher Integration bestehender Applikationen und Prozesse, offenen und dokumentierten Zugriffen auf Datenbanken und der Verfügbarkeit eines flexiblen „Oberflächenskripters“ der Informationen aus internen Informationssystemen verwalten kann, sind wir schon sehr nahe am Ideal.

Wenn natürlich für jeden Kommunikationskanal ein anderes Tool verwendet wird, weil gewachsene Strukturen bestehen oder einmal angeschaffte Systeme fürs Outbound nur magerere Inbound Funktionen haben oder andere Kanäle nicht

4: Eine Collaboration (lat. co- = „mit-“, laborare = „arbeiten“) ist die Mitarbeit bzw. Zusammenarbeit mehrerer Personen oder Gruppen von Personen.

5: von engl. remote, „entfernt, fern“. Im Regelfall wird unter Remote der Fernwartungszugriff verstanden.

verfügbar sind, hilft nur eine mittelfristige Umstellung oder eine organisatorische Veränderung der Arbeitsweise.

Es gibt aber auch Vorgänge im Contact Center, für die man sich besser ein zweites Tool anschafft. Denkt man beispielsweise über ein Qualitäts-Management-System nach, so hat dieses deutlich mehr Funktionalitäten als eine reine Gesprächsaufzeichnung, die heutzutage schon Standard in jedem Dialer<sup>6</sup> oder ACD System ist.

Bei dem Blick auf die aktuelle Marktlage wird deutlich wie viele verschiedene Software-Anbieter mit ihren Systemen am Markt sind, die alle ihr Vor- und Nachteile mit sich bringen. Durch die große Auswahl, hat jeder Call Center Betreiber die Möglichkeit, ein System auszuwählen, daß auf seine Bedürfnisse passt, für ihn leicht zu administrieren ist und natürlich auch in seinem eigenen Kostenrahmen liegt. Es ist normal, daß ein Kunde ein System herausragend findet weil es für ihn sehr

## ES GIBT EINEN ZENTRALEN PUNKT DEN JEDES SYSTEM MIT SICH BRINGEN SOLLTE: DAS ABLÖSEN VON ZETTEL UND STIFT NEBEN DEM BILDSCHIRM.

einfach ist zum Beispiel mit Bausteinen einen Gesprächsleitfaden zu erstellen. Ein Anderer dagegen entscheidet sich gegen dieses System, da er seine Gesprächsleitfäden flexibler gestalten möchte. Allerdings gibt es einen zentralen Punkt den jedes System mit sich bringen sollte: Das Ablösen von Zettel und Stift neben dem Bildschirm.

**SCOUT: Sprach- und Informationssuchmaschinen sind heute bereits in der Lage menschliche Stimmen perfekt nachzuahmen. Ist der Einsatz von Menschen in der Kundenkommunikation überhaupt noch zeitgemäß?**

**Walz:** Es ist weniger die Nachahmung der menschlichen Stimme, als die Nachahmung bzw. Nachstellung der sprachlichen Kommunikation (textlich oder stimmlich).

Die Mensch-Maschine Kommunikation der **ersten Generation** war durch Tastentöne, einfache Verzweigungslogik und sehr hohem Einrichtungsaufwand geprägt. In keiner Weise wurde auf den natürlichen Verlauf einer sprachlichen Kommunikation Rücksicht genommen, was zu geringer bis keiner Akzeptanz dieser Systeme geführt hat und ihren Einsatzbereich sehr einschränkte. **Die zweite Generation** dieser Technologie nutzt die technische Weiterentwicklung im Bereich der Spracherkennung, des Keyword Spotting<sup>7</sup>, der semantischen<sup>8</sup> und

grammatikalischen Analyse von Satzkonstrukten, um flüssigere Dialoge (Chat oder Telefon) und eine einfache Navigation durch die Menüs zu ermöglichen. Dennoch sind die Einsatzbereiche immer noch beschränkt auf standardisierte Prozesse im Rahmen der Kundenkommunikation und nur dort sinnvoll, wo massenhafte Anfragen nicht mehr ökonomisch von Agenten bedient werden können.

**Die dritte Generation**, die natürlich-sprachlichen Sprachportalsysteme leisten heute eine sehr hohe Erkennungsrate der gesprochenen und geschriebenen Sprache (>80%), sind in der Lage Themenfelder zu erkennen, im Dialog gewonnene Informationen an relevanter Stelle wieder oder weiter zu verwenden und mehrere Themen parallel zu erfassen, sowie eine dynamische Korrektur erkannter Anforderungen zu leisten. Das kommt schon nahe an einen normalen Dialog mit einem Menschen heran. Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig und durchaus lohnenswert, da 24/7 verfügbar, zuverlässig und durchaus auch für komplexere Themen einsetzbar, wie Bestellothlines im DRTV<sup>9</sup>, Mietwagen-Buchungssysteme, Flug- und Reisebuchungssysteme, Reservierungssysteme etc. Die Konkurrenz durch einfach bedienbare Web 2.0 Applikationen und Apps ist sicher spürbar, aber auch hier macht die Kombination den Erfolg aus. Denn eine Chatsitzung mit einer Maschine, die genauso geführt wird wie eine Chatsitzung mit einem Agenten, aber zusätzlich die Möglichkeit bietet themenbezogene Zusatzinformationen einzublenden, hat Vorteile für den Kunden und Kosteneinspareffekte für den Betreiber. Auch können Sprachdialogsysteme in Echtzeit themen- und kontextbezogen auf Wissensdatenbanken und andere Datenquellen im Unternehmen zugreifen und somit strukturiert und zuverlässig Informationen abfragen oder bereitstellen. Natürlich kann das ein Mensch auch, nur kostet das natürlich etwas mehr. Und um auf die Frage zurückzukommen, der Mensch bleibt der Mittelpunkt der Kommunikation.

**SCOUT: Wie kann eine gleichbleibende Qualität mit „Technik“ zum Beispiel am Telefon gesichert und wie gesteigert werden?**

**Walz:** Qualität ist keine Momentaufnahme und keine singuläre Messzahl, sondern ein Prozess, der Entwicklungen unterliegt und verschiedenste Betrachtungswinkel erfordert. In der Contact Center Branche bzw. im Kundenservice wird Qualität meist anhand von Key Performance Indikatoren<sup>10</sup> gemessen, die sich aus der Bewertung von aufgezeichneten Gesprächen, Live Monitoring Sitzungen, ACD<sup>11</sup> Daten (z.B. Wartezeiten, On Hold Zeiten, Transfers usw.), Agentenbewertungen über interne Quizverfahren und auch aus Agenten Bewertungen aus IVR<sup>12</sup> oder Web basierten Kundenzufriedenheitsbefragungen ergeben.

9: Direct Response Television, ein Fachbegriff im Marketing: Fernsehwerbung mit zeitlich direkter Rezipientenreaktion

10: Der Begriff Key Performance Indicator (KPI) bzw. Leistungskennzahl bezeichnet in der Betriebswirtschaftslehre Kennzahlen, anhand derer der Fortschritt oder der Erfüllungsgrad hinsichtlich wichtiger Zielsetzungen oder kritischer Erfolgsfaktoren innerhalb einer Organisation gemessen und/oder ermittelt werden kann.

11: Automatic Call Distribution, automatische Anrufverteilung in Callcentern

12: Interactive Voice Response, Ein Sprachdialogsystem mit dem Anrufer über das Telefon oder andere akustische Medien teil- oder vollautomatisierte natürlichsprachliche Dialoge führen.

6: Dialer (deutsch: Einwahlprogramme) sind im engeren Sinne Computerprogramme, mit deren Hilfe über das analoge Telefon- oder das ISDN-Netz eine Wahlverbindung zum Internet oder anderen Computernetzwerken aufgebaut werden kann.

7: Ist ein Begriff aus der Spracherkennung. Die Spracherkennung begrenzt sich hierbei auf die Erkennung bestimmter vordefinierter Begriffe, anstatt eine Erkennung des Zusammenhangs zu leisten.

8: Semantik, abgeleitet vom Griechischen für „bezeichnen“, auch Bedeutungslehre, nennt man die Theorie oder Wissenschaft von der Bedeutung der Zeichen.