

INNOVATIVE TECHNOLOGIE IM VIRTUELLEN CONTACTCENTER

Thomas Spaar

COLLABORATION In einem virtuellen Contactcenter werden Mitarbeiter und Abteilungen mit unterschiedlichem Wissen über Organisationsgrenzen und Standorte hinweg zu einem Team zusammengefasst. Daraus entsteht eine kompetente Gruppe von Experten, die als eine Einheit auftritt.

Diese Experten und ihre Kunden nutzen zukünftig gemeinsame Webtools, mit denen sie Wissen teilen und Prozesse zusammen abwickeln können. Eine neue Generation von Collaborative Browsing verbindet die Kanäle Telefon und Internet und gibt uns damit ein neues Werkzeug in die Hand, um den Kunden noch umfassender bedienen zu können.

Auswertungen in heutigen Contactcenter zeigen, dass die verschiedenen Teams eine unterschiedlich hohe Auslastung haben. Gleichzeitig besitzen diejenigen Teams mit niedriger Auslastung oft die geforderten Skills, um die anderen Teams zu entlasten. Alle an einem Serviceprozess beteiligten Mitarbeiter werden dem virtuellen Contactcenter den Skills entsprechend zugeordnet. So erreichen wir eine Ausdehnung des Virtual-Contactcenters und zum Beispiel Verkauf oder Produktmanagement werden in den Prozess integriert. Der Kunde bekommt also in jedem Fall eine kompetente Antwort. Gleichzeitig können die Mitarbeiter viel besser ausgelastet werden. Durch die Ausweitung des Contactcenters mittels Virtualisierung werden eine kürzere Antwortzeit und ein höherer Bedienungsgrad erzielt.

Informiert sich ein Kunde im Internetauftritt der Firma über Produkte und Dienstleistungen kann er sich bei Fragen über die angebotenen Kanäle an die Firma wenden. Gleichzeitig loggen sich Agent und Kunde auf der mit Collaborative Browsing ausgerüsteten Internetseite ein. Beide können sich nun mit ihrer Maus auf der Seite bewegen und der Gesprächspartner kann die Bewegungen des anderen verfolgen. So entsteht eine Atmosphäre zwischen Kunde und Berater, als ob sie am selben Tisch sitzen würden. Jede Frage wird visuell im Web und gleichzeitig im Gespräch beantwortet, Supportfälle werden umfassend und rasch gelöst, Verkaufsabschlüsse werden direkt am Bildschirm abgewickelt.

«Digital Channel Transformation»

Die meisten Branchen werden mit dem unaufhaltsamen Siegeszug des Internets ihre Geschäftsmodelle «digitalisieren» müssen. IBM spricht dabei von einer «Digital



Channel Transformation», was nichts anderes heisst, als dass jedes Unternehmen eine Geschäftsstrategie fürs Internetzeitalter braucht, die es ihm erlaubt, in dieser neuen Ära Kundenerwartungen und -erlebnisse besser zu erfüllen und im Internet neue Wachstumsfelder zu realisieren. In dieser Welt muss der für ein Kundenbedürfnis kompetenteste Berater in Verbindung mit dem Webkanal den Kunden umfassend zufriedenstellen können. Denn eines ist im digitalen Geschäftsmodell der Schlüssel zum Erfolg: eine möglichst hohe Conversion Rate. Es gilt die Besucher oder Anrufer im ersten Anlauf zufriedenzustellen und nicht an die Konkurrenz zu verlieren. Mit dem Einsatz von Collaborative Browsing im virtuellen Contactcenter erreichen wir eine neue Stufe in der Entwicklung der Contactcenter. Der Nutzen für den Kunden ist vielfältig. Er wird bei Serviceanfragen in viel kürzerer Zeit seine Fragen kompetent beantwortet bekommen. Verkaufsgespräche werden zu interaktiven Sitzungen, in denen der Kunden die Produkte direkt vor Augen sehen kann. ■

Thomas Spaar ist Practice Leader CRM und Customer Service bei YukonDaylight AG – Business Architects