

Softwarehersteller sagen was nicht geht

Unified Communications^[1] und somit die Integration der Medien, die auch aus dem Web 2.0^[2] resultieren, verlangen die Anpassung der genutzten Software oder gar eine Neuanschaffung. Sei es die Dokumentation eines Chats im CRM-System^[3] oder die Zuordnung von Sprachaufzeichnungen zu einem Vorgang – jeder, der mit Kunden und/oder Leads im Kontakt steht, ist gut beraten, diese Arbeiten wiederfindbar zu dokumentieren. Wie schön ist es, wenn ein abhanden gekommenes Handy durch einen Anruf bei der Hotline alle notwendigen Prozesse anstößt: Sperrung der SIM^[4]-Karte, Neuversand einer neuen Karte, Umleitung eingehender Anrufe auf eine Wunschrufnummer und, und, und. Wenn Sie dann noch beim nächsten Besuch bei dem Handy-Dealer Ihrer Wahl auf einen Verkäufer stoßen, der den ganzen ‚Fall‘ sauber dokumentiert bei sich im Ladengeschäft auf dem Schirm hat, können Sie sagen: Es hat geklappt!

[1]: Integration aller Kommunikationsmedien in einer einheitlichen Anwendungsumgebung

[2]: 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.

[3]: Dies sind Applikationen, Softwarelösungen und Computerprogramme, deren primäres Ziel es ist Unternehmen bei der Umsetzung von mehr Kundenorientierung und Kundenbeziehungs-Management zu unterstützen.

[4]: (Subscriber Identity Module) Eine Chipkarte, die in ein Mobiltelefon eingesteckt wird und zur Identifikation des Nutzers im Netz dient

Berndt Walz, Gesellschafter der sogedes GmbH stellte sich unseren Fragen in Bezug auf Anforderungen der Zukunft, Beratung, Realisierung und Implementierung.

SCOUT: Sie vertreiben Softwareprodukte im Bereich ‚Customer Interaction‘. Wir stellen fest, dass Entwickler und IT-Vertriebler sich in ihrer Welt zumeist gut auskennen. Bei der Implementierung von Software, die dem Kundendialog dient, geht es doch aber immer um die speziellen Bedürfnisse des Anwenders. Wie lassen sich eben diese Anforderungen in adäquate Pflichtenhefte integrieren?

Berndt Walz: Ja, wir vertreiben Softwareprodukte für die Kunden-Interaktion, also den Dialog mit dem Kunden, über unterschiedliche Kommunikationskanäle, dessen Qualitätsmessung, Analyse und Prozesssteuerung.

Tatsächlich sind die Kundenanforderungen so zahlreich und unterschiedlich wie die Kunden selbst. Dennoch lassen sich Schwerpunkte festmachen, die eine Orientierung bei der Erstellung von Pflichtenheften geben können und dafür sorgen, dass die wichtigen, spezifischen Aspekte einer Ausschreibung auch im Pflichtenheft gefunden werden.

Zuerst ist eine Neuanschaffung ja deswegen geplant, weil bestimmte Aufgaben mit der alten Lösung nicht oder nicht effizient gelöst werden konnten. Diese bestehende Problematik muss in ausführlicher Form ins Pflichtenheft, ebenso wie die textliche Beschreibung der Gesamtstruktur des Contact Centers^[1] sowie der bestehenden und geplanten, zukünftigen Prozesse inner-

halb eines Unternehmens. Eine reine funktionale und technische Beschreibung der Anforderungen ist zwar notwendig und sinnvoll, jedoch sollte der Hersteller auch ein Verständnis für die Gesamtsituation bekommen, um Lösungsansätze auch anhand neuer Wege vorschlagen zu können. Leider strotzen viele Pflichtenhefte nur so von technischen Details, lassen aber die Usability^[2] völlig außer Acht. In der täglichen Anwendung, ob im Reporting, in der Kampagnenplanung und Erstellung, am Agenten-Arbeitsplatz oder im Qualitätsmanagement zählen jedoch die Zuverlässigkeit, Schnelligkeit, Flexibilität und Bedienbarkeit einer Lösung.

Funktionale Eigenschaften sind relativ einfach darstellbar, sofern ein Unternehmen seine Prozesse im Griff hat.

SCOUT: Softwarehersteller verdienen ihr Geld mit dem Verkauf von Lizenzen. Welche Rolle spielen im Wettbewerb künftig Open Source^[3] Lösungen?

Berndt Walz: 85% aller potentiellen Kunden sind nicht in der Lage Open Source Lösungen effizient zu managen und einzusetzen. Open Source Lösungen, wie das allseits bekannte Asterisk^[4] haben den scheinbaren Vorteil kostengünstig oder sogar kostenfrei zu sein. Es wird allerdings selten kalkuliert, dass Software von Spezialisten entwickelt, gewartet und gepflegt werden muss und dies natürlich Kosten verursacht und das Risiko birgt, dass der Spezialist das Unternehmen samt seinem Wissen verlässt.

[2]: Benutzerfreundlichkeit, Gebrauchstauglichkeit, Bedienbarkeit

[3]: öffentlich zugänglicher Quelltext

[4]: (Telefonanlage), eine freie Software, die alle Funktionalitäten einer herkömmlichen Telefonanlage abdeckt

[1]: auch Callcenter, Service Center, Customer Care Center genannt

Sind hochspezialisierte Features^[5] und Funktionen gefragt, kann es teuer werden, diese kurzfristig zu entwickeln. Es kann sogar teilweise unmöglich werden auf Kundenanforderungen zu reagieren, da sowohl die Zeit als auch die Ressourcen fehlen oder die Open Source Lösung verbogen werden muss, um Ergebnisse zu erzielen.

Open Source Lösungen kommen dort zum Einsatz, wo ein Team von IT-Spezialisten im Unternehmen zur Verfügung steht und wird dort auch zumeist als Teillösung an andere Standard Systeme angebunden. Open Source Lösungen sind häufig in Bereichen zu finden, wo Produkte zur Commodity^[6] geworden sind, und dies zeigt, dass innovative und kreative Hersteller weiterhin den Markt dominieren werden.

SCOUT: Man sollte doch glauben, dass die Welt der Technik heutzutage alles erlaubt. Warum stellen uns Softwareanbieter dann immer vor scheinbar unüberwindbare Hürden?

Berndt Walz: Nun, ich glaube die Grenzen werden vorrangig von den Kosten bestimmt! Danach von der Kreativität der Hersteller und zum Schluss vom eigentlichen Nutzen des Anwenderwunsches.

Es gibt am Markt nicht das perfekte System und es gibt nicht das System, das alles sehr gut kann. Die Kosten-Nutzen-Relation bestimmt den Mainstream^[7] der Entwicklung und Hersteller differenzieren sich dann durch marktnahe Anpassung ihrer Lösung oder durch Spezialisierung auf bestimmte Gebiete. Dazu kommt, dass Sie mit einem Opel-Fahrwerk keinen Porsche bauen können.

GRENZEN WERDEN VORRANGIG VON DEN KOSTEN BESTIMMT. DANACH VON DER KREATIVITÄT DER HERSTELLER

Entscheidungen, die vor ein paar Jahren in der Software-Entwicklung getroffen wurden, können heute dazu führen, dass bestimmte Funktionalitäten nur mit extrem hohem Aufwand umgesetzt werden können. Da spielt es eine große Rolle, dass man als Anwender prüft, ob Schnittstellen, offene, dokumentierte Datenbanken und moderne Softwarearchitektur geboten werden.

Auch die Release^[8] Historie eines Software-Herstellers kann Aufschluss über die kundennahe Entwicklung eines Systems geben. Allerdings gibt es eben auch Wünsche oder Anforderungen, die so singular auf einen Kunden zutreffen, dass eine aufwändige Umsetzung des Herstellers entweder kostenpflichtig ist oder gar nicht angeboten wird.

Deshalb: Offene, dokumentierte Schnittstellen und flexible, moderne Software-Architektur, die es dem Kunden im Notfall ermöglichen selbst zu reagieren! Und, die Software-Anbieter

sind angehalten, klar Stellung zu beziehen, und auch mal einen Mitbewerber zu empfehlen, der im spezifischen Fall eine echte Lösung bietet.

SCOUT: Welche Rolle wird Windows als Basis von Customer Interaction^[9] Ihrer Meinung nach künftig spielen?

Berndt Walz: Windows oder Microsoft? Beides entscheidet am Ende der Anwender. Wobei Microsoft deutlich mehr Chancen hat als Windows. Das Web und webbasierte Applikationen sowie On-Demand-Applikationen und Cloud Computing^[10] werden vielfältiger und hier wird der Trend gemacht! Microsoft entwickelt in diese Richtung, wird sich aber deutlich mehr Mitbewerbern ausgesetzt sehen als bisher.

Browser^[11]-basierte Applikationen werden zunehmend so entwickelt, dass sie auf allen gängigen Browserplattformen betrieben werden können und damit Betriebssystem-unabhängig zum Einsatz kommen. Die technischen Möglichkeiten ohne Windows auszukommen sind vorhanden und Customer Interaction ist heute schon Web 2.0-basiert.

SCOUT: Heute denken wir das Internet wäre immer noch ein Medium, welches einen PC oder MAC voraussetzt. Zukunftsforscher behaupten, dass die Internetanbindung künftig weit über die EDV-Welt hinausgehen wird. So wird jeder Kühlschrank, Tisch, jede Haustür-Schließanlage oder das Hundehalsband einen Internetzugang haben. Welche Rolle spielen Software-Hersteller, wenn es künftig um MiniApps geht, die die Welt mobil machen?

Berndt Walz: Wie? Hat Ihr Kühlschrank noch kein Internet? Unsere Katzen haben einen Chip, mit dem ihnen der Zugang zum Haus ermöglicht wird. Die Zugangskontrolle über das Internet zu steuern ist eine Kleinigkeit. Hier stellt sich allerdings die Frage nach dem Nutzen und der ist relativ schnell erkennbar und geht gegen 0.

Apps in der mobilen Welt werden sich dort durchsetzen, wo der Nutzen klar erkennbar ist. Im Moment scheint die Entwicklung von Apps bei Software-Herstellern noch nach dem Prinzip Trial and Error zu funktionieren, da wir mitten in einem Hype sind und auch nutzlose Software-Apps Geld bringen.

In unserem Bereich, der Customer Interaction allerdings sehen wir einige nützliche Anwendungsbereiche, um den Kontakt zum Kunden zu erleichtern und den Service zu verbessern oder die Steuerung des Customer Service zu optimieren. Lösungen, die die ACD^[12] Steuerung über ein Smartphone^[13] zulassen oder aktuelle Statistiken über das Geschehen im Contact Center auswerten, können von Nutzen sein. Auch in der Außendienststeuerung über ein Contact Center und die Verteilung und Aus-

[5]: Merkmal, Funktionalität

[6]: Ware, Gebrauchsgegenstand, Artikel

[7]: spiegelt den kulturellen Geschmack einer großen Mehrheit wieder

[8]: (= herausgeben) einer Version einer Software

[9]: Customer Interaktion bezeichnet das wechselseitige Aufeinandereinfließen von Akteuren oder Systemen in Kundenbeziehungen und ist eng verknüpft mit den übergeordneten Begriffen Kommunikation, Handel und Arbeit.

[10]: ein Begriff aus der Informationstechnik

[11]: Spezielles Computerprogramm zum Betrachten von Webseiten

[12]: Automatic Call Distribution (ACD), automatische Anrufverteilung in Callcentern

[13]: vereint den Leistungsumfang eines Mobiltelefons mit dem eines Personal Digital Assistants (PDA)

wertung der relevanten Informationen an den Außendienst gibt es sinnvolle Lösungen.

UNSERE KATZEN HABEN EINEN CHIP, MIT DEM IHNEN DER ZUGANG ZUM HAUS ERMÖGLICHT WIRD

SCOUT: Wenn ich als Nicht-ITler heute eine Software in meinem Unternehmen implementiere, ist die Anforderung ja in der Regel die Bedienung der Schnittstellen, wie Telefon, Billing-Software^[14], Telematik^[15], Smartphones etc. Kommt Sand ins Getriebe, ist für den User schwer ersichtlich, welche Komponente gerade den Fehler produziert. Kaufe ich mir mit Software unweigerlich auch immer Supportleistungen?

Berndt Walz: Usability liegt im Trend, leider aber noch mehr oder weniger im Verborgenen, und gerade diesem Aspekt wird in unserem Markt noch viel zu wenig Beachtung geschenkt. Aber je besser die Software auf die Nutzer abgestimmt ist, desto weniger Supportleistung ist notwendig und dies kommt am Ende dem Anwender und dem Hersteller zugute.

In Applikationen mit großem Leistungsumfang und komplexen Strukturen ist die Supportleistung unerlässlich. Sie ist eine Beratungsleistung und sollte im Idealfall Produktionsausfälle verhindern, den Anwender effizienter machen und somit Kosten sparen. Der Eindruck, dass Supportleistungen eigentlich nur Geld kosten und keinen wirklichen Nutzen bringen entsteht meist dann, wenn der Hersteller seinen Beratungsauftrag nicht ernst nimmt.

SCOUT: Wie kann vermieden werden, dass bei der Fehleranalyse das Pingpong-Spiel der Verantwortlichkeiten wertvolle Zeit raubt?

Berndt Walz: Indem der Hersteller Verantwortung übernimmt, auch für Fehler, die ursprünglich möglicherweise nicht auf seinem Mist gewachsen sind. Serviceorientierung ist hier gefragt, denn wenn die Frage nach der Verantwortung erst einmal aus dem Weg geräumt wurde, kann man sich leichter auf die Suche nach den Ursachen machen. Zeitgewinn ist hier der Nutzen für beide Seiten! Und wenn am Ende eine klare Aussage zu treffen ist, braucht man nicht mehr zu spekulieren, sondern redet über Fakten. Leider gibt es auch Fälle, in denen ein Fehler nicht zweifelsfrei zuzuordnen ist. Auch hier steht die Fehlerbeseitigung im Vordergrund und am Ende kann im Rahmen einer partnerschaftlichen Kundenbeziehung festgestellt werden, dass der Fehler nun behoben ist.

Anwender und Hersteller müssen allerdings auch für klare Abläufe und Support Strukturen sorgen, die eine Fehleranalyse formalisieren und dokumentieren und der kompetenteste Anwender mit dem besten Supportmitarbeiter für das Problem sprechen. Das typische Pingpong-Spiel tritt meist dort auf, wo entweder Hersteller oder Anwender mit den Anforderungen

eines Systems überfordert sind. Hier überzeugen On-Demand/SaaS Angebote, die in kontrollierten, standardisierten Umgebungen laufen und damit leichter verwaltbar sind.

SCOUT: Welche Rolle spielt der aktuelle Hype um Social Media^[16] Networking in Bezug auf Dialog- und Kampagnensoftware?

Berndt Walz: Ich bin mir sicher, dass Social Media Networking ein Hype ist. So, wie jede andere Kommunikationsform es zu Beginn auch war. Der Hype produziert Hektik und Verwirrung und treibt sicherlich viele Blüten. Allerdings ist der Kommunikationskanal nicht mehr wegzudenken und somit bedarf es einer vorsichtigen, geplanten und durchdachten Strategie wie damit umzugehen ist. Schnellschüsse treffen eben nur manchmal.

Die Marktforschung nutzt Social Media Networking schon seit Jahren für ihre Marktbeobachtung und Analysen und entwickelt inzwischen fundierte Werkzeuge. Im Service Design und im Kommunikationsmanagement hingegen sind die Herangehensweisen noch unstrukturiert. Das wird sich schnell ändern und damit werden Callcenter und Unternehmen mit der Notwendigkeit konfrontiert, Software-Systeme zur Analyse und Steuerung von Social Media einzusetzen. Erste Ansätze gibt es bereits. Die entsprechenden Spezialsysteme sind am Markt und CRM- und Kampagnensoftware-Systeme bieten teilweise schon Schnittstellen zu Blogs, Twitter, Facebook etc.

SCOUT: Inwieweit werden IT-Hersteller auch als BPO^[17]-Berater in das Kampagnendesign involviert und inwieweit kann ich als Käufer sicher sein, dass der Verkauf von Modulen nicht im Vordergrund steht, sondern die kosteneffizienteste Lösung?

Berndt Walz: Partnerschaftlicher Ansatz, langfristige Kundenbeziehung, klare Anforderungen und Strukturierung der Anfragen. Und dann: Testen Testen Testen!

Die Einbeziehung von IT-Herstellern wird zu selten angefragt. Häufig sind Funktionen vorhanden aber nicht offensichtlich, sodass die Anwender nur auf den ihnen bekannten Pool an Funktionen zugreifen und Kampagnendesign dann unkreativ und unvollständig wird. Das schadet schlussendlich dem Software-Hersteller, da der Kunde sich unzufrieden äußert und bei anderen Herstellern möglicherweise die gesuchte Funktion aktiv angeboten bekommt. Fragt mich jemand nach Beratung im Bereich des Kampagnendesigns und ich kann mit unseren Systemen sinnvolle Lösungen bieten, freue ich mich und habe etwas zur Kundenbindung beigetragen. Aber natürlich leben wir nicht von der Freude allein! ■



Berndt Walz

Gesellschafter der sogedes GmbH

[14]: Rechnungsschreibung

[15]: (zusammengesetzt aus Telekommunikation und Informatik) ist eine Technologie, welche die Technologiebereiche Telekommunikation und die Informatik verknüpft.

[16]: Social Media (auch Soziale Medien) ist ein Schlagwort, unter dem Soziale Netzwerke und Netzgemeinschaften verstanden werden, die als Plattformen zum gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen dienen.

[17]: Business Process Outsourcing (BPO) ist eine Sonderform des Outsourcings und bezeichnet das Auslagern ganzer Geschäftsprozesse.