

KUNDENSERVICE MIT DER MACHT DES WISSENS OPTIMIEREN

**EIN STATEMENT VON THOMAS DREIKAUSS,
GESCHÄFTSFÜHRER, SEMATELL GMBH**

Serviceverantwortliche brauchen einen ganzheitlichen, 360-Grad-Blick auf die schriftliche und telefonische Kundenkommunikation – sowohl zur Steuerung des Contact Centers als auch für einen besseren, individuelleren Service gegenüber den Kunden. Ein transparentes Reporting und eine vollständige Kundenkontakthistorie sind dabei entscheidend.

Der Teamleiter für den Kundenservice eines Mobilfunkunternehmens trifft seinen Vorgesetzten kurz nach neun Uhr an der Kaffeemaschine. Er berichtet, dass es heute schon mehr als 15 Anrufe von Kunden gab, die sich über Kratzer auf dem Gehäuse ihres neuen Telefons beschwert haben. „Das waren bestimmt nicht so viele“, denkt der, „wahrscheinlich Einzelfälle.“ Da Telefonate nur stichprobenartig im Rahmen des Qualitätsmanagements mitgeschnitten werden, gibt es keinen echten Nachweis über die tatsächliche Anzahl und den Inhalt der Beschwerde-Telefonate, außer den kurzen Gesprächsnotizen im CRM-System. Angesichts der Markteinführung des brandneuen Modells hatte der Contact Center Manager dafür gesorgt, dass genügend Servicepersonal zur Verfügung stand, um Kundenanfragen etwa zur Einrichtung des Telefons zu beantworten. Erwartungsgemäß waren das Call-Volumen und auch die Anzahl der E-Mails im Laufe des Vormittags angestiegen, alle Anrufe konnten aber innerhalb der vereinbarten Servicelevels angenommen werden und auch die Bearbeitung des Schriftverkehrs erfolgte ohne größeren Backlog. Alles im grünen Bereich also. Nachmittags schlägt allerdings der zweite Teamleiter Alarm, der mit seinem Team vorwiegend den Schriftverkehr bearbeitet. Er stellt im Reporting eine ungewöhnliche Häufung von Anfragen mit inhaltlichem Bezug zu Kratzern fest. In vielen Anfragen per E-Mail, aber auch über Social Media-Kanäle wie Facebook wird das Problem adressiert. Der Contact Center Manager revidiert seine Einschätzung: keine Einzelfälle also, sondern ein echtes Produktproblem, das schnellstmöglich vom Unternehmen adressiert werden muss, um einen größeren Imageschaden zu vermeiden.

Telefonie und Schriftverkehr sind häufig Informationssilos

Die dargestellte Szene ist fiktiv, auch wenn ein großer Hersteller vor einigen Jahren tatsächlich mit Gehäusekratzern bei der Markteinführung konfrontiert war. Das Beispiel verdeutlicht jedoch, dass in den meisten Contact Centern eine ganzheitliche Sicht auf die Kundenkommunikation schmerzlich vermisst wird. Telefonie und Schriftverkehr sind auch im Zeitalter von Blended Agents häufig systemseitig Informationssilos. Während im Schriftverkehr mithilfe modernster KI-Technologie längst Kontaktgründe aus den Anfragen extrahiert und reportet werden können, ist die Telefonie noch immer oft ein „blind spot“. Quantitative Auswertungen zeigen zwar Spitzen im Tages- und Wochenverlauf und ermöglichen so eine bessere Personalplanung, eine inhaltliche Auswertung der Anrufe erfolgt jedoch in den wenigsten Fällen und wenn doch, dann nur bei wenigen Stichproben im Rahmen eines Qualitätsmanagements. Für die Identifikation von neuen, ungewöhnlichen



© Schramm



Für die Identifikation von neuen, ungewöhnlichen Kontaktthemen bei Anrufen sind Contact Center bislang auf „human intelligence“ angewiesen – nämlich aufmerksame, erfahrene Mitarbeiter, die sich am Kaffeeautomat oder in der Mittagspause mit Kollegen über aktuelle Anfragen austauschen.

Kontaktthemen bei Anrufen sind Contact Center bislang auf „human intelligence“ angewiesen – nämlich aufmerksame, erfahrene Mitarbeiter, die sich am Kaffeeautomat oder in der Mittagspause mit Kollegen über aktuelle Anfragen austauschen.

Vollständige Kontakthistorie und kanalübergreifendes Reporting erhöhen die Qualität im Kundenkontakt

Werden Anrufe hingegen nicht nur stichprobenartig, sondern bei Einverständnis des Kunden generell mitgeschnitten, ermöglicht das ein viel umfassenderes Qualitätsmanagement und einen viel individuelleren Service. Aufgrund mangelnder Systemvernetzung und vor allem einer unvollständigen Kundenhistorie im CRM kommt es in Contact Centern immer wieder zu unnötigen Mehrfachkontakten, die Kunden Nerven und Unternehmen viel Geld kosten. Aufzeichnungen zu Telefonkontakten beschränken sich bislang meist auf kurze, zum Teil wenig aussagekräftige Telefonnotizen der Kundenbetreuer. Einen wirklich persönlichen, auf die individuelle Situation zugeschnittenen Service können Mitarbeiter aber nur leisten, wenn die komplette Kundenkontakthistorie über sämtliche Kontaktkanäle vorliegt. Nur dann entsteht aus jedem Kundenkontakt die Chance, eine Kundenbeziehung aufzubauen und zu pflegen.

Werden zudem transkribierte Sprachaufzeichnungen wie auch der eingehende Schriftverkehr automatisch analysiert, wird auch ein kanalübergreifendes Omni-Channel-Reporting möglich. Im genannten Beispiel hätte der Serviceverantwortliche deutlich früher mit konkreten Belegen durch Sprachaufzeichnungen und E-Mails den Hersteller informieren können, dass ein Produktproblem vorliegt. Das Unternehmen hätte schneller eine Sprachregelung mit Lösungsvorschlägen für den Kunden – zum Beispiel Austausch, Preisnachlass, Gutschrift auf der nächsten Rechnung oder Ähnliches – entwickeln und so verhindern können, dass die Problematik öffentlich eskaliert.

Heute bereits Wirklichkeit

In der Technologiepartnerschaft zwischen Sematell und voiXen lässt sich bereits sowohl eine vollständige Kundenkontakthistorie, die automatisch im CRM mitprotokolliert wird, als auch ein kanalübergreifendes Reporting darstellen. Die Responsemanagementlösung ReplyOne von Sematell analysiert auf Basis künstlicher Intelligenz die eingehenden schriftlichen Anfragen aus den verschiedensten Schriftkanälen und beantwortet diese mit dem jeweils gewünschten Automationsgrad. Das integrierte Monitoring und Reporting gibt einen transparenten Überblick über Anzahl und Kanalverteilung der Anfragen und zeigt auf, welche Themen adressiert werden. voiXen wiederum bietet eine moderne Methode zur Analyse von Audiodateien. Sprachaufzeichnungen können mit der voiXen-Technologie automatisch zu Text transkribiert und ausgewertet werden. Durch eine enge Integration der beiden Lösungen kann die KI-Technologie von Sematell so im Reporting eine Trendanalyse hinsichtlich Volumen und Themen sowohl für die schriftliche Kundenkommunikation als auch für die Sprachaufzeichnungen der Anrufe leisten – automatisiert, präzise und lange bevor sich die Servicemitarbeiter wieder an der Kaffeemaschine treffen.

FAZIT: Wer ein Contact Center steuern und individuellen, hochqualitativen Service bieten will, kann das nicht im Blindflug. Verantwortliche benötigen nicht nur Zahlen und Daten, sondern auch tiefergehende inhaltliche Informationen auf Basis eines transparenten Omni-Channel-Reportings und einer vollständigen Kundenkontakthistorie. Mit einer intelligenten Kombination hochentwickelter Lösungen wie ReplyOne und voiXen sowie einer Vernetzung mit zentralen Unternehmensapplikationen können Contact Center die Informationssilos zwischen Telefonie und Schriftverkehr aufbrechen und die Macht des Wissens für besseren Service nutzen. Info: www.sematell.com

AUTOR: THOMAS DREIKAUSS