

Servicehotline via SaaS beim Telefonprovider oder volle Kostenkontrolle bei mehr Lei(s)tung

Entscheider entdecken eine neue Art der Kundenkommunikation – Dienste im Netz

Von Detlev Artelt, Berater für Unified Communications und Herausgeber der Fachbuchreihe voice compass

Der erste Kontakt zum Kunden geschieht häufig per Telefon. Um diese Kommunikation sicherzustellen ist es bisher üblich, die Gespräche mit dem Kunden im eigenen Hause abzuwickeln. Hierzu wird die hausinterne Telefonanlage genutzt, die - um diverse Funktionen erweitert - den Zugriff auf neue Services oder einen effizienteren Ablauf ermöglicht. Beispielsweise kann eine firmeneigene Anruferverteilung (ACD - Automatic Call Distribution) die Anrufe sinnvoll und nach bestimmten Regeln auf alle Mitarbeiter verteilen. Später folgt möglicherweise ein Sprachcomputer (IVR - Interactive Voice Response), der dem Anrufer die ersten Möglichkeiten zur „Selbstbedienung“ am Telefon bietet. Dann ist auch eine Wahlhilfe bzw. CTI-Integration nicht mehr weit, die dem Mitarbeiter das Anwählen eines Kontakts aus der Datenbank ermöglicht. Gleichzeitig werden durch die CTI-Lösung die ankommenden Anrufe nicht mit der Rufnummer, sondern mit dem Namen des Kunden oder der Firma visualisiert.

Ein steiniger Weg

Dieser Weg verschiedener „Leistungs-Upgrades“ ist jedoch oftmals steinig. Die Hersteller von Telefonanlagen



Detlev Artelt ist Geschäftsführer der aixvox GmbH in Aachen und namhafter Autor verschiedener Fachbeiträge und Marktstudien auf dem Gebiet datenbankgestützter Computersprachsysteme in Verbindung mit Spracherkennung und -synthese.

Detlev Artelt ist ebenfalls der Herausgeber der Fachbuchreihe „voice compass“, dem Compendium über den Markt der Sprachautomation.

Dieses Werk gliedert erstmalig alle relevanten Anbieter in logische Bereiche und hilft dem Entscheider, diese Technologie, den Nutzen und den Markt zu verstehen. Zudem gibt der voice compass wertvolle Tipps zur Nutzung von Sprachanwendungen jeglicher Art in Unternehmen.

Er leitet zudem den Arbeitskreis Unified Communication des eco Verbandes und weitere Gremien und Foren im Internet. Ebenfalls ist er ein gern gesehener Redner auf vielen Kongressen und Messen.

müssen jede neue Funktion, besonders die Servicehotline, mit viel Aufwand und Kosten integrieren, was zudem selten kurzfristig innerhalb einiger Tage zu realisieren ist. Das schränkt Flexibilität und zumeist auch die Qualität der Kundenkommunikation ein. Doch welche Alternativen sind heutzutage denkbar?

Aktuelle Einsatzbereiche

Heute muss die Kommunikationstechnik nicht mehr im eigenen Unternehmen angeschlossen, sondern kann auch kostengünstig, sicherer und umfassender über eine Internetoberfläche bei einem Anbieter eines Carrier Netz-

werks betrieben werden. Dieser Ansatz erlaubt einen größeren Funktionsumfang bei deutlich weniger Aufwand und verspricht zudem geringere Kosten. Analog zum Webserver, der sich in aller Regel in einem externen Rechenzentrum befindet, wird auch die Telekommunikationstechnik zum Provider verschoben. Nur die Gespräche der Mitarbeiter werden via Telefon über ISDN oder VoIP in das Unternehmen geleitet. Viele Call Center, die durch permanenten Kostendruck getrieben sind, nutzen diesen Ansatz bereits. Doch auch im Bereich der mittelständigen

schen Unternehmen wird nach effizienteren Ansätzen zur Kommunikation gesucht – „Software as a Service“, abgekürzt SaaS, kann in diesem Kontext eine Lösung darstellen. SaaS bedeutet, dass nicht wie bislang eine Hardware angeschafft, sondern eine Lösung bei einem Provider gemietet wird. Die Software wird dabei als Dienst nur für den Zeitraum der geplanten Nutzung in Anspruch genommen. So lassen sich neue Projekte schnell und effektiv bei einem Provider realisieren, ohne dass dazu Server und zusätzliche Telefonleitungen neben der bestehenden Telefonanlage gekauft oder gemietet werden müssen. Diese Kunden-Kommunikationslösungen bieten in den meisten Fällen die aktuellste Technik und weitaus umfassendere Funktionen für Kundenservice und -kommunikation als die hausinterne Umsetzung. Der Provider bietet seine Applikationen vielen verschiedenen Unternehmen an und arbeitet in der Regel sehr eng mit dem Softwarehersteller der SaaS-Technik zusammen. Dies stellt einen weiteren Vorteil dar und bildet die Grundlage zur Einrichtung einer Service Hotline.

Neue Mehrwertdienste

Zusätzlich können weitere Dienste zur Kundenkommunikation eingesetzt werden, ohne eine eigene Weiterentwicklung vorzunehmen. Ziel ist es hierbei, gute Erreichbarkeit ohne oder nur mit geringen Wartezeiten sowie günstige Servicrufnummern und eine klare Kostenkontrolle zu erreichen.

In der Praxis zeigt sich schon heute, was innovative Unternehmen längst erkannt haben: dass Kundenbindung über den wichtigsten Kommunikationskanal, das Telefon, eine extrem wichtige Rolle spielt. Diese Unternehmen sind bemüht, möglichst einen Service rund um die Uhr anzubieten, mit verteilt arbeitenden Mitarbeitern zu agieren und durch den gezielten Einsatz der modernen Technik einen deutlich verbesserten Kundenservice zu erreichen. Dieser Einsatz der Servicehotline via SaaS wirkt sich somit langfristig positiv auf die Kundenbindung aus.

Die im Folgenden beschriebene SaaS-Lösung bietet die technische Voraussetzung, um die genannten Ziele zu erreichen. Der beschriebene altbekannte Weg, aus der bestehenden Telefonanlage durch Erweiterung mit vielen weiteren Bausteinen eine komfortable Lösung zu schaffen, bedeutet dagegen oftmals Integration, Wartung sowie Weiterentwicklung, die sehr kostspielig und meist langwierig sind.

Beispiel einer komfortablen und innovativen Lösung

Die Firma SNT Multiconnect konzipiert als TK-Netzbetreiber Vertriebs-, Marketing- und Kundenbindungslösungen auf Basis von Servicernummern in Verbindung mit intelligenten, multichannelfähigen Telefonmehrwertdiensten, setzt diese um und hat mit einem

Multichannel-Mehrwertdienste

In der modernen Kommunikation stehen Unternehmen neue Kanäle (Channel) zur Verfügung, um Werbung zu platzieren, Service-dienste zu optimieren und innovative Vertriebswege zu erschließen. Multichannelstrategien können verschiedene Kommunikationswege eröffnen um beispielsweise den Kundenservice zu verbessern.

Die Basis von Multichannel-Mehrwertdiensten bildet der Anspruch des Kunden, unabhängiger von wenigen festgelegten Kontaktwegen zu werden. Dies wird durch die Kombination verschiedener moderner Kommunikationswege erreicht. Im Rahmen der Kommunikationsdienstleistung können bspw. klassische Telefonie-Mehrwertdienste um Fax, E-Mail, Web-Chat, Video oder SMS erweitert werden. Dies bietet dem Kunden größtmöglichen Servicekomfort.

Multichannel-Mehrwertdienste ermöglichen inhalts-gerechte Kommunikation und erhöhte Mobilität. Es werden Synergieeffekte von sprachlich übermittelten Informationen (persönliche Kundenberatung) und schriftlich fixierten Informationen genutzt. So erhält bspw. ein Anrufer, unabhängig von seinem Aufenthaltsort, via On-Demand Dienst, wahlweise per Fax, SMS oder E-Mail, Informationen zugesandt.

Die besondere Attraktivität der Multichannel-Strategie besteht für den Kunden in der Unabhängigkeit von Servicezeiten sowie in der Individualität und Flexibilität der Leistung. Die Präsenz in neuen Medien (Internet) ermöglicht es darüber hinaus, neue Zielgruppen anzusprechen ohne Stammkunden zu verlieren, da die traditionellen Kommunikationskanäle aufrecht erhalten bleiben. Die Realisierung einer Multichannelstrategie kann somit einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil darstellen.

kompetenten Expertenteam eine Lösung realisiert, die es jedem Unternehmen ermöglicht, einen Teil der Kundenkommunikation komfortabel

im Netz abzuwickeln. Dieser Ansatz ist nicht brandneu, jedoch macht die Nutzung von Standards in der zugrunde liegenden Struktur die Lösung sehr flexibel und somit an individuelle Bedürfnisse anpassbar. Als Grundlage findet das Produkt „Carrier Service Factory“ des Schweizer Unternehmens Convercom Verwendung. Dieses ermöglicht die Verwaltung des Kundendialoges unmittelbar im Telefonnetzwerk des Carriers, in diesem Fall der SNT Multiconnect selbst. Die Carrier Service Factory basiert auf einem Werkzeugkasten, der sich durch eine effektive und intuitive grafische Bedienoberfläche mit Building-Blocks für die Entwicklung von Mehrwertdiensten auszeichnet. Dies gepaart mit der Multichannel-Kommunikation von Envoy, die Protokollunabhängigkeit (SS7 und SIP) und offene Schnittstellen bietet, ermöglicht die effiziente Umsetzung jedes Kundenwunsches. Unternehmen werden so in die Lage versetzt, den Dialogablauf jederzeit selbst zu beeinflussen oder auch komplett zu verändern.

Multichannel Plattform

Die Lösung nutzt die etablierte Telefonie-Plattform des amerikanischen Herstellers Envoy. Diese stellt eine enorme Anzahl Funktionen zur Verfügung und bietet durch die Produktreife von mehr als 12 Jahren eine extrem solide Basis. Der Nutzer kann auf allen verfügbaren Kommunikationskanälen (Multichannel – siehe Infobox) einen Kundendialog aufbauen - unabhängig davon, ob Telefon, Fax, E-Mail, Web,

Video oder Sprachtechnologie zum Einsatz kommen. Zusätzlich werden die wirtschaftlichen Vorteile des Carrier-Telefonieprotokolls durch eine spezifische Integration von Envoy gezielt genutzt.

Die Sicht des Service-Provider

„Die einzigartige Integration der Multichannel-Kommunikation ermöglicht uns Mehrwertdienste der neuen Generation. Wir können jeden Kundenwunsch effizient und in einheitlicher Umgebung umsetzen. Auch bei neuen gesetzlichen Anforderungen sind wir ganz vorn. Regulatorische Vorschriften wie kostenlose Warteschleife und Kampagnen-bezogene Anzeige der A-Rufnummer für Outbound stellen andere Carrier vor technische Probleme. SNT Multiconnect bietet diese Lösungen bereits jetzt mit großem Marktvorsprung an.“ sagt Oliver Kröpsch, Leiter Vertrieb Service-Rufnummern und telefonische Mehrwertlösungen bei SNT Multiconnect.

Die Vorteile

Der Ansatz, eine Servicehotline als Dienst bei einem Provider zu betreiben ist seit einiger Zeit bekannt. Oftmals bieten solche Systeme jedoch nur sehr begrenzte Anpassungsoptionen und Funktionen. Der in der SNT-Lösung gezeigte Mehrwert an Funktionen sowie die daraus resultierenden Möglichkeiten der Kommunikation bieten eine deutlich leistungsfähigere und flexiblere Kundenkommunikation am Telefon. Ein

solcher Dienst muss grundsätzlich nur bezahlt werden, wenn er tatsächlich von den Kunden genutzt wird und bietet so nicht nur KMUs, sondern auch größeren Unternehmen eine sehr gute Plattform. Die Möglichkeit, den Dialogaufbau oder die Zielrufnummern des Service selbst zu verändern, eröffnet ungeahnte Freiheiten bei der Nutzung und ermöglicht eine kurzfristige Reaktion ohne die Notwendigkeit, den Provider zu involvieren. Dies spart weitere Kosten bei der Aktualisierung und bringt parallel einen deutlichen Zeitvorteil, da Aktualisierungen zeitnah vom eigenen Team realisiert werden können.

Im deutschsprachigen Raum bieten verschiedene Provider Plattformen zur Nutzung einer Service Hotline an. Bei der Prüfung empfiehlt sich immer ein genauerer Blick hinter die Kulissen. Dabei stellt sich als Erstes die Frage, ob der Serviceprovider wirklich über eine voll integrierte Multichannel-Umgebung verfügt, mit der sich jeder Kundenwunsch flexibel umsetzen lässt. Und zudem lässt sich nur, wenn sie alle potentiell entstehenden Kosten, wie z.B. auch die Kosten der Weiterleitung, erfassen, eine verlässliche Kalkulation aufstellen.

Fazit

Grundsätzlich bietet eine als „Software as a Service“ (SaaS) realisierte Service Hotline deutliche Vorteile. Es kommen Funktionen, die

sonst nur im Carrier Netz vorhanden sind – etwa kostenlose Warteschleifen oder die 24/7-Verfügbarkeit einer vom Provider gewarteten und überwachten Kommunikation – zu akzeptablen Preisen in die Hände von mittelständischen und kleinen Unternehmen wie auch Call Centern. Nutzer des Services sind dankbar für die kostenlose Wartezeit an der Hotline und ein weiterer Schritt in Richtung höhere Kundenzufriedenheit ist getan. Dies gilt auch für Self-Service Systeme,

die Unternehmen eine Automatisierung im Bereich Kunden-Self-Service ermöglichen.

Die Tatsache, dass Veränderungen an der Service Hotline via Webschnittstelle schnell und effektiv selbst vorzunehmen sind, bringt einen immensen Zeit- und Aktivitätsvorteil für Unternehmen.

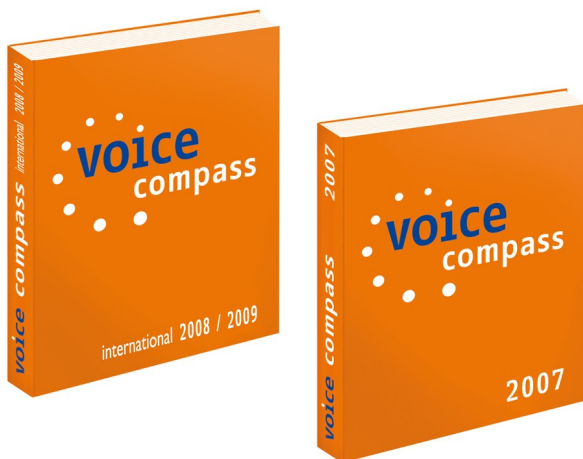
Das Telefon ist und bleibt die wichtigste Kundenkommuni-

kationsschnittstelle. Durch die Nutzung einer Hotline via SaaS wird dem Betreiber dieser Hotline der Funktionsumfang geboten, mit dem er eine hoch verfügbare und wirklich flexible Lösung zur Kundenbindung schaffen kann.

Eine Übersicht der Service Provider finden Sie unter anderem in dem Werk „voice compass“, das diesem Thema ein ausführliches Kapitel widmet.

Weiterführende Links:

SNT Multiconnect www.snt-multiconnect.de
ENVOX www.envox.com
Convercom www.convercom.com
voice compass www.voice-compass.com



Über den voice compass

Das internationale Jahrbuch und Kompendium voice compass erklärt in leicht verständlichen Worten die heutigen Möglichkeiten von Sprachautomation und Sprachapplikationen für Unternehmen und den Kundenservice. Auf 650 Seiten haben Detlev Artelt und sein Team alle Technologien entmystifiziert, nennen die relevanten Hersteller und geben klare Empfehlungen zum Einsatz von Sprachanwendungen. Der einmalige Mix aus Marktstudie, Beraterwissen, Herstellerübersicht und den verschiedenen Basisberechnungen macht den voice compass zu einem Standardwerk, das auf dem Schreibtisch jeden Entscheiders stehen sollte.

Weitere Informationen und Online-Bestellung unter www.voice-compass.com/kaufen