



## Wenn Ihr Unternehmen nicht mehr weiß, was es alles weiß!

Dem KnowledgeCenter auf den Zahn gefühlt. Jeden Tag speichern wir Unmengen von Daten auf unseren Medien. Welche Informationen sind für die Zukunft relevant? Wie kann ich dieses Wissen mir und anderen zugänglich machen? Wie funktioniert das mit den Wissensdatenbanken in Callcentern? Die Internetsuche mit den Keywords: 'Knowledge Base für geführte Dialoge' führte uns zur USU Software AG.

**Scout:** Herr Huber, Sie bieten Module für interaktives Wissen. Was kann ich mir darunter vorstellen?

**Harald Huber:** USU KnowledgeCenter ist die Wissensdrehscheibe für die Wissensversorgung von Agenten im ServiceCenter/Callcenter. Wir haben uns in den letzten 10 Jahren die Anforderungen an den Wissenstransfer in ServiceCentern und Callcentern sehr genau angesehen. Dazu haben wir Tage in ServiceCentern verbracht, Interviews geführt, Agenten bei der Arbeit, mit und ohne unsere Produkte, beobachtet und so weiter.

Uns war klar, dass wir unser bisheriges Produkt komplett überarbeiten wollen, um den identifizierten Potentialen und Anforderungen Rechnung zu tragen. Designziel dieser neuen Version USU KnowledgeCenter 5 war es, die Produktivität und Qualität im ServiceCenter optimal zu unterstützen. Dazu möchten wir mit dem Produkt die Informationsbereitstellung und die Informationsversorgung

in ServiceCentern so kostengünstig und effizient wie nur irgendwie möglich realisieren. USU KnowledgeCenter 5 ist also nicht einfach eine Wissensdatenbank, in der man mal Wissen nachschlägt, sondern eine zentrale Wissens- und Informationsdrehscheibe ganz speziell für die Anforderungen in einem ServiceCenter. Das ist auch der ganz entscheidende Unterschied zu anderen Systemen, wie beispielsweise Wikis oder anderen Plattformen, die sich ja nur recht allgemein den Anforderungen eines ServiceCenters stellen.

**Scout:** Das klingt alles sehr starr - also ein besserer FAQ-Katalog? Wie steht es um Fragen, die sich aus den Antworten ergeben (können)? Wie dialogfähig ist Ihr Produkt?

**Harald Huber:** Ich wehre mich eigentlich gar nicht dagegen, dass das starr klingt. Ich möchte erst einmal noch auf eines hinweisen: KnowledgeCenter 5 ist keine Wissensdatenbank, die irgendwie zusätzlich in den Ser-

viceCenter-Betrieb zu integrieren ist. Wenn Sie mal in ein operatives ServiceCenter hineinschauen, dann sehen Sie, dass die Agenten mit einer Vielzahl an Informationen zurechtkommen müssen. Um also aktuell informiert zu sein und um ihr Tagesgeschäft abwickeln zu können, müssen die Agenten in ihren Mails nachsehen, Dutzende von Zetteln an den Schallschutzwänden aufhängen, in Ordnern oder Dateien nachschlagen, etc. Ziel von USU KnowledgeCenter 5 ist es zu allererst ein zentrales Informationsmedium für alle auskunftsrelevanten Informationen zu sein. Unser Ziel ist es, dass ein Agent nur zwei Anwendungen nutzt: Die operativen Anwendungen, in denen er technische oder auch Kunden- und Ticketdaten verwaltet und eben KnowledgeCenter 5, kein Intranet, kein Filesystem, keine Mails, etc. Aber natürlich: Diese Art der Informationsversorgung ist ein bisschen starr. Tatsächlich hat KnowledgeCenter 5 auch viel mit Quali-



tätssicherung zu tun. Wir möchten ja sicher stellen, dass Sie zu der gleichen Frage auch immer die gleiche Auskunft bekommen - egal, bei welchem Agenten Sie anrufen.

Das bedingt natürlich ein bisschen ‚Starrheit‘, wenn Sie so möchten.

Sie fragen ja auch nach den Fragen, die sich aus Antworten ergeben können, letztlich also die Dialogfähigkeit des Systems. Nun, das hängt nicht unbedingt von KnowledgeCenter 5 ab, sondern eher von der Dialogstruktur eines ServiceCenters. KnowledgeCenter 5 unterstützt über Gesprächsleitfäden auch in recht komplexen und langen Dialogen. Das wird nicht in jedem ServiceCenter gefordert, es hängt von der Branche ab.

Allerdings versuchen wir mit KnowledgeCenter 5 ja auch nicht in jedem Fall dem Agenten jedes Wort in den Mund zu legen. Natürlich ist eine Wissensdatenbank kein Ersatz für einen denkenden Menschen vor dem Bildschirm. Ziel ist es ja, die in dem jeweiligen ServiceCenter für den Mitarbeiter notwendigen Informationen einfach und rasch verfügbar zu machen. Da kann es Situationen geben, in denen die Agenten selbst den ‚Gesprächsleitfaden‘ im Kopf haben und nur auf einige ‚Rumpfinformationen‘ zugreifen müssen. In anderen Fällen weist man die Agenten an, aus Qualitätssicherungsgründen exakt nach dem vorgegebenen Gesprächsleitfaden zu arbeiten. Dann ist das natürlich starr. Aber nehmen Sie das Beispiel einer Telekommunikationshotline. Hier sind die Agenten angewiesen bei technischen Problemen einen vorgegebenen Gesprächsleitfaden Wort für Wort zu verwenden. Das ist schon ein bisschen starr und langweilig. Das hat aber einfach den Vorteil, dass der 2. Level in dem Fall, dass das Problem nicht gelöst wird, genau weiß, was schon analysiert wurde. Zudem kann der 2. Level dem 1. Level exakt vorgeben, was zu erfragen ist. In einem solchen Fall ist so ein Gesprächsleitfaden recht komplex, da Fehler im Telekommunikationsbereich ja auch recht komplex sein können. Aber die Lösungsrate und der Anteil notwendiger Rückrufe kann dadurch beträchtlich optimiert werden.

Nochmal zu dem Thema ‚Starr‘: An dem gerade beschriebenen Beispiel kann man auch sehen, wie wichtig eine Wissensdatenbank ist. Wenn ein ServiceCenter aus Erfahrung lernen möchte und beispielsweise bestimm-

te Fragen in der Fehleranalyse in Zukunft gestellt werden sollen, dann kann diese Anweisung nicht per Mail verteilt werden. Vielmehr muss das in einer sauberen Plattform hinterlegt werden.

Vielleicht wird es damit deutlich: Das etwas Starre an Wissensdatenbanken ist gleichzeitig die entscheidende Basis dafür, in einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess hinein zu kommen. Ohne eine solche ‚Produktionsplattform‘ geht das gar nicht. Wie starr aber im Detail, das muss für den jeweiligen Kunden heraus gefunden werden. Eine Dialogfähigkeit an sich bietet das System durchaus.

**Scout:** Wenn ich heute am Telefon eine Frage platziere, die der Service-Agent irgendwo abliest und schlechtesten Falles sogar noch nach der Antwort suchen muss - Wie sicher erscheint der Agent mit seiner Antwort?

**Harald Huber:** Was Sie da gerade sagen, kann man zumindest aus meiner Sicht auch getrost umdrehen: Wenn ein Agent aus dem Kopf heraus antwortet, der zweite Agent, den ich anrufe mir genauso sicher aber etwas ganz anderes sagt, dann sind mir die ‚Vorleser‘ lieber.

Tatsächlich ist eine Beauskunftung nach Schriftlage, unserer Erfahrung nach, nicht so negativ und wird auch von beiden Seiten nicht negativ empfunden.

Es geht mir bei meinem Anruf ja nicht darum zu ermitteln, was der Agent alles weiß, sondern darum, dass ich verlässliche Informationen bekomme.

Wir bemerken die von Ihnen angeführte Haltung aber auch schon im Markt. Es gibt Unternehmen, bei denen das Wissen der Agenten primär im Kopf hinterlegt werden soll.

Man muss sich aber mal klar machen, welche Limitierung das bedeutet. Wenn man sich die durchschnittliche Fluktuation anschaut, den Kostendruck im ServiceCenter und das Entwicklungstempo von Themen, dann ist klar, dass Agenten keine umfangreiche und kontinuierliche Ausbildung erhalten können.

Damit sind die Qualität und die erreichbare Themenbreite automatisch limitiert. Mit USU KnowledgeCenter 5 hingegen kann ein ServiceCenter Agent eine ganz neue Rolle einnehmen. Er wird zum zentralen

Seit 2007  
betreiben wir im  
b a d i s c h e n  
3 - l ä n d e r e c k  
( D / F / C H )  
Dialog-Marketing  
auf höchstem  
Niveau. Unser  
Management-Team  
bietet in Summe  
150 Jahre  
Call-Center-Kompetenz.  
Mittlerweile  
arbeiten wir mit 48  
Kollegen 24  
Stunden am Tag,  
7 Tage die Woche,  
an 365 Tagen im  
Jahr, für über  
100 prominente  
Kunden aus 17  
Ländern in 12  
verschiedenen  
Sprachen. Wir  
möchten Sie, ihre  
bestehenden und  
werdenden Kunden  
begeistern! Dafür  
eröffnen wir mit  
d i e s e r  
Werbeanzeige  
den 1. Dialog mit  
Ihnen. Herzlichst,  
Ihre Agentur aus  
dem Süden.

www.DD-INTERNATIONAL.DE  
+49 - (0)7621-167930



Ansprechpartner für alle Kundenanfragen. Lassen Sie mich nur ein Beispiel machen: Da gibt es Versicherungen, die haben ein ServiceCenter für Sachversicherungen, eines für Lebensversicherungen, eines für Firmenkunden, etc. Erst kürzlich habe ich eine Telefonnummernübersicht einer Versicherung erhalten. Da waren bestimmt 40 Nummern darauf, die ich als Kunde selbst irgendwo ablegen muss.

Wir haben durchaus erfolgreiche Kunden, gerade auch in der Finanzbranche, die alles über eine ServiceCenter-Struktur laufen lassen. Das heißt für den Kunden: Eine Telefonnummer für alles! Für den Agenten bedeutet das eine unglaubliche Wissensbreite, die erst durch eine effiziente Wissensdatenbank machbar ist. Tatsächlich macht die Wissensdatenbank also neue Organisationsformen möglich. Das war für uns auch der Grund, nach 10 Jahren Erfahrung nun eine komplett neu überarbeitete Version auf den Markt zu bringen, in der wir derartige Anforderungen und Erfahrungen umsetzen.

**Scout:** Wie lernfähig ist Ihr Produkt? Beispiel: Auf eine Frage erhalten die Fragenden die vordefinierte Antwort, rufen aber in der Folge mit der gleichen Fragestellung erneut an oder es ergeben sich ggf. neue Fragen, die aus dem Lösungsangebot resultieren.

**Harald Huber:** Gerade das Thema ‚Lernfähigkeit‘ hat es uns ja angetan. Das ist sicher eine der Kerntechnologien unserer Software! KnowledgeCenter war schon 2004 eines der ersten Web 2.0 Tools im ServiceCenter.

Beispielsweise unterstützt eine Lernfunktion das Wiederfinden von Dokumenten. Das von Ihnen angesprochene Thema der wiederholten Anfragen wird vom System dazu genutzt, passende Antworten auf Fragen zu lernen. Das System lernt also, dass eine Frage auch ganz anders formuliert werden könnte und findet dennoch das richtige dazugehörige Dokument.

Beispielsweise interessiert sich ein Anrufer für die ‚Fördermöglichkeiten Solarstrom‘ und der Agent findet dennoch das Dokument zu ‚Erneuerbare-Energien-Gesetz Photovoltaik‘. Mit KnowledgeCenter 5 führen wir auch andere Lernmöglichkeiten ein. So kann der Agent sehr einfach Feedback auf ein Dokument geben. Die in dem Produkt hinterlegte

Organisationsstruktur stellt dann sicher, dass jemand Verantwortliches über das Feedback informiert wird.

Oder ein Agent vermisst eine Lösung, die er über eine Funktion nachfordern kann. Ebenso versucht das System Nutzungshäufigkeiten und die Navigation der Anwender in den Lösungen zu analysieren, um daraus neue Angebote für die Agenten zu erstellen.

**Scout:** Kann Ihr Produkt dem Service-Agenten auch bei der Vorbereitung auf seinen Arbeitstag behilflich sein? Sozusagen als NewsCenter mit Hinweis auf aktuelle Einträge?

**Harald Huber:** Das ist nochmal eine sehr gute Frage! Neben den Dokumenten kann man mit KnowledgeCenter 5 auch Nachrichten versenden. Ziel ist ja, dass Agenten nur noch KnowledgeCenter 5 als zentrales Informationsmedium verwenden. Damit ist es auch wichtig, Informationen zu kurzfristigen Marketingaktionen oder auch zu Störungen per Nachricht verteilen zu können. Wir konnten schon in der Vergangenheit mit derartigen Funktionen die auskunftsbezogene Nachrichtenlast für Agenten um 80% senken. Man kann sich ausrechnen, was es bedeutet, wenn man aus dem Urlaub kommt. Wenn statt 400 E-Mails nur noch 80 Nachrichten zu lesen sind, dann reduziert sich die ‚Rüstzeit‘ für Agenten.

Aber auch für das Lernen ist das ein gutes Beispiel. Wurden beispielsweise die Riester-Unterlagen versandt, dann kommt natürlich eine Vielzahl von Anfragen durch die Kunden. Die Agenten neigen dann dazu, sich die entsprechenden Auskunftsunterlagen schon mal offen auf den Bildschirm zu legen.

Kommt dann ein weiterer Mitarbeiter zur Mittagsschicht, dann kann ihm KnowledgeCenter 5 schon mal melden, welche Dokumente von anderen Mitarbeitern häufig geöffnet wurden. Er kann dann ganz einfach sehen, mit welchen Themen er wohl in den ersten paar Anrufen konfrontiert werden wird.

**Scout:** Welche Verantwortung trägt hierbei der Content-Lieferant? Wie wird also sicher gestellt, dass die Inhalte verständlich sind? Zum Einen für den Agenten und zum Anderen für den, der die Informationen erhält?

**Harald Huber:** Ja, hier sprechen Sie eigentlich den entscheidenden Punkt an.

Unser Produkt ist ein wertvolles Tool, mit dem der Kunde eine drastische Effizienz- und Qualitätsverbesserung erreichen kann. Aber dennoch ist es ‚nur‘ Technik. Ohne eine entsprechende Organisation funktioniert gar nichts. Redakteure brauchen klare Aufgaben, für die Dokumente müssen klare Redaktionsregeln definiert werden, es muss sichergestellt werden, dass Dokumente aktuell sind und, und, und.

Natürlich erschrickt so mancher Interessent, wenn er sich diese organisatorischen Anforderungen anhört. Aber letztlich macht jedes ServiceCenter heute aufwandsseitig das gleiche, nur oft weniger klar organisiert: Es werden Dokumente bereit gestellt und wenn man Pech hat, sogar noch kopiert und auf die Arbeitsplätze verteilt. Ein Feedback zur Verständlichkeit dieser Dokumente kann dann nicht gegeben werden. Agenten legen sich ihre eigenen Ordner an, meistens in Erweiterung der Schulungsordner. Aktuelles wird per E-Mail versendet und wenn man neu an den Arbeitsplatz kommt, braucht man erst einmal ein paar Stunden oder gar einen Tag, um sich auf den aktuellen Stand zu versetzen. Entsprechend mehr Aufwand muss das ServiceCenter dann in die Teamleiterstruktur und die Qualitätssicherung stecken.

Es ist also wirklich so, dass eine Wissensdatenbank in dem Sinn, wie es mit unserem Produkt möglich wird, eine Veränderung der Verantwortungs- und Organisationsstrukturen im ServiceCenter nach sich ziehen muss. Der Gesamtaufwand für die Informationsnutzung und -Bereitstellung ist jedoch eher niedriger als höher. Nur weil man die Informationsversorgung gründlich organisiert heißt das ja nicht, dass der Aufwand höher ist!

Ergebnis ist aber eine beträchtliche Produktivitätsverbesserung und deutlich mehr Qualität. Und tatsächlich geht der Mehraufwand nach der Einführung deutlich zurück. Im Betrieb dann, wenn also die ersten Hürden der Einführung genommen sind, ist der Gesamtaufwand für die Wissensdatenbank nicht mehr höher als die Aufwände für die Informationsversorgung vorher waren. Das ist eigentlich das Bedeutendste an der ganzen Sache: Die Qualität wird bei gleichzeitig erhöhter Produktivität verbessert - das macht vielleicht den besonderen Reiz der Sache aus! ■