

Intelligente Selbstbedienung statt Call Center-Kundenfrust

30.10.2008, 11:50 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *medienbüro.sohn*

Virtueller Dialog-Manager als Strategie, Controller, Informationsassistent und Vertriebsmitarbeiter

Berlin/Bonn, 29. Oktober 2008 – Kein Kunde mag die Widrigkeiten, die einem regelmäßig beim Anruf einer Service-Rufnummer widerfahren. „Je mehr Call Center es gibt, desto größer wird die Abneigung. Als Kunde will man bedient werden wie vom Inhaber des Ladens um die Ecke: Man wird mit seinem Namen begrüßt und der Verkäufer ahnt den Einkaufswunsch im voraus und empfiehlt das richtige Produkt“, so Trendletter-Chefredakteur Axel Gloger <http://www.trendletter.de>. Aus dieser Einsicht speisen die Berater Bill Price und David Jaffe <http://www.budd.uk.com> ihre provokante These: Der beste Service ist kein Service. Mit dem Kauf soll der Kunde zufrieden sein. Er sollte gar keinen Anlass liefern, wieder mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten – außer für Folgekäufe.

Amazon hat das schon lange in die Praxis umgesetzt. Hier ist die Zahl der Kontakte pro Kundenauftrag bereits eine wichtige Steuerungsgröße. Man ist dem Grund für jeden Kontakt genau nachgegangen – und hat dann Vorkehrungen getroffen, diesen überflüssig zu machen. So konnte der virtuelle Buchhändler seine Kundenkontakte in den vergangenen fünf Jahren um 90 Prozent verringern. Nach Analysen von Price und Jaffe sind 80 Prozent der Kundenkontakte unproduktiv. Rund 15 Prozent der Anrufer sagen: „Etwas funktioniert nicht“. Jeder vierte Kunde äußert: „Können Sie mir erklären, wie....“. 40 Prozent fragen: „Wo bekomme ich...?“ Price zählt zu den Hauptrednern der Berliner Call Center World <http://www.callcenterworld.de> im Februar des nächsten Jahres.

Abhilfe beim Call Center-Kundenfrust könne nach Ansicht von Gloger nur eine bessere Selbstbedienung bieten. Doch da machen die Unternehmen noch viele Fehler: „Die automatisierten Wirtschafts-, Personal- oder CRM-Systeme haben eine gewaltige Zahl frustrierter Nutzer erzeugt. Perfekter Self Service ist eine Aufgabe des Top-Managements und muss so konsequent verfolgt werden wie bei Amazon“, fordert Sprachdialogexperte Lupo Pape, Geschäftsführer von SemanticEdge <http://www.semanticedge.de>. Entsprechend hoch seien die Anforderungen für die Mensch-Maschine-Schnittstelle. „Das Computersystem muss erkennen, mit wem es kommuniziert und was bisher mitgeteilt wurde. Reaktionen müssen den derzeitigen und vergangenen Kontext berücksichtigen. Das System sollte auf Veränderungen in der Kommunikationsabsicht reagieren. Flexibilität ist notwendig beim Erkennen und Bereitstellen möglicher Alternativen im Fall eines nicht eindeutig zu beantwortenden Problems. Es muss die Fähigkeit besitzen, alternative Äußerungen verarbeiten zu können“, erläutert Pape im Gespräch mit NeueNachricht <http://www.ne-na.de>.

Zudem müsse der Komfort und die Einfachheit des Self Service-Angebots beachtet werden. „Das System muss fähig sein, eine Kommunikation einfach und über viele Kanäle führen zu können. Es sollte Vorschläge unterbreiten, die auf dem Verständnis und Kontext der Situation beruhen. Die Absichten, Hintergründe und der ‚Leidensdruck‘ des Kommunikationspartners müssen antizipiert werden“, sagt Pape. Gesteuert werde das Ganze durch einen virtuellen Dialog-Manager. „Er ist das Gehirn des Systems: Strategie, Controller, Informationsassistent, Vertriebsmitarbeiter: Der Dialog-Manager agiert als zentrale Stelle im System, interpretiert jede Anfrage und leitet diese zur Verarbeitung an die übrigen Module weiter. Er entscheidet, ob und wie eine Frage gestellt wird und wie eingehende Fragen beantwortet werden. Diese auf Künstlicher Intelligenz beruhende Komponente enthält dynamische Strategien, die abhängig von der jeweiligen Situation aufgerufen werden können“, führt Pape weiter aus. So könne man einen Flug nach London buchen, dann nach den Temperaturen fragen und nach Erhalt der Antwort sich wieder der Flugbuchung zuwenden. Regelbasierte und heuristische „wenn....dann“-Abfragen machten es möglich, dem Kunden auch komplexe Informationen mitzuteilen: „Für den angegebenen Preis stehen nur zwei Drucker zur Verfügung, aber für einen Aufpreis von nur 50 Euro kann ich Ihnen vier weitere Drucker anbieten, die schneller und besser sind“.

Der Softwarespezialist Genesys <http://www.genesyslab.com> setzt auf das Konzept „Intelligent Costumer Front Door“, um Kundenwünsche besser zu erfüllen. Sprachgesteuerte Menüs würden häufig nur sehr undifferenzierte Auswahlmöglichkeiten bieten: „Der Kunde verfängt sich im Gewirr der Optionen und muss noch einmal anrufen und von

vorn anfangen. Im schlimmsten Fall wirft ihn die Sprachlösung sogar aus der Leitung. Hinzu kommt, dass sich der Kunde immer alle Optionen des Sprachcomputers anhören muss, bevor er sich entscheidet“, so die Erfahrung von Genesys-Manager Heinrich Welter. Das Spracherkennungssystem müsste eher als intelligente Empfangshalle funktionieren. „Moderne Systeme durchbrechen die starre Barriere zwischen Self Service und Call Center Agenten. Sie ermöglichen beides, und das Unternehmen kann hin- und herschalten, so wie es die Geschäftsregeln festlegen. Dort lassen sich darüber hinaus Prioritäten festlegen. So gelangt ein Bankkunde, der seine Kreditkarte verloren hat, schneller zu einem Agenten, als jemand, der nur den aktuellen Dollar-Wechselkurs in Erfahrung bringen möchte. Nicht der Gold-, Silber- oder Bronze-Status des Anrufers ist dann entscheidend, sondern die Dringlichkeit“, sagt Welter. Siehe auch: <http://www.absatzwirtschaft-biznet.de/websrv/zcPDFgen/zcPDFgen.php?docType=ga&docID=3169>; <http://www.presetext.at/pte.mc?pte=080708025>; http://www.computerwoche.de/knowledge_center/it_strategie/1868255/; <http://www.abseits.de/weblog/2008/04/der-beste-service-ist-kein-service.html>; <http://www.marketingguerilla.net/2008/07/30/der-beste-service-ist-kein-service/>; http://www.ne-na.de/A556D3/nena/NENA_NEU.nsf/0/5F4B6F8D67617F04C1257465004E27E7?OpenDocument.

Portrait

Online-Nachrichtendienst NeueNachricht www.ne-na.de

News-ID: 255357 • Views: 115 (Stand: 29.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/255357/Intelligente-Selbstbedienung-statt-Call-Center-Kundenfrust.html>