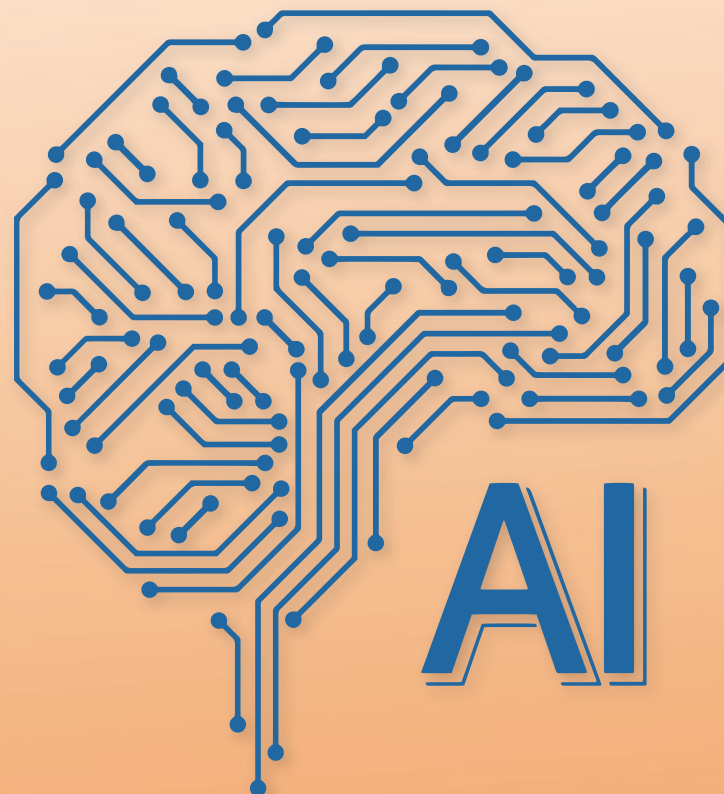


KUNDENSERVICE AUTOMATISIEREN – ABER RICHTIG!

UNREALISTISCHE HEILSPERSPRECHEN VERSUS REALISIERBARES POTENZIAL

Mit der Digitalisierung, so lautet das Heilsversprechen, wird unsere Kundenservicewelt viel besser. Die Datenvernetzung erlaubt es uns, den Kunden besser zu kennen und individuell anzusprechen. Das bedeutet mehr Umsatz und größere Kundenbindung. Sprachroboter und Algorithmen übernehmen mit künstlicher Intelligenz vollautomatisch die Kundenbetreuung. Perfekter Service, beste Customer Experience – 24/7 ohne Wartezeit. Ohne Diskussionen mit dem Betriebsrat über Schicht- und Feiertagsdienste, ohne die Notwendigkeit, permanent neue Kundenbetreuer für möglichst kleines Geld am Arbeitsmarkt zu rekrutieren, ohne Systembrüche, doppelte Datenhaltung, fehlerhafte Antworten und Mehrfachkontakte über unterschiedliche Kommunikati-

onskanäle. Dass wir von Utopia noch ganz weit entfernt sind, dürfte spätestens jetzt klar sein. Kundenservice-Organisationen wollen die Chancen der Digitalisierung nutzen, um sowohl besseren Kundenservice leisten zu können, als auch Kosten zu senken. Nur, wie soll das in der Praxis funktionieren? Es ist für die Serviceverantwortlichen zunehmend schwierig, zwischen unrealistischen Heilsversprechen und konkretem, kurzfristig realisierbarem Automatisierungspotenzial zu unterscheiden. Im Dschungel von technischen Lösungen und Beratern für Digitalisierungsstrategien oder Customer Experience ist die Verunsicherung groß und mit ihr die Gefahr von Fehlinvestitionen.





**Mit den folgenden SECHS SCHRITTEN
können Serviceverantwortliche das
Automatisierungspotenzial der eigenen
Serviceorganisation erschließen:**

1

Die richtige technische Lösung finden

Bei der Auswahl der richtigen technischen Lösung ist es hilfreich, einige wichtige Aspekte zu bedenken: **1.** Deckt die Lösung alle bislang genutzten schriftlichen Kommunikationskanäle ab? Kann optional auch die Telefonie eingebunden werden? **2.** Lassen sich neue Kommunikationskanäle unproblematisch auch später einbinden? **3.** Kann die Lösung an das CRM-System sowie weitere vor- und nachgelagerte Systeme angebunden werden? **4.** Wie einfach lassen sich weitere Speziallösungen anbinden – zum Beispiel Wissensmanagement- oder Übersetzungslösungen? **5.** Wie nutzerfreundlich ist die Lösung? Welche Einarbeitungszeit muss kalkuliert werden? **6.** Ist die Lösung bei Serviceorganisationen ähnlicher Größenordnung erfolgreich im Einsatz? Stellt der Anbieter Referenzen zur Verfügung? **7.** Lässt sich die Lösung skalieren? **8.** Bei internationalen Serviceorganisationen – ist die Lösung multilingual und/oder mandantenfähig? **9.** Wie flexibel ist der Anbieter bei „Sonderwünschen“? **10.** Wie präzise werden Servicethemen erkannt? **11.** Wie „intelligent“ ist die Lösung?

Gerade beim letztgenannten Aspekt lohnt sich das Nachfragen. Denn nicht überall, wo heutzutage „künstliche Intelligenz“ draufsteht, steckt auch echte künstliche Intelligenz drin. Mit dem enormen Wachstum der Rechenkapazitäten in den letzten Jahren sind komplexe Suchvorgänge in Sekundenbruchteilen und automatisierte Abläufe durch entsprechende Softwareskripts möglich geworden. Viele Automatisierungstools im Kundenservice basieren auf diesem vergleichsweise einfachen Prinzip. Die Qualität der Ergebnisse hängt dabei aber in starkem Maße davon ab, wie viele Schlüsselwörter und Szenarien die Entwickler antizipiert haben, das heißt wieviel „Intelligenz“ die menschlichen Entwickler in die Lösung

gesteckt haben. Solche Lösungen stoßen aber sehr schnell an Grenzen. Serviceverantwortliche sollten also nach einer Lösung Ausschau halten, die „lernt“.

Gleichzeitig sollte die Lösung so flexibel sein, dass sie der Organisation keine Servicestrategie aufzwingt, sondern strategische Entscheidungen des Serviceverantwortlichen im Rahmen der Customer Experience unterstützt. Insbesondere der Automatisierungsgrad, aber auch Routingoptionen sollten individuell anpassbar sein.

2

Transparenz herstellen

Mit einer zentralen Omni-Channel-Plattform können Kundenservice-Verantwortliche in einem ersten Schritt Transparenz herstellen und herausfinden, wo Automatisierungspotenzial verborgen liegt. Verfügt die Lösung wie ReplyOne über eine integrierte Reporting-Funktionalität, kann sehr schnell analysiert werden, wie viele Anfragen über die jeweils unterschiedlichen Kontaktkanäle hereinkommen und welche Servicethemen besonders oft angesprochen werden. Je nachdem, mit welchen und wie vielen unterschiedlichen Systemen Service Center arbeiten, ist eine solche Übersicht sonst eher eine größere Herausforderung. Die meisten Serviceverantwortlichen wissen zwar ungefähr, wie viele Anfragen im Schnitt bearbeitet werden müssen, welche Kanäle am stärksten frequentiert werden und welche Themen wieder adressiert werden, aber ein kanalübergreifendes Reporting liefert verlässliche Zahlen und Daten. Diese Transparenz ist essenziell, um fundiert Entscheidungen fällen zu können.

3

Ziele definieren

Die Analyse eines solchen Reportings zeigt nicht nur Automatisierungspotenziale auf, sondern legt auch Defizite, wie zum Beispiel lange Bearbeitungsdauer, multiple Anfragen oder Ähnliches sehr schnell offen. Mit diesem Status quo kann sodann eine umfassende Servicestrategie entwickelt werden, die sowohl Aspekte wie gewünschte Servicequalität als auch zur Verfügung stehendes Budget berücksichtigt.





© Schramm

48

THOMAS DREIKAUSS

Geschäftsführer, Sematell GmbH, www.sematell.de

*Nicht überall, wo heutzutage „künstliche
Intelligenz“ draufsteht, steckt auch echte
künstliche Intelligenz drin.*

» Bei allen Diskussionen über eine möglichst optimale Customer Experience stehen doch die meisten Servicecenter-Leiter unter massivem Kostendruck. Kostensenkungspotenziale dürften für viele Verantwortliche deshalb der Hauptgrund sein, um eine Automatisierung im Kundenservice voranzutreiben. Aber intelligente Automation, wie sie zum Beispiel mit ReplyOne möglich ist, kann mehr. Sie kann nämlich im Idealfall helfen, die Servicequalität signifikant zu verbessern, etwa durch schnellere Identifikation neuer Servicethemen und die zentrale Bereitstellung qualitätsgeprüfter Antwortbausteine. Selbst wenn Kostensenkung absolut im Fokus steht, verhindert ReplyOne durch die präzise Themenerkennung, dass bei der Customer Experience allzu große Kompromisse eingegangen werden müssen. Mit einer intelligenten Omni-Channel-Lösung lassen sich damit auch scheinbar widersprüchliche Ziele unter einen Hut bringen: Qualität rauf, Kosten runter.

4

Serviceorganisation optimieren

Serviceverantwortliche erhalten über eine intelligente Lösung auch Hinweise zur Optimierung der eigenen Serviceorganisation. Eine Auswertung darüber, wie sich die Anfragen auf unterschiedliche Kanäle und zu unterschiedlichen Zeiten verteilen, kann für die Personaleinsatzplanung genutzt werden, sehr lange Bearbeitungszeiten für den Schriftverkehr können Schulungsbedarf signalisieren. Betreuen Mitarbeiter bislang speziell einen Kommunikationskanal, ermöglicht eine leistungsstarke technische Lösung, das Arbeitsgebiet sukzessive auf weitere Kanäle auszuweiten. Mit einer einfachen Benutzeroberfläche und qualitätsgeprüften, für die einzelnen Kommunikationskanäle optimierten Inhalten erleichtert eine Lösung wie ReplyOne die Umstellung auf ein sehr effizientes Blended-Agent-Modell. Servicemitarbeiter können so Anfragen aus unterschiedlichen Kommunikationskanälen bearbeiten und auch während eines Vorgangs den Kommunikationskanal wechseln.

5

Schrittweise automatisieren

Über eine Status-quo-Analyse lassen sich sehr schnell die Servicethemen identifizieren, die automatisiert beantwortet werden können. „Standardanfragen“ gibt es fast in jeder Serviceorganisation. Werden diese mit einer hinterlegten Antwort vollautomatisch beantwortet, entlastet das sofort die Mitarbeiter, die sich somit auf komplexere Anfragen konzentrieren können. Schrittweise können dann für weitere Themen Antwortbausteine – jeweils angepasst auf den Kommunikationskanal – entworfen werden. Unabdingbar ist für eine automatisierte

Intelligente Automation wie zum Beispiel ReplyOne hilft, die Servicequalität signifikant zu verbessern – zum Beispiel durch schnellere Identifikation neuer Servicethemen und die zentrale Bereitstellung qualitätsgeprüfter Antwortbausteine.

Antwort, dass die technische Lösung diese Themen wirklich präzise erkennt, auch wenn sie unterschiedlich von Kunden beschrieben werden. Hier kann künstliche Intelligenz ihre Stärken ausspielen. Die Lösung „lernt“, welche Formulierungen oder Stichworte einem bestimmten Servicethema zugeordnet sind. Auch eine teilautomatisierte Beantwortung kann bereits die Bearbeitungszeit von Anfragen signifikant senken und für ein einheitliches Qualitätsniveau unabhängig vom Bearbeiter sorgen. Dabei identifiziert die Lösung die relevanten Servicethemen und schlägt bereits Antwortbausteine vor – der Servicemitarbeiter muss nur noch kurz die Zuordnung prüfen und eventuell die Antwort mit einer individuellen Information ergänzen. Gerade auch Serviceanfragen, die mehrere Themen adressieren, lassen sich so mit passenden Antwortbausteinen sehr schnell beantworten.

Eine abschließende Prüfung der Antwort durch einen Servicemitarbeiter eignet sich jedoch auch dazu, um zu überprüfen, wie gut die Themenerkennung und Antwortzuordnung tatsächlich funktioniert. Bedenken hinsichtlich einer automatisierten Beantwortung können so häufig sehr schnell ausgeräumt werden.

6

Evaluieren und optimieren

Eine intelligente Omni-Channel-Lösung wird damit zum Dreh- und Angelpunkt einer nachhaltigen Kundenservice-Strategie. Transparente Reportings erlauben zu jeder Zeit eine Evaluation des Status quo und schnelles Nachsteuern: zum Beispiel durch organisatorische Maßnahmen wie Schulungen, die Optimierung von Textbausteinen oder auch die Definition neuer Servicethemen und Erarbeitung von Antwortvorschlägen. Das ist noch nicht ganz Utopia mit perfektem Service und bester Customer Experience, aber ein ganz wichtiger Meilenstein auf dem Weg dorthin.

AUTOR: THOMAS DREIKAUSS