

Hintergrundwissen & Fallbeispiele

30.06.2009

Fallbeispiel: Optimale Dialoge

Bewertung dieses Artikels: ★★★★★

Mit ihrer telefonischen Kundenbetreuung wickelt die HypoVereinsbank fast die Hälfte der Anrufe fallabschließend im Self-Service ab.

Auch wenn es in Deutschland nach wie vor große Vorbehalte gegenüber Sprachdialogsystemen gibt, sind die praktischen Erfahrungen damit sehr positiv. Zum Beispiel bei der HVB Direkt GmbH in München, einer 100-prozentigen Tochter der HypoVereinsbank AG (HVB). Sie betreibt sechs Call-Center-Standorte in München, Leipzig, Schweinfurt, Wien, Graz und Villach. Das hauseigene Sprachdialogsystem war zwar von Anfang an nur als Ergänzung und nicht als kompletter Ersatz für die Agenten im Call Center geplant. Doch immerhin werden heute bereits bis zu 40 Prozent der Anrufe fallabschließend mit der Selbstbedienungsanwendung erledigt.

Dazu haben verschiedene Entwicklungen beigetragen. So ist etwa der Anteil der Kunden, die das Selbstbedienungsverfahren durch die Eingabe von Kontonummer, Geburtsdatum und PIN zur Legitimation im Telefonbanking nutzen, heute höher als ursprünglich erwartet. Und auch bei den Überweisungen erreichen inzwischen 87 Prozent der Anrufer, die mit dem Vorgang beginnen, im Dialog mit dem Sprachcomputer ihr Ziel. Der Rest wird - aus den unterschiedlichsten Gründen - mit einem Mitarbeiter aus Fleisch und Blut verbunden.

Über zwölf Millionen Kundenkontakte hatte die HVB Direkt im Jahr 2007 mit ihren rund 1.200 Mitarbeitern. Wenn davon ein Teil - so die damalige Überlegung - in Selbstbedienung erledigt werden kann, hat das nicht nur finanzielle Vorteile für das Geldinstitut. Sondern auch der Service für die Kunden verbessert sich. Denn die können nun viele Standardtransaktionen - wie etwa Kontostandsabfragen, Überweisungen oder die Abfrage aktueller Wertpapier-Kurse - per Telefon erledigen. Und mit ihrem Handy auch von unterwegs an jedem Ort.

"Kollege Computer" wird akzeptiert

Wird die persönliche Beratung durch einen Menschen gewünscht, bietet der Sprachcomputer durch die Vorqualifikation der Anrufe ebenfalls erhebliche Vorteile. Durch die Computer-Telefon-Integration sehen die Call-Center-Agenten den Legitimationsstatus des Kunden vor sich auf dem Bildschirm und wissen genau, welche Telefonbanking-Transaktionen er bereits erledigt hat.

Auf der Suche nach einer entsprechenden Lösung waren leistungsstarke Spracherkennung, natürliche Sprachführung für eine Reihe von Geschäftsfällen sowie die Möglichkeit, mit Hilfe der Standardsprache VoiceXML sehr schnell selbst eigene Dialoge erstellen zu können, die entscheidenden Kriterien. Das Rennen machte schließlich die schlüsselfertige Komplettlösung des Generalunternehmers Siemens Enterprise Communications. Sie basiert auf dem Sprachportal CreaVoiceBanking von CreaLog, das bereits bei fünf der acht größten deutschen Kreditinstitute im Einsatz ist.

Nach der umfassenden Integration läuft das Sprachdialogsystem heute äußerst stabil. Die Akzeptanz ist höher als ursprünglich erwartet, so die positive Bilanz nach einem Jahr Betrieb. Lediglich fünf Prozent aller Anrufer - so die statistische Auswertung - zwingen das System durch nicht bearbeitbare Eingaben zur Aufgabe. Diese Kunden werden dann aber automatisch zu einem Call-Center-Agenten weitergeleitet und individuell betreut. Sowohl bei der Legitimation als auch bei den Überweisungen liegt die Nutzungsquote heute über den ursprünglich anvisierten Zahlen. Deshalb sind auch die vorgesehenen Effizienzsteigerungen und Kosteneinsparungen eingetreten.

Auf der Basis von VoiceXML besteht zudem die Option, selbstständig weitere Voiceportal-Anwendungen zu erstellen. Mit Hilfe des Dialoggenerators "CreaVoice Dialog Grafik" können auch sehr einfach und schnell Dialoge gestaltet werden, die ebenfalls zur Akzeptanzsteigerung bei den Kunden beitragen. Denn durch eine nutzergerechte Dialoggestaltung - also zum Beispiel Begrüßung, Zahl der Fragen oder Gesprächsverlauf - lässt sich die Abbrecherquote bei der Nutzung wesentlich beeinflussen: Je besser die Dialoge an den Erwartungen und den Nutzungsgewohnheiten des Kunden ausgerichtet sind, desto höher ist dessen Akzeptanz.

(Autor: Hergen Bochmann ist Senior Key Account Manager Finance bei Siemens Enterprise Communications in München. Seit vielen Jahren im Großkundenbereich bei Banken und Versicherungen tätig, liegt sein Schwerpunkt auf der Integration von Contact-Center-Lösungen Inbound/Outbound, VoIP-, Sprachdialog- und Sprachaufzeichnungssystemen)

Info: www.siemens.de/open

Aktuelle Ausgabe



05 / 2009

Interessante Artikel und wichtige Berichte in unserer aktuellen Ausgabe...

[+] Hier ansehen!



BESTELLUNG

e-commerce Magazin Jahresabo mit KMUIplus Sonderteil

[+] Jetzt abonnieren!

Umfrage

Gretchenfrage: Wie halten Sie es mit Twitter?

- Ja, ich bin dabei.
- Nein, das ist nichts für mich.
- Ich könnte mir schon vorstellen irgendwann zu twittern, jetzt aber noch nicht.

Umfrage absenden