

❖ WEB SELF-SERVICES – WENN DIE KUNDEN DIE ARBEIT SELBST ERLEDIGEN

Der Begriff «Web Self-Services» erlebt dieser Tage eine Hochkonjunktur. Experten und Exponenten namhafter Unternehmen diskutieren den Begriff und die entsprechenden praktischen Anwendungen dazu intensiv.

Doch was versteht man unter «Web Self-Services»? Eigentlich könnte man das Internet als globaler Web Self-Service bezeichnen. Denn jedes im Web präsentierte Unternehmen oder jeder Anbieter eines Produktes oder einer Dienstleistung stellt Informationen über das Internet zur Verfügung. Jene Unternehmen, welche die Nutzung oder Ausführung einer spezifischen Onlinedienstleistung bewusst an seine Kunden delegieren, kann man als Anbieter von Web Self-Services bezeichnen. Wichtig dabei ist, dass die eigentliche betriebliche Prozesslandschaft

zwar vom Kunden genutzt, aber immer vom Unternehmen selbst betrieben und dem Kunden lediglich zur Nutzung zu Verfügung gestellt wird. Das wohl bekannteste Beispiel hierfür ist das Online Banking, das heute praktisch alle Banken ihren Kunden anbieten. Hier integrieren die Banken die Kunden in die Abwicklung der Transaktionsprozesse und delegieren die früher von ihnen selbst verrichtete Arbeit, zum Beispiel jene der Zahlungsabwicklung, an die Kunden. Web Self-Services sollte dem Kunden aber immer die Möglichkeit bieten, über direkte Kontakt-

aufnahme (Telefon oder persönlicher Besuch) die Erledigung seiner Bedürfnisse wieder an das Unternehmen zu delegieren. Diese optionale Nutzung von Web Self-Services und anderen Interaktionskanälen nennt man Multi-Channeling.

Web Self-Services sind also elektronische Dienstleistungen, die von Unternehmen bereitgestellt werden, um von Kunden und Interessenten über das Medium Web eigenständig und zeitunabhängig genutzt zu werden. Eine persönliche und direkte Interaktion mit einem Mitarbeiter des Unternehmens braucht nicht mehr stattzufinden. Diese Dienste sind für den Kunden einfach zu konsumieren und für das Unternehmen kostengünstig zu produzieren. Man spricht in diesem Kontext von Self-Service Effekten. Diese lassen sich erzielen, wenn Prozesse für die Nutzung von Unternehmens-Services an den Kunden ausgelagert werden, für die innerhalb des Unternehmens keine menschliche Intervention mehr notwendig ist. Positive Self-Service Effekte lassen sich dann erzielen, wenn der Kunde damit einen zeitunabhängigen, einfachen und schnellen Zugang zu einer gewünschten Dienstleistung erhält und das Unternehmen damit gleichzeitig Zeit und Geld spart. Doch nicht jede Dienstleistung ist dafür geeignet.

Everytime, everywhere

Welches sind die Merkmale von Dienstleistungen, die für Web Self-Services prädestiniert sind? Die Services müssen erstens digitalisierbar sein. Es versteht sich von selbst, dass sich die Dienstleistung eines Haarschnitts oder eines Zahnarztbesuchs nicht eignet. Zweitens sollten sie häufig nachgefragt werden. Und zu guter Letzt sollten sie einen Komplexitätsgrad aufweisen, der über einen Webbrowser handhabbar gemacht werden kann. Ideal

«Web Self Services» – Was muss ich beachten?

- Einfacher und gezielter Zugang zu den richtigen Informationen
- Hohe Verfügbarkeit rund um die Uhr
- Qualität des Services (Aktualität, Komplexität, Kompetenz, Referenzierung auf weiterführende bzw. verwandte Services)
- Einsatz von intelligenten Systemen, die Anliegen interpretieren können
- Sammeln von CRM-Daten, um einen personalisierten Service sicherzustellen sowie Cross- up-Selling Potenzial zu erschließen
- Integration des »Web Self Services“ in weitere Verkaufs- und Servicekanäle
- Institutionalisierte Kontroll- und Auswertungsmöglichkeit
- Möglichkeit zum Kanalwechsel und für Feedback (Bewertung)

«Web Self Services» – was bringt?

- Erhöhung der Transparenz sowie der Effizienz in der Geschäftsbeziehung, indem der Kunde in die Erstellung des Prozesses integriert wird

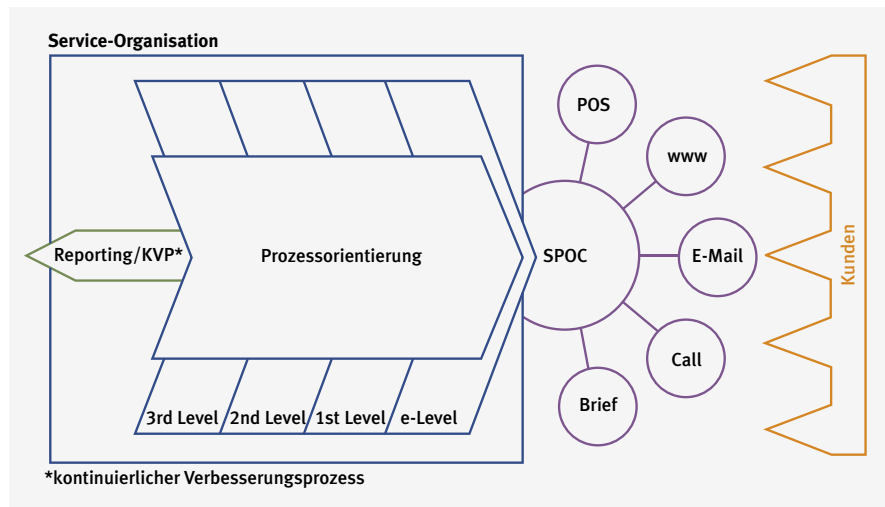
- Durch Integration wird aus einem passivem Kunden ein aktiver Partner
- Rund-um-Betreuung wird durch «Web Self Services» ergänzt
- Die Daten aus der Nutzungsauswertung liefern die Basis für Marketingaktionen und zur Innovation von Produkten und Dienstleistungen
- Vollautomatisierte Bearbeitung von Anfragen, Mutationen und Bestellungen
- Kostensenkung (laut Forrester Research kostet eine Anfrage über «Web Self Services» 1 Dollar, wohingegen eine über E-Mail mit 10 Dollar und ein Telefonanruf mit 33 Dollar zu Buche schlägt)
- Entlastung der Kundenbetreuer von Routineaufgaben
- Steigerung der Kundenzufriedenheit durch das Angebot eines zusätzlichen Kommunikationskanals
- Stärkung der Kundenbindung
- Möglichkeiten zur Umsatzsteigerung
- Steigerung der Produktivität, da Anfragen und Problemstellungen digital eintreffen und damit medienbruchfrei bearbeitet werden können

für Web Self-Services geeignet sind Angaben über Produkte und Dienstleistungen, Informationen über Produktverfügbarkeiten und deren Bestellmöglichkeiten, Lieferbestätigungen, Liefertermine, Buchungen, Schadenmeldungen, Frachtfollow-up, Helps zu Produktkonfigurationen und Versionen sowie Frequently Asked Questions (FAQ).

Web Self-Services kann man nicht nur Kunden, sondern auch Mitarbeitenden von Unternehmen anbieten. Viele Unternehmen bieten ihren Mitarbeitenden im Intranet Web Self-Services rund um HR-Fragen an. Da können die Angestellten ihre Fragen wie zum Beispiel: «Wie viele Tage Urlaub kann ich beziehen, wenn meine Frau ein Kind bekommt?» beantwortet haben und gleichzeitig dazu einen Urlaubsantrag stellen.

Die Art der Anwendungen reichen von einfachen Informationssystemen, die sich meist anonym nutzen lassen wie FAQ oder Hilfesysteme, die im besten Fall über semantische Textanalysemethoden verfügen. Damit können über Webformulare und E-Mails textlich formulierte Anliegen analysiert, verstanden und die richtige Antwort dazu gefunden werden. Im Kontext des Customer Care Concepts sprechen wir hier von E-Level Services (vgl. Abbildung). Daneben existieren komplexere Interaktions- und Transaktionssysteme, die meist einen personalisierten Bereich beinhalten, der nur über die notwendige Identifikation nutzbar gemacht werden kann.

Meinen ferienbedingten Abo-Unterbruch der Basler Zeitung erledige ich heute genauso über Web Self-Services wie die Erfassung des Zählerstands meiner Heizung für meinen Energieversorger. Ich lasse mir meine Telekommunikationsrechnungen direkt in meinen E-Banking Account einspeisen, prüfe beim PC-Händler Produktverfügbarkeiten und Bestellmöglichkeiten, lasse mir von der Versicherung online einen Vorsorgeplan erstellen, verfolge beim Logistikunternehmen meine Frachtlieferung, verlängere bei der öffentlichen Verwaltung meinen Pass und buche meine Wochenendrei-



Web Self-Services integriert: Das Customer Care Concept beinhaltet neben dem Webkanal als Kommunikationskanal auch den E-Level als intelligenten elektronischen Service. Über das Internet oder andere elektronische Kanäle nutzbar.

se bei den Verkehrsbetrieben. Web Self-Services sind aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Wir nutzen sie tagtäglich, über viele verschiedene Geräte vom Handy bis zum PC und mittlerweile an jedem beliebigen Ort.

Einführung und Nutzung

Die Einführung und Nutzung von Web Self-Services ist abhängig von der Unternehmensstrategie, von den Produkten und Dienstleistungen und deren Nutzer. Obwohl zukünftig immer mehr, vor allem auch ältere Menschen und Konsumentengruppen, die das Internet früher wenig genutzt haben, potenzielle Nutzer von Web Self-Services werden, braucht es hier einen bewussten Entscheid. Vor einigen Jahren hat mir ein Banker erklärt, dass ein Private Banking-Kunde kein Zielkunde für Online Banking ist, da er lieber über seinen persönlichen Berater seine Bankgeschäfte tätigt. Heute sind auch Private Banking-Kunden gerne bei Bedarf online über ihr Portfolio und dessen Entwicklung informiert. Trotzdem: Nicht alle Kundengruppen sind daran gleich stark interessiert und bringen die nötigen Voraussetzungen für die Nutzung von Web Self-Services mit.

Weiters gilt es abzuklären, welche Dienstleistungen sich an den Kunden delegieren,

respektive welche Arbeitsprozesse sich automatisieren lassen, um die gewünschten Self-Service-Effekte zu erzielen. Welche Informations- und Datenquellen sowie Methoden (Data Mining, Analysemethoden, Auswertungs- und Reporting Tools etc.) lassen sich in den Web Self-Services-Prozess integrieren? Braucht es Schnittstellen zu anderen Informatiksystemen? Und wie kann ich die Kunden von den neuen Web Self-Services überzeugen und zur Nutzung motivieren? ■



Tom Buser, CEO PIDAS AG
www.pidas.com
Blog: www.tombuser.ch