

# Integrierte Multichannel-Kommunikation

**Effizienz in der Kundenansprache.** Kommunikationsgestützte Geschäftsprozesse (Communication Enabled Business Processes – CEBP) helfen bei der Optimierung und ermöglichen kontinuierliche, echtzeitnahe Kommunikation mit Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern eines Unternehmens. Das Ergebnis: Bessere Kommunikation zwischen Anwendungen untereinander, zwischen Anwendungen und Menschen sowie die Automatisierung vieler Einzelkomponenten von Geschäftsprozessen.



**Autor:**  
**Klaus-J. Zschaage,**  
Vorstand der  
authensis AG

Für eine effiziente Kundenansprache hat eine Direktvertriebsseinheit einer deutschen Versicherung eine authensis ACHAT ACD mit einem CRM-System der BSI AG tief integriert:

- Der Agent meldet sich nur am CRM an und schaltet dabei sein Skillprofil für die Gesamtlösung frei, sodass diese es z.B. bei der Verteilung von Vorgängen berücksichtigen kann. Auch steuert der Agent sein Telefon und die Zustände in der ACD (angemeldet, aktiv, Pause, ...) über die CRM Bedienoberfläche und muss dazu nicht in eine zweite Anwendung wechseln.
- Die ACD informiert den Agenten über sein Kommunikations-Umfeld (z. B. über die Verfügbarkeit seiner Kollegen, über die auf ihn wartenden Vorgänge, über den aktuellen Gesprächspartner). So sieht der Agent z. B. wie häufig der aktuelle Gesprächspartner heute bereits angerufen hat, und wie lange er jeweils warten musste.
- Die ACD liefert dem CRM,

wenn irgend möglich, die Identifikation des Anrufers (z.B. seine aktuelle Rufnummer), damit das CRM mit ihr als Schlüssel nach relevanten Daten suchen kann. Wenn die Rufnummer dem CRM unbekannt ist, zeigt es eine neue leere Datenmaske an. Die ACD liefert auch Daten zu denjenigen inbound Anrufen, die während des Wartens auf einen freien Agenten aufgelegt haben. Vermittelt ein Agent einen Anruf zu einem zweiten Agenten, dann wird auch dies an das CRM übermittelt, sodass der zweite Agent den Faden aufgreifen und nahtlos fortfahren kann.

- Anrufer, die nicht bedient werden konnten, können eine Voicemail hinterlassen. Diese wird bei nächster Verfügbarkeit eines Agenten ihm zugeteilt, analog zu einem Anruf. Auch diesen meldet die ACD

dem CRM – natürlich erst, wenn ein Agent die Nachricht abhört.

- Das CRM kann alle diese Informationen aus dem Callcenter in die Historien der Kampagne, der Aktion und des Kontakts einpflegen. Auch eine „Bildschirmteilung“ (ein Agent sieht und schreibt, einer sieht nur) mit aktuellen Daten ist möglich. Und vor allem: Es kann aufgrund dieser Informationen im Hintergrund bereits die nächsten Datenmasken aufbereiten.
- Mit Hilfe des CRM fährt die Versicherung Kampagnen, die aus mehreren Aktionen bestehen können. Diesen Aktionen sind Versicherungsprodukte sowie in der ACD Services zugeordnet, und damit auch z.B. Team(s) und Skills. Eine Aktion kann auch aus mehreren Schritten bestehen, die jeweils ihre eigenen Skills erfordern und z.B. eine Kommunikation mit dem Kunden beinhalten – einen Anruf, ein Fax, eine E-Mail, usw. Durch diese Gliederung können auch komplexe Kampagnen modular zusammengestellt werden.

## Verbindlichkeit und Qualitätssicherung

Um die Qualität der Gesprächsführung zu sichern – oder auch um mündlich getroffene Entscheidungen zu dokumentieren – ist die Aufzeichnung von Gesprächen ein übliches Instrument. Hier z. B. der Ablauf beim inbound Anruf:

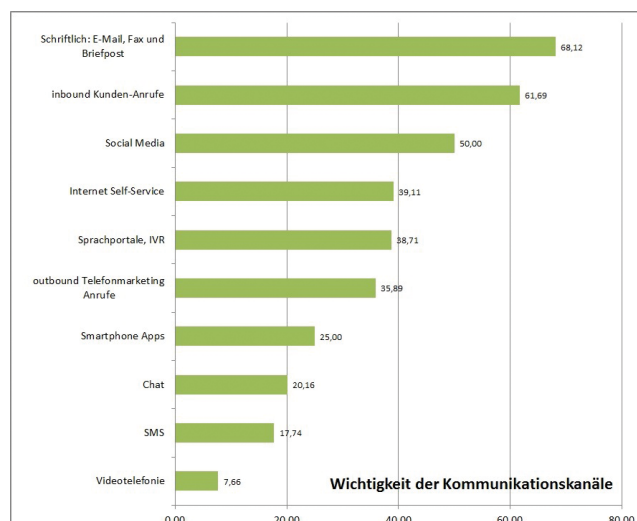


Abb. 1: Der Kunde hat hier die Qual der Wahl. Und der Anbieter sollte sich darauf einstellen

- Vor dem Vermitteln des Anrufs zum Agenten wird der Anrufer gefragt, ob das Gespräch aufgezeichnet werden darf. Über die Telefonaufzeichnung stimmt er zu – oder auch nicht.
- Die ACD zeichnet bereits diese Entscheidung revidierbar auf und meldet sie dem CRM. Bei Zustimmung natürlich dann – stichprobenhaft oder immer, entsprechend der Konfiguration – anschließend auch das Gespräch mit dem Agenten. Wenn der Anrufer die Aufzeichnung abgelehnt hat, kann – wenn konfiguriert – immer noch der einzelne Sprachkanal des Agenten aufgezeichnet werden, z.B. zur Qualitätssicherung.
- Und: Der Agent kann aus dem CRM heraus den Anrufer-Sprachkanal immer noch zu- und wieder abschalten, wenn sich der Anrufer im Gespräch mit dem Agenten anders entscheidet.
- Die ACD teilt nach Ende des Anrufs dem CRM den Ort und den Namen der aufgezeichneten Datei mit.
- Das CRM holt die aufgezeichnete Datei zeitnah von der ACD ab, speichert sie in einem festgelegten Verzeichnis und speichert den Pfad zur Datei als Link. Es beachtet zudem die Datenschutz-Erfordernisse wie z. B. die gesetzliche Aufbewahrungsfrist.

### Flexibler Kanal-Mix – wie es der Kunde will

Die Gewichtungen der Kommunikationskanäle, die sich aus der aktuellen Umfrage zur „Investitionsstudie des Contact-Center-Network e.V.“ ergeben, zeigt Abbildung 1.

Zurück zur CRM-Kampagne, den einzelnen Aktionen und Schritten. In einem nächsten Schritt kann der Kunde – oder auch der Anbieter – einen anderen Kanal nutzen. Z. B. kann der Versicherer ein vorausgefülltes Formular per E-Mail versenden, und der Kunde schickt es vervollständigt und unterzeichnet per Briefpost zurück. (Die Zuordnung erfolgt dann z.B. über den aufgedruckten Barcode.) Oder der Berater in der Versi-

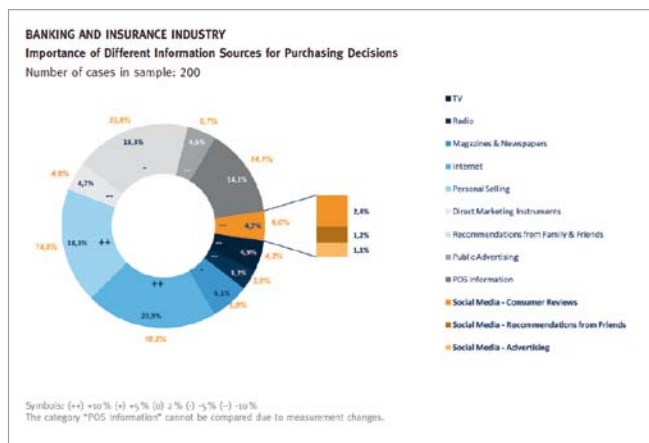


Abb. 2: Informationsquellen „Internet“ und „Personal Selling“ gewinnen hinzu

cherung sendet beim Anruf zum Kunden eine spezielle Rückrufnummer mit, unter der der Kunde beim Rückruf sofort statt des Beraters direkt einen Spezialisten erreicht.

Wichtig ist, dass in einer CEBP-Lösung alle relevanten Kanäle abgebildet werden können, und nach der Kommunikationsstrategie des Anbieters ganzheitlich gemanagt werden.

Nehmen wir eine Kombination aus E-Mail, Fax, Anrufen (und Voice Mails, die nicht bediente Anrufer im System hinterlassen).

- Zur Priorisierung: Es treffen zwar mehr E-Mails und Faxe ein als Anrufe, aber... Die Anrufer warten nicht, sondern erwarten einen kompetenten Mitarbeiter innerhalb einer zumutbaren Wartezeit. Anrufe werden also grundsätzlich höherprior bearbeitet als E-Mails. Aber: Auch die laufende E-Mail Bearbeitung bei einem Bearbeiter wird durch einen Anruf nicht unterbrochen, um dem Bearbeiter die „mentale Rüstzeit“ – die zweimalige Umschaltung – zu ersparen.

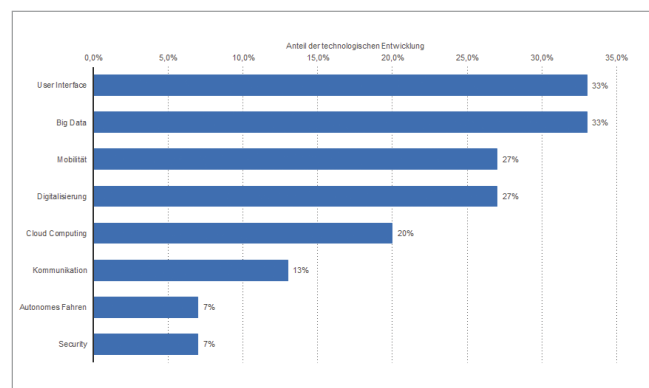


Abb. 3: Das Internet wird als seriöse Informationsplattform anerkannt – Social Media verliert an Bedeutung

- Zur optimalen Verteilung: Die Absender oder Initiatoren der eintreffenden Vorgänge (E-Mails, Faxe, Anrufe) haben in irgendeiner Form eine Kennung. Sofern der Initiator bereits bekannt ist, kann die CEBP-Lösung seine Eigenschaften bei der Suche nach einem geeigneten Agenten mit berücksichtigen. So kann z. B. ein VIP-Kunde schneller bedient, oder eine formatierte Bestell-E-Mail direkt in die Auftragsbearbeitung geleitet werden.

### Wo geht die Reise hin?

Der „German Digitalization Consumer Report 2014“ des Digitalization Think:Lab benennt die Wichtigkeit verschiedener Informationsquellen für Kaufentscheidungen in der Finanzwirtschaft (Abb. 2). Er benennt dabei ebenso Trends. Auch wenn hier sowohl die Versicherungen als auch der Banksektor zusammengefasst sind, wird klar, dass die Informationsquellen „Internet“ und „Personal Selling“ die Gewinner sein werden. Das bestätigt auch eine Umfrage in der Schweiz unter den Versicherern. Das Statista Dossier untersucht technologische Entwicklungen von großer Bedeutung für die Versicherungsgesellschaften. Dabei führt das User Interface (der Internet-Auftritte, der Apps) für den Endkunden (Abb. 3).

Das Internet als seriöse Kommunikationsplattform gewinnt als Kommunikationsinstrument weiter an Boden. Wir erwarten hier insbesondere Zusatzfunktionen für Webauftritte – z. B. Call Back, Chat, aber auch Self Service Funktionen wie z. B. erklärende Medienangebote. Social Media verliert an Bedeutung. Der German Digitalization Consumer Report 2014 unterstreicht dies: „Online shopping behavior is shapeable. Whether people use online shopping information is influenced only slightly by their personal characteristics. Instead, the strongest factors influencing the use of online shopping information is the result of marketing-channel design and industry-specific informational needs.“