



authensis Whitepaper - Weitblick & Richtung

AUTOMATIC CALL DISTRIBUTION

Nutzen, Prinzipien & Funktionen, Trends

EXPOSEE

Lassen Sie Ihre Kunden nicht so lange warten!
Machen Sie Ihre Geschäfts-Kommunikation
transparent – und steuern Sie sie im
laufenden Betrieb!

Klaus-J. Zschaage

Definition und Nutzen

Die Automatische Anrufverteilung (Automatic Call Distribution - ACD) wurde ursprünglich zum intelligenten Verteilen von Anrufen entwickelt.

Heute können ACD-Systeme in der Regel nicht nur Anrufe, sondern viele verschiedene Arten von Kommunikations-Vorgängen intelligent verteilen. Das reicht über E-Mails, Faxe, eingescannte Dokumente, Rückrufanforderungen ans dem Internet, bis hin zu Chat-Anfragen und Collaboration Meetings im Internet. In solchen Fällen verteilt eine ACD nicht nur Anrufe, sondern beliebige mediengebundene Geschäftsvorgänge. Man spricht dann auch von Multichannel ACD-Systemen.

Dadurch verkürzen sich die Wartezeiten für die Kunden, und die Unternehmen können lastabhängig mehr oder weniger Bearbeiter in die Telefonie schalten. Das Aufkommen an Geschäftsvorgängen wurde häufig durch den Einsatz von ACD-Systemen erstmals transparent und messbar. ACD-Systeme haben viel dazu beigetragen, aus ehemaligen „Inseln der Unerreichbarkeit“ blühende Service-Oasen zu machen.

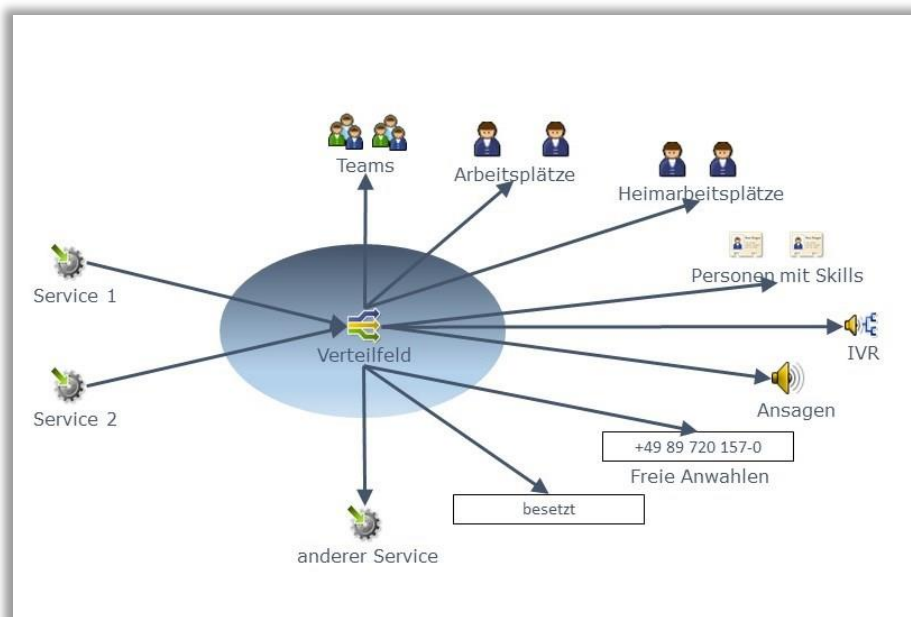
Prinzipien und Funktionen

Eine ACD analysiert die Rufnummer oder eine andere verfügbare Identifikationen des Kunden oder des Geschäftsvorgangs, um den Geschäftsvorgang dem best-geeigneten, verfügbaren Agenten zuzuordnen. Dazu berücksichtigt eine ACD viele verschiedene Aspekte.

- Bekannte Eigenschaften des Anrufers. Z.B.: Ist er VIP-Kunde, Großkunde, Privatkunde oder Neukunde? Ruft er von extern an oder intern, z.B. als Kollege?
- Bekannte Eigenschaften des Vorgangs. Z.B.: Seine Wartezeit, seine Priorität, das Medium – meistens müssen Anrufe schneller verteilt werden als E-Mail. Aber auch z.B. die Ländervorwahl seiner Rufnummer, um die wahrscheinlich benötigten Sprachkenntnisse des Agenten zu ermitteln und zu berücksichtigen.
- Die Eigenschaften der verfügbaren Agenten. Dies sind in erster Linie seine Fähigkeiten wie z.B. Ausbildungsstand oder Sprachkenntnisse, und seine Kompetenzen wie z.B. sein Zugang zu IT-Verfahren oder sein Verhandlungs-Spielraum.
- Hinterlegte Vereinbarungen. Dies können z.B. Betriebsvereinbarungen sein, die eine bestimmte Form der Gleichbelastung für die Agenten definieren.
- Die aktuelle Betriebssituation. Das ist z.B. der Füllgrad von Warteschlangen und die daraus resultierenden Wartezeiten, oder auch die Tag / Nacht / Feiertag - Situation.

ACD-Systeme bieten eine unüberschaubare Vielfalt von Funktionen. Außer der oben beschriebenen Verteilung der Geschäftsvorgänge sind andere wichtige Funktionen z.B.

- Arten und Organisation von Agenten: Agenten bearbeiten Geschäftsvorgänge. Sie sind z.B. Arbeitsplätze, an denen sich Personen mit oder ohne eigene Identifikation (PIN) anmelden, auch Heimarbeitsplätze. Zur vereinfachten Administration können Agenten in Teams zusammengefasst sein, oder sie werden ausschließlich über ihre Fähigkeiten (Skills) angesprochen. Sie können auch bei vertraglich eingebundenen Dienstleistern sein und dann über beliebige Anwahln Vorgänge zugeteilt bekommen. Ja, sogar die gezielte Anschaltung von IVR-Anwendungen, Ansagen oder auch „Besetzt“ ist möglich.



Verteilziele in authensis ACHAT

- ACD-Zustände der Agenten: Diese wechseln z.B. von „aktiv“ nach „Nachbearbeitung“, dann in „Pause“ oder in „abgemeldet“. Diese Zustände haben unterschiedliche Eigenschaften, z.B. „erhält Vorgänge“, „gehört zur Arbeitszeit“. Diese Zustände und ihre Wirkungen sind ein mächtiges Instrument der Arbeitsorganisation.
- Free Seating: Der Agent hat freie Sitzplatzwahl und meldet sich an irgendeinem Arbeitsplatz an. Er schaltet dann genau dort sein Profil frei und bietet damit der ACD seine Ressourcen und Fähigkeiten an. Das sind z.B. seine Sprachkenntnisse und seine Kompetenzen für die von ihm bearbeiteten Medien - wie z.B. Anrufe und E-Mails.
- Last Agent Routing: Die ACD versucht, den Anrufer mit dem Agent zu verbinden, mit dem er zuletzt gesprochen hat - sofern dieser verfügbar ist. Dies generiert auch im

Callcenter eine persönliche Betreuung und trägt zu einem positiven Kundenerlebnis bei.

- Sicht des Agenten auf die verfügbare Kapazität anderer Services. Damit kann er z.B. während eines Gesprächs abschätzen, ob er den Gesprächspartner für sein spezielles Anliegen zu einem kompetenten Spezialisten vermitteln kann, oder einen Rückruf anbieten sollte. So kann der Geschäftsvorgang immer noch fallabschließend bearbeitet werden.



Name	Aktive Agenten	Verfügbare Agenten
Factory	0	0
Marketing	2	2
Service Bronze	1	1
Service Bronze CC600	1	1
Service Silber	1	1
Service ohne Vertrag	1	1
Spezial Service	0	0
Vertrieb	2	2
Zentrale/Admin	0	0

Verfügbare Kapazität anderer Service in authensis ACHAT

Statistiken bieten Daten über sehr viele Aspekte der Kunden-Kommunikation. Dazu gehören immer die Analysen

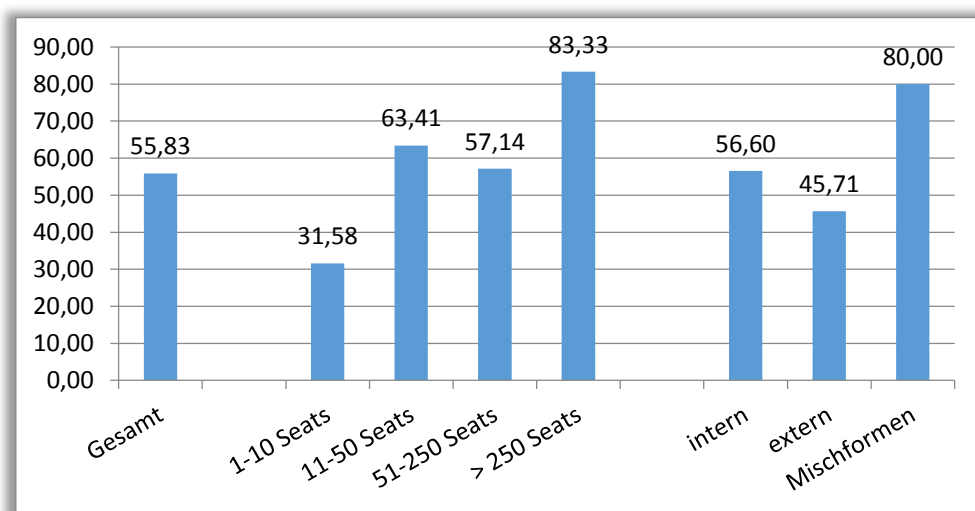
- des Anrufer-Erlebnisses (z.B. seine Wartezeit, die Anzahl der Weitervermittlungen)
- der Performance der Agenten (z.B. seine nacheinander fast pausenlos geführten Gespräche mit ihrer Gesprächsdauer).

Auch können die unterschiedlichen Prioritäten und die verschiedenen Medien einzeln ausgewertet werden, um z.B. eine Grundlage für die Planung und Erfolgsmessung langfristig wirkender Veränderungen zu haben.

Trends

Die aktuelle Umfrage des Contact-Center-Network e.V. für 2016 zeigt:

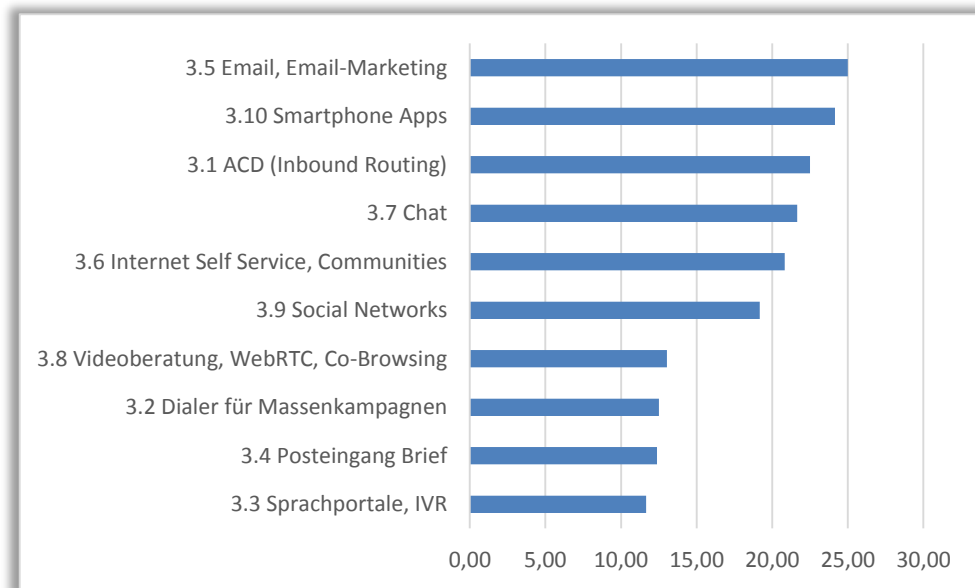
ACD wird auch aktuell von allen Befragten als eine der wichtigsten Technologien eingestuft – nach 58 % im Vorjahr nun stabile 56%. Mit zunehmender Größe der Einheiten steigt auch die Wichtigkeit der ACD für das Contact Center.



Wie viel Prozent der Befragten stufen "ACD" als "wichtig" ein

Die ACD scheint für externe Dienstleister weniger wichtig zu sein als für den Gesamtdurchschnitt. Das erstaunt, ist doch die ACD ein unverzichtbares Instrument für die Betriebssteuerung und die Erstellung der Statistiken als Abrechnungsgrundlagen, insbesondere für Dienstleister.

Aus den vorliegenden Daten ergibt sich auch recht klar, in welche Dialogkanäle in 2016 investiert wird, und in welche nicht.



Investitionen in Dialogkanäle in %

Es zeigt sich eine Zweiklassen-Gesellschaft. Investiert wird hauptsächlich in die Dialogkanäle

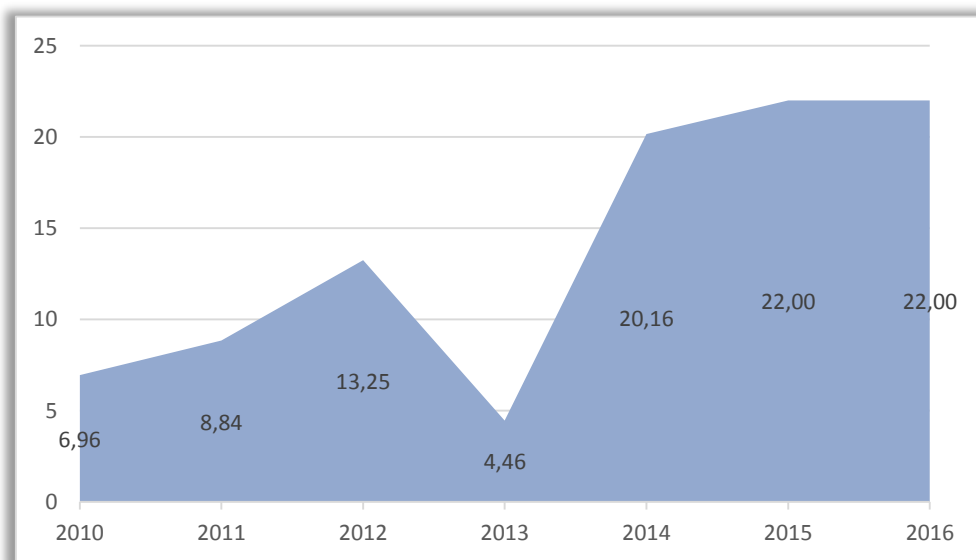
- E-Mail,
- Smartphone Apps,
- ACD,
- Internet (Chat, Self Service und Communities),
- Soziale Netzwerke.

In die Dialogkanäle Video, WebRTC (Sprach- und Videokommunikation über das Internet), Co-Browsing im Internet, Dialer-gestützte Outbound-Telefonie, Schriftgut sowie Sprachportale wird deutlich weniger geplant zu investieren.

In ACD wird investiert, 17% aus den 22,5% als Ersatz-Investitionen. Dies ist ein plausibler Wert für eine seit Langem eingeführte Technik. Anders ausgedrückt: ACD-Investments werden durchschnittlich 6 Jahre lang genutzt, bevor sie ersetzt werden.

Die Funktionalität der ACD Systeme ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Wurde anfangs primär nur der Kanal Telefon verteilt, sind heutige Systeme breiter aufgestellt und bieten z.B. Multichannel Routing für alle Eingangskanäle im Contact Center. Auch die Grenze zu den Omnichannel-Lösungen verschwimmt, die eine ganzheitlichere Sicht auf den Kunden bieten. Ersatzinvestitionen bringen hier also auch einen erheblichen Zusatznutzen.

Dies wird auch durch das Investitionsverhalten der letzten Jahre gestützt, sind doch auch in 2014 und 2015 die Investitionsraten bereits ähnlich hoch gewesen.



Investitionen in ACD in % im Zeitverlauf

Ein Hinweis zum Schluss: Wenn Sie keine Aktualisierung unserer Whitepaper, Vorträge oder Anwenderberichte verpassen möchten, melden Sie sich doch [hier](#) für unseren Newsletter an.

Autor

Klaus-J. Zschaage ist Vorstand der authensis AG in München. Seine Expertise in technischen Fragen rund um Contact Center erwarb er sich durch die Implementierung vielfältiger, maßgeschneiderter Lösungen. Hervorzuheben sind insbesondere die Erfahrungen in großen, vernetzten Lösungen für Branchenführer in Deutschland, Österreich, der Schweiz und den USA. Aktivitäten in vielen Verbänden unterstreichen sein Engagement.

authensis AG

Die flexible authensis ACHAT Software Suite optimiert Ihre Kundeninteraktion - auch vorausschauend - über alle relevanten Kanäle und integriert sich nahtlos in Ihre Infrastrukturen und Geschäftsprozesse.

authensis liefert rund um ACHAT innovative Kommunikationslösungen. Wir unterstützen Sie mit unserer langjährigen Praxiskompetenz von Konzeption und Implementierung bis zu Integration und Support.

Impressum

Herausgeber:
authensis AG
Landsberger Str. 408
D-81241 München

Registergericht München HRB 130274
Vorstand: Klaus-J. Zschaage
USt-IdNr. DE812943492

Tel.: +49 89 720157-0
Fax: +49 89 720157-79
E-Mail: marketing@authensis.de
Web: www.authensis.de

Copyright: authensis AG, 2016

Das vorliegende Dokument ist eine Publikation der authensis AG. Es stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Der Inhalt spiegelt die Auffassung der Autoren zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität. Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen und Materialien können jederzeit ohne Vorankündigung geändert werden.

Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen.

Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen bei der authensis AG.