

Call Center-Service bei PAYBACK Neues Sprachportal für mehr Service

Der Betreiber des Bonusprogramms PAYBACK, Loyalty Partner, stellt hohe Ansprüche in Sachen Kundenzufriedenheit. Ein neues Sprachdialogsystem sollte laut Unternehmen die durch Studien belegte hohe Qualität des PAYBACK Service Centers nun erfolgreich verstärken. Der folgende Anwenderbericht zeigt unter anderem auf, wie eine moderne Voice Portal-Lösung arbeitet und welche Vorteile sie den Kunden bringen kann.



Mit der Einführung eines Sprachdialogsystems will PAYBACK eine möglichst große Zahl von Standard-Services des Call Centers künftig automatisiert abwickeln.

Von Klaus W. Jereb

„Schau mal Thorsten. Das wäre doch genau das richtige Geschenk für unseren Sven.“ Christina Busch deutet auf die Micro-Anlage mit MP3-Player im neuen Prämienkatalog. „Sieht spitze aus“, stimmt ihr Mann zu. „Aber haben wir denn schon genug Punkte dafür gesammelt?“ – „Da bin ich nicht sicher,“ meint Christina. „Ruf doch mal schnell an und frag nach! Die Service-Nummer steht ja auf der Rückseite der Karte.“ Kaum hat Thorsten Busch die 0180-Nummer gewählt, wird er von einer freundlichen Telefon-Stimme begrüßt: „Herzlich Willkommen im Servicecenter von PAYBACK. Zur Abfrage ihres Punktestandes sagen Sie ‚Punktestand‘ oder drücken sie die 1.“ Während ihm das Sprachdialogsystem noch weitere Service-Angebote wie ‚Ersatzkarten-Bestellung‘ oder ‚Verbinden ins Call Center‘ erklärt, unterbricht Thorsten die Ansage und wählt „Punktestand“. Prompt fragt ihn der Computer nach seiner Kundennummer, die Thorsten von seiner PAYBACK Karte abliest. Nun braucht er lediglich noch die persönliche Geheimnummer (PIN) einzugeben – und schon erfährt er die genaue Punktezahl. Ohne lange zu zögern, lässt sich der Kunde nun vom Voice Portal ins Call Center verbinden, wo sich eine Mitarbeiterin der Sache annimmt. Da sich Thorsten Busch bereits durch die PIN-Eingabe legitimiert hatte, sind die Bestell-Formalitäten schnell erledigt. Die gewünschte Stereoanlage ist fast schon auf dem Weg – und Familie Busch über den schnellen und reibungslosen Service mehr als zufrieden.

Dass diese fiktive Geschichte dennoch realistisch ist, bestätigt eine Studie von TNS Infratest: Kunden des Service Centers von PAYBACK, das von der D+S europe AG betrieben wird, sind

demnach zufriedener als Kunden anderer Communication Center. Das ist das Ergebnis der neuesten Kundenzufriedenheitsanalyse, die seit 2004 zum dritten Mal in Folge durch TNS Infratest durchgeführt wurde. Der Studie zufolge konnte das Service Center des Bonusprogramms PAYBACK im Jahr 2006 sein bereits in der Vergangenheit hohes Niveau nochmals steigern, was der Indexwert von 83 belegt. Der Durchschnittswert liegt in der Branche gegenwärtig bei 70 Indexpunkten. TNS Geschäftsführer Dr. Joachim Scharioth: „Das PAYBACK Service Center hat mit diesem Ergebnis die Grenze des Möglichen erreicht.“

Spracherkennung erleichtert Bedienung

Das neue Voice Portal soll mit seinen spezifischen Vorteilen zukünftig dazu beitragen, das hohe Qualitätsniveau zu halten oder gar zu steigern: Der Service soll ohne Warteschlange und lästiges Besetzzeichen immer gut erreichbar sein, das Dialog-Menü lässt sich durch den Einsatz moderner Spracherkennung einfach bedienen und steuern.

„Und damit ist,“ so Fabian Schwarz, Leiter Customer Service bei Loyalty Partner „ein wesentliches Ziel erreicht, das wir uns für den Einsatz des Voice Portals gesteckt haben: Unseren Kunden steht jetzt ein schneller und komfortabler Telefon-Service zur Verfügung – rund um die Uhr und an 365 Tagen im Jahr!“ Natürlich hatten die Verantwortlichen bei Loyalty Partner eine Reihe weiterer Vorgaben und Ziele definiert, bevor sie das Projekt Voice Portal in Angriff nahmen. Vor allem sollte eine möglichst große Zahl von Standard-Services über das neue

Sprachportal automatisiert abgewickelt werden – von der Abfrage des Prämien-Punktestandes über die Bestellung einer Ersatzkarte bis hin zum Ändern der PIN.

„Selbstbedienung“ voll im Trend

Außerdem galt es, das Self Service-Konzept des Unternehmens über alle Kanäle hinweg harmonisch nutzbar zu machen: Also per Voice Portal ebenso wie über das Internet und die POS-Terminals von PAYBACK, wie man sie zum Beispiel von Galeria Kaufhof kennt. Dazu Fabian Schwarz: „Insgesamt geht der Trend deutlich hin zu mehr Selbstbedienung – vergleichbar mit Internet- und Telefonbanking oder den Geldautomaten im Bankbereich. Dieser Entwicklung müssen auch wir Rechnung tragen.“ Spürbare Kostenreduktion lautete ein weiteres, wichtiges Ziel. Wie aber lässt sich das mit den Prämissen „Kundenzufriedenheit“ oder „Rundum-Erreichbarkeit“ vereinbaren? Fabian Schwarz hat eine überzeugende Antwort: „Gerade im Call Center kann man den Aufwand deutlich reduzieren. Bisher mussten die Agents den Punktestand durchsagen. Das aber gehört zu den Services, die – wie wir ja wissen – gut zu automatisieren sind. Solch einfache Dinge erledigt also das CreaLog Voice Portal, komplexere Themen wie Reklamationen oder Rückfragen in Sachen Prämienbestellung bearbeitet der Mensch!“

Hohe Anforderungen an das Voice Portal

Was so überzeugend und zugleich „einfach“ klingt, setzt bei Organisation und Technik einiges voraus. Folglich wurden an das neue Sprachdialogsystem schon bei der Ausschreibung besonders hohe Anforderungen gestellt: Die Dialoge sollten ganz natürlich geführt werden, da sehr viele „Gelegenheits-User“ anrufen und die PAYBACK-Nutzer in etwa einem repräsentativen Bevölkerungsquerschnitt entsprechen. Dementsprechend dürfen die Dialoge keine Hemmschwelle darstellen, sondern müssen eine breite Akzeptanz auch bei den weniger „technikaffinen“ Anrufern finden. Die Stimme des Sprechers, der Sprachduktus und das Vokabular haben sich danach zu richten. Zu guter Letzt sollte das neue System in jede Richtung erweiterbar sein – und zugleich offen für neue Applikationen.

Wie wichtig die reibungslose und vertrauensvolle Zusammenarbeit aller Beteiligten bei solch einem Projekt ist, zeigte sich beim schrittweisen Einsatz des neuen Systems: Im Novem-

ber 2005 startete der Test des Portals mit einer einzigen Rufnummer. Eine kontinuierliche Analyse von Anrufmitschnitten und Kundenbefragungen begleiteten diese Phase – mit dem Kernziel, Dialogdesign, Spracherkennung und Sprachsynthese immer weiter zu optimieren.

„Neben akribischer Marktforschung halfen uns vor allem die umfangreichen Reporting-Funktionen der neuen Lösung dabei, die Dialoge fortgesetzt zu verbessern. So konnte das Fehler-Prompting angepasst, das Lexikon erweitert und andere Parameter geändert werden,“ berichtet Fabian Schwarz und liefert gleich ein anschauliches Beispiel dafür: „In der alten Menüstruktur gab es ein Auswahlkriterium namens ‚PIN‘. Mit diesem kurzen Begriff hatten wir zunächst eine mangelhafte Erfolgsquote. Was vor allem daran lag, dass bestimmte Nebengeräusche oder ein Husten am Telefon vom System als ‚PIN‘ gedeutet wurde. Also haben wir dieses Kriterium in ‚PIN-Verwaltung‘ geändert, was die Spracherkennung jetzt ohne Probleme versteht. Für den Anrufer bedeutet das: Er kann jetzt im reibungslosen Dialog mit dem Voice Portal die Zusendung einer neuen PIN beauftragen.“

Umfrage und Studie belegen hohe Akzeptanz

Die Akzeptanz des neuen Voice Portals bei den PAYBACK-Kunden war schließlich so groß, dass man die Lösung Schritt für Schritt auf alle Service-Rufnummern ausweiten konnte. Wie gut die Anrufer inzwischen mit „ihrem“ Sprachdialogsystem klarkommen, bestätigten auch entsprechende Nachfassaktionen und die Ergebnisse von Marktforschungs-Testgruppen. Demnach sind die Akzeptanzwerte des Portals bei Loyalty Partner deutlich besser als bei vergleichbaren Anwendungen – gemessen an den strengen Kriterien einer allgemein anerkannten Studie des Fraunhofer Instituts.

Solche Erfolge führen fast zwangsläufig zu Überlegungen, welche zusätzlichen Aufgaben man einer solchen Lösung noch übertragen könnte. Fabian Schwarz: „Wir können uns gut vorstellen, das System in einigen Monaten durch zusätzliche Funktionen zu erweitern. Denkbar ist hier zum Beispiel der Bereich ‚Änderung von Kunden-Stammdaten‘ – also Adress-Änderungen et cetera. Das könnte vom Voice Portal sicherlich automatisiert erledigt werden!“ ■

Klaus W. Jereb ist Fachjournalist aus Düsseldorf