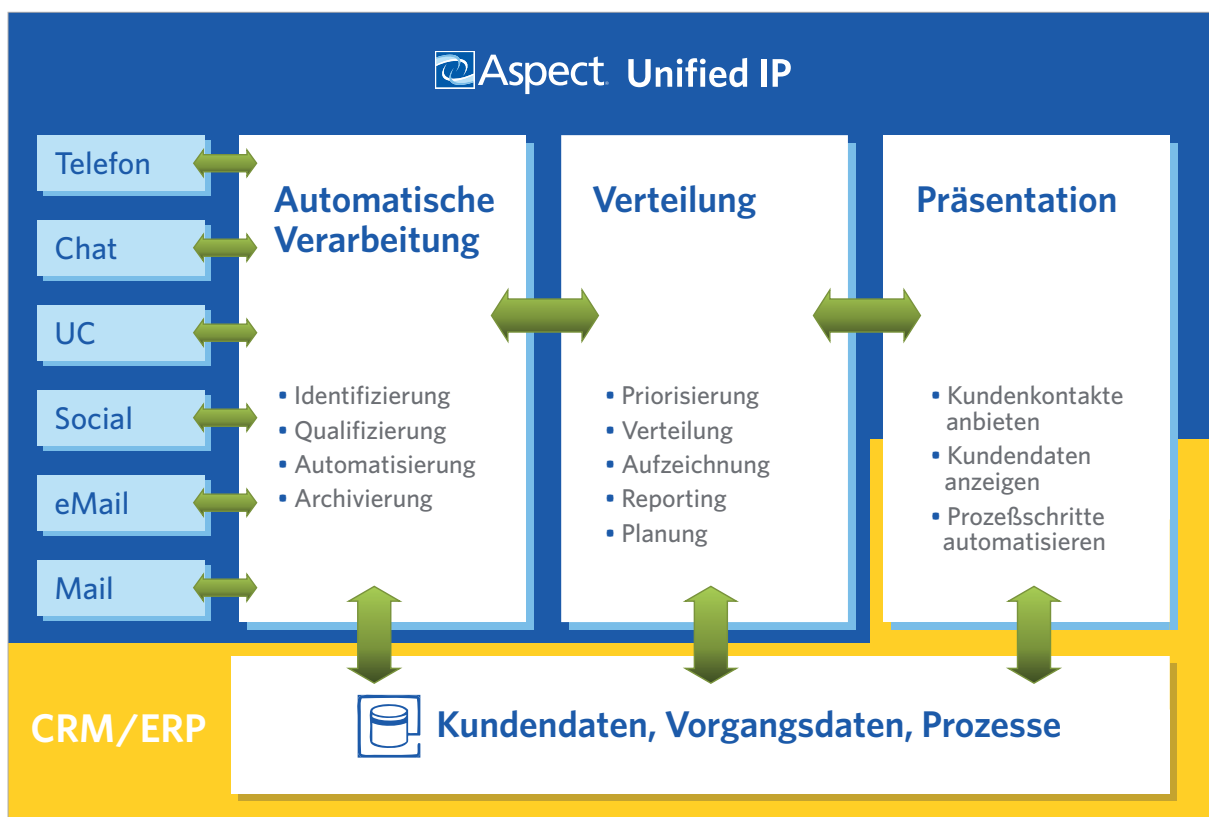


Die Gesetze der Kommunikation ...

... bestimmt immer noch der Kunde

Die Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden wird vom modernen Verbraucher neu definiert. Der Einsatz von „Web 2.0“-Tools und sozialer Kommunikation macht die Kunden zu den „Consumern 2.0“. Diese überaus machtvolle Gruppe beinhaltet jedes Alter und jeden Lebensstil. Ihre Erwartungen werden dank der dramatischen Fortschritte in Echtzeitkommunikation und Mobilität immer größer.

Die SCQUT-Redaktion sprach mit Uwe Witt, VP Sales, Mainland Europe bei Aspect, über Software-Lösungen der Zukunft.



ES GEHT IN UNSERER BRANCHE NICHT MEHR UM DEN „CALL“, SONDERN UM DEN „KONTAKT“.

SCQUT: Der klassische Callcenter-Agent wurde in Bezug auf Entscheidungskompetenz entmündigt und mit 7 Euro pro Stunde zum menschlichen Anrufbeantworter degradiert. Hat die Ausweitung der Kommunikationskanäle aus Ihrer Sicht wirkliche Relevanz für den menschlichen AB?

Witt: Uneingeschränktes „Ja“. Ob man von „Kunde 2.0“ oder „Social Consumer“ spricht – wir erleben einen kompletten Umbruch in den Kommunikationsgewohnheiten. Die Art und Weise, wie wir alle kommunizieren, hat sich deutlich verändert – wir führen unsere Dialoge über eine Vielzahl von Kanälen, wir „sprechen“ mit anderen Menschen und natürlich auch mit Unternehmen nicht mehr ausschließlich über das Telefon. Deshalb geht es in unserer Branche auch nicht mehr um den „Call“, sondern um den „Kontakt“. Der Kundenkontakt ist die Größe, mit der wir arbeiten und für Unternehmen ist es entscheidend, eine umfassende Kundenkontaktstrategie zu entwickeln, umzusetzen und permanent zu optimieren. Dabei müssen die Mitarbeiter und das System eine Vielzahl von Ressourcen dynamisch steuern, auf Veränderungen in Echtzeit reagieren. Agenten (7-Euro+) bedienen heute mehrere Kanäle, auch im Wechsel innerhalb eines laufenden Dialogs: Multikanal-Kommunikation in Echtzeit mit dem Kunden, nicht dem Call, im Zentrum.

Mit dem Fokus auf eine umfassende Kundenkontaktstrategie geht eine weitere Entwicklung einher – das Contact Center steht nicht mehr isoliert neben dem Unternehmen, sondern in engerer Verbindung mit ihm. Moderne Software-Lösungen für die abteilungs- und unternehmensübergreifende Zusammenarbeit, sogenannte Collaboration-Lösungen, ermöglichen es, auch Mitarbeiter im Unternehmen, beispielsweise Experten für bestimmte Themen, bei der Betreuung von Anfragen mit einzubeziehen.

Das Contact Center wird zu einem zentralen Bestandteil der Vertriebs- und Servicestrategie eines Unternehmens. Dadurch verändert sich das Berufsbild: Das Qualifikations- und Leistungsprofil der Mitarbeiter wächst, wir sprechen über eine ganz neue Wertigkeit der Arbeitsplätze. Moderne Technik und spannende, weniger eintönige Aufgaben tragen maßgeblich zur Steigerung der Motivation bei. Bei Arbeitgebern, die fordern und fördern, gibt es weniger Fluktuation.

Hingegen hat ein Contact Center, das seine Mitarbeiter nur als menschliche Anrufbeantworter einsetzt und womöglich auch so behandelt, keine Überlebenschance.

Das, was ein „menschlicher AB“ leisten kann, lässt sich in den meisten Fällen einfacher, für den Kunden komfortabler und für das Unternehmen kostengünstiger über andere Wege vermitteln – sei es durch eine Lösung für den automatischen Sprachdialog (IVR), ein Blog oder FAQ-Listen auf der Homepage.

SCQUT: Mit dem Telefonieren alleine ist es also nicht mehr getan. Wie führen Sie als Lösungsanbieter aus technischer Sicht die Mitarbeiter an die neuen Herausforderungen heran?

Witt: Übersichtlichkeit und Bedienbarkeit sind ganz wesentliche Kriterien. Desktop-Technologien, wie z. B. von Microsoft, werden eingesetzt, um Portal-Lösungen für die Agenten zu entwickeln, die ihnen Übersicht und Kontrolle leicht machen. Die Informationen, die der Agent für seine Arbeit im Zugriff braucht, ist ja enorm vielfältig – das reicht vom E-Mail-Eingang über die Verfügbarkeit von Experten, den Einblick in den eigenen aktuellen Leistungsstand, interne Nachrichten und sehr vieles mehr. Beim Einsatz von Qualitätsmanagement-Lösungen kommen weitere Informationen, wie beispielsweise individuell zugeschnittene Schulungsangebote, hinzu. Es geht darum, auf das Unternehmen angepasste Echtzeit-Informationen so zur Verfügung zu stellen, dass Agenten und Teamleiter bei ihren komplexen Aufgaben optimal unterstützt und motiviert werden.

Diese Unterstützung besteht bei Aspect aus drei Säulen: Individuell anpassbare Portaltechnik, komplett integriertes Performance Management und E-Learning sowie Echtzeit-Reporting über alle Kanäle mit entsprechenden Tipps und Tricks für die Optimierung.

SCQUT: Die Bedienung der Social-Media-Plattformen wird im privaten Umfeld nach aktuellen Studien über acht Stunden pro Woche praktiziert. Sind deutsche Unternehmen überhaupt schon so weit, dass auch hier eine Interaktion mit dem Kunden Sinn macht?

Witt: Gegenfrage: Macht es für ein Unternehmen Sinn, das zu liefern, was seine Kunden kaufen wollen?

Zwar sind Art und Umfang eines sinnvollen Social-Media-Engagements einzelfallabhängig, aber vom Grundsatz sollte Social Media Bestandteil eines Vertriebs- und Marketingkonzepts sein. Zurzeit ist das Social-Media-Engagement meiner Wahrnehmung nach allerdings noch überwiegend vom Marketing getrieben, was ich für viele Branchen schade finde. Bei allen Prophezeiungen über das absehbare Ende einzelner Netzwerke gibt es doch viele interessante Plattformen, die auch vertriebslich stärker genutzt werden könnten. Ich würde es begrüßen, wenn Unternehmen hier weniger abwarten und beobachten, sondern mehr handeln würden. Wer nicht wagt ...

SCQUT: Welche Tools gibt es am Markt, um Feedback aus dem WWW auswertbar zu machen und vor allem eine Response auf Produkt- oder Service-Kritik zu initiieren?

Witt: Es gibt mittlerweile eine recht große Auswahl an Monitoring-Tools, wobei unsere Contact-Center-Lösung nicht auf einen bestimmten Anbieter festgelegt ist. Bei der Auswahl muss natürlich auf die Integrationsfähigkeit mit der Software geachtet werden.

Monitoring-Tools können aber nur helfen, unbekannte Schwachstellen aufzudecken; sie sind EIN Baustein.

Entscheidend ist die Einbettung in den Gesamtkontext, denn letztlich stellt Social Media einen neuen Kanal für den Dialog mit Kunden dar. Das, was über diesen Kanal getan wird, muss mit der Gesamtstrategie übereinstimmen. Das heißt, dass dem Schritt „Beobachten“ die Vorbereitung folgt. Dazu gehört es, neben dem Einsatz entsprechender Technologien, auch den richtigen Skill-Level zur richtigen Zeit verfügbar zu haben. Dann sind Sie vorbereitet, um in Social Media aktiv zu werden: Die Bearbeitung des Social-Media-Kanals wird Bestandteil der täglichen Kundenservice-Aktivitäten. Und wie für alle anderen Kanäle sollten KPI etabliert und gemessen werden, um die Effektivität zu bewerten und Ansatzpunkte für Verbesserungsmaßnahmen zu finden.

SCQUT: Aspect ist zum sechsten Mal in Folge auf der Liste der 500 weltweit größten Software-Unternehmen vertreten. Wie nutzt ein großes Unternehmen wie Aspect „Web 2.0“- und „Unified Communications“-Technologien?

Witt: Zum einen setzen wir natürlich auch selbst unsere eigenen

Software-Lösungen, zum Beispiel im Support, ein. Zudem „leben“ wir Unified Communications bereits seit einigen Jahren unternehmensweit – zuerst auf „Microsoft OCS¹“, dann als eines der ersten Unternehmen weltweit auf Lync-Basis. Alle Aspect-Mitarbeiter nutzen Lync mit seinen Collaboration-Funktionalitäten für die Sprachkommunikation, Audio- und Webkonferenzen, Instant Messaging (IM)² und Präsenz. Wir profitieren so vom Austausch und der Echtzeitkommunikation mit Kollegen, Partnern und Kunden, sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens. Keiner von uns kann sich heute mehr vorstellen, ohne diese Technik zu arbeiten!

Auch das Web 2.0 verändert natürlich die Art und Weise, wie wir mit unseren Kunden und Partnern kommunizieren. Beispielsweise führen wir Web-Konferenzen durch und es gibt eine Online-Präsenz der Aspect Software User Group Association. Außerdem betreiben wir die englischsprachige UC World Community, eine Webseite, die sich mit dem Thema Unified Communications in all seinen Facetten befasst. Auf www.ucworld.com gibt es neben Vorträgen und Blogs

auch die Möglichkeit, Experten und Anwender zu kontaktieren und in einem Forum zu diskutieren – alles klassische „Web 2.0“-Techniken.

SCQUT: Woher stammen Innovationen, die Ihre Entwickler umsetzen, um Software zu programmieren?

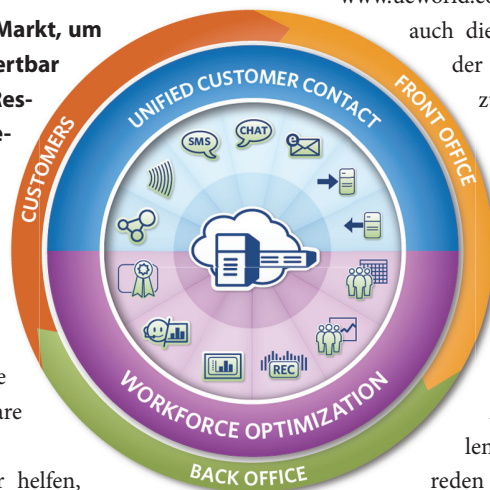
Witt: Natürlich verfolgen wir den Markt und seine Trends sehr genau. Zu den wichtigsten Impulsgebern zählen unsere Kunden und Partner – wir reden mit unseren Kunden, hören zu, diskutieren und greifen vieles bei Weiter- und Neuentwicklungen auf.

So wurde beispielsweise auf unserer letzten europäischen Partnerkonferenz diesen Oktober in Rom über die Hälfte der Zeit aktiv von unseren Partnern gestaltet – Projektberichte, Learnings, regionale Anforderungen etc. Alles Input für unser Produktmanagement!

Im Rahmen unserer Microsoft-Allianz verfolgen wir auch die Entwicklung gemeinsamer Produkte und Architekturen. Innovation bedeutet für uns neben der Entwicklung neuer Funktionen und Features auch die permanente Optimierung, insbesondere im Hinblick auf Benutzerfreundlichkeit („usability“) und Stabilität.

SCQUT: Welche Rolle spielt MS SharePoint³ aus Ihrer Sicht heute und welche in der Zukunft?

Witt: Aus unserer Sicht zählt MS SharePoint zu den



1: Microsoft Office Communications Server (heute auch Lync Server) ist eine Echtzeit-Serveranwendung für die Unternehmenskommunikation.

2: Sofortige Nachrichtenübermittlung. Eine Kommunikationsmethode, bei der sich zwei oder mehr Teilnehmer per Textnachrichten unterhalten (chatten).

3: Verbund von Software-Produkten der Firma Microsoft



innovativsten Technologien. Mit individuellen Portal-Lösungen, wie sie mit SharePoint umgesetzt werden können, wird produktives Arbeiten messbar und nachhaltig gefördert. Bei SharePoint liegt der Aspect-Vorteil in der engen Integration mit Microsoft: Jeder Mitarbeiter im Unternehmen und jeder Kanal kann einbezogen werden. SharePoint als Basis für ein Agenten- und Teamleiter-orientiertes Portal ist ein „One Stop Shop“⁴ für Kollaboration, Produktivität und Analysen.

Ein Portal hilft Agenten dabei, effektiver zu arbeiten und bietet Teamleitern eine zentralisierte Kommunikationsplattform zur Steuerung der Aktivitäten. Über Portale können sie über eine Oberfläche schnell auf Informationen aus ganz unterschiedlichen Quellen zugreifen. Datenbanken, Statistiken, Wikis, die Verfügbarkeit von Experten – je nach unternehmensspezifischen Anforderungen.

SCQUT: Wenn Sie eine Entscheidung treffen müssten, für welche Sparte Sie mehr Geld in die Entwicklung stecken – welche Branche wäre Ihr Favorit?

Witt: Für den horizontalen Contact-Center-Markt sehe ich keinen speziellen vertikalen Marktplatz als Favoriten.

Für uns wesentlich ist eher eine andere Entwicklung, die wir jetzt bzw. in absehbarer Zukunft erleben werden: Contact-Center-Funktionalitäten werden verstärkt in Unternehmen selbst Einzug halten. Denn Unternehmen, die den Kundenkontakt als entscheidenden Faktor für ihren Erfolg ernst nehmen, müssen das Thema Kundenkommunikation auch in das Unternehmen bringen – und hier professionell zu agieren setzt voraus, dass Funktionalitäten aus solchen Lösungen eingesetzt werden, die sich im Contact Center bewährt haben.

SCQUT: Welche Rolle spielt die Personaleinsatzplanung bei der Gestaltung des Kundenkontakts der „Neuen Generation“?

Witt: Integration im Contact Center bringt operative und wirtschaftliche Vorteile. Warum sollte man die Mitarbeiterplanung außen vor lassen? Die Vorteile einer komplett integrierten Lösung drängen sich ja geradezu auf – keine gesonderten Schnittstellen, keine Brüche in der Administration oder im Reporting.

Dynamik ist hier das Schlüsselwort für die „Neue Generation“ – heute geht alles sehr viel schneller. Sie müssen in Echtzeit reagieren, Regeln anpassen, umdisponieren. Das ist nur dann von Erfolg gekrönt, wenn Sie Ihre Workforce entsprechend nahtlos mitsteuern können.

Das Zusammenspiel einer guten, umfassend integrierten Contact-Center-Software und eines passenden WFO-Systems ist im Kundenkontakt der Neuen Generation von fundamentaler Bedeutung für die Gesamtleistung. ■

4: In der Wirtschaft wie auch in der öffentlichen Verwaltung alle notwendigen bürokratischen Schritte, um ein Ziel von einer einzigen Stelle aus umzusetzen.



Uwe Witt

VP Sales Mainland Europe, Aspect



Wir bringen Sie auf
den richtigen Weg!

Internet Marketing

- Gute Kunden gewinnen
- Gezielte Reichweite im Internet
- Sehen, wo jeder Euro hingeh
- Den Wettbewerb im Griff

Jetzt Kontakt aufnehmen

www.ranking-check.de

+49 (0)221 165 379 50

kontakt@ranking-check.de

