

Wie aus Kundenfeedback ein Wettbewerbsvorteil wird

In Zeiten weltweit stagnierender Märkte ist es enorm wichtig, jede Möglichkeit zu nutzen, um die Zufriedenheit der Kunden mit dem Service so zu verbessern, dass ein entscheidender Vorteil gegenüber dem Wettbewerb erzielt werden kann. Was ist also naheliegender, als den Kunden direkt danach zu befragen? Die Softwarelösung Interaction Feedback von Interactive Intelligence automatisiert die Kundenbefragung und erkennt Unzufriedenheit durch Sprachanalyse und emotionale Bewertung in Echtzeit.

Mit ihrer Softwarelösung Interaction Feedback rückt Interactive Intelligence die Kundenmeinung und -zufriedenheit in den Mittelpunkt. Das Produkt ermöglicht die automatisierte Kundenbefragung sowie das Erkennen von Unzufriedenheit durch Sprachanalyse und emotionale Bewertung. Das erklärte Ziel ist, die Kundschaft nicht durch pauschale, breit gestreute Telefonaktionen zu verärgern. Vielmehr werden gezielt nur die Kunden angesprochen, die zuvor festgelegten Kriterien entsprechen oder unzufrieden sind. Dies erhöht automatisch die Resonanzrate und hält die Kosten auf einem sehr niedrigen Niveau. Das Produkt kann alleine und in Verbindung mit anderen Customer Feedback Management-Systemen eingesetzt werden.

Reaktionsfähig zu jeder Zeit

Durch das Interaction Feedback kann sowohl bei den Agent-Telefonaten als auch bei der automatisierten Kundenbefragung die Sprache des Kunden in Echtzeit untersucht werden. Im Rahmen einer emotionalen Bewertung analysiert das System darüber hinaus den Tonfall des Anrufers und erkennt,

wenn die Stimme sehr emotional geprägt ist. Stellt das System stärkere emotionale Reaktionen, Unzufriedenheit oder sogar Wut fest, werden automatisch ein Supervisor oder speziell ausgebildete Call Center-Mitarbeiter alarmiert. Diese können in Echtzeit reagieren, indem sie entweder das Gespräch mithören, den Call Center-Mitarbeiter beraten, den Anrufer nach Beendigung des Telefonats zurückrufen oder das Gespräch direkt übernehmen. In Punkto Problemlösung ist das revolutionär.

Die bedienerfreundliche Oberfläche des Interaction Feedbacks steht dem Call Center-Mitarbeiter wie ein Assistent zur Seite. Dadurch kann der Agent ohne größeren Aufwand und ohne jegliche Programmierkenntnisse eine Umfrage konzipieren. Er kann eigene Fragen formulieren oder auf vorgefertigte Fragen aus einer Datenbank zurückgreifen. Anhand zuvor festgelegter Kriterien, wie bspw. jeder zehnte Anrufer, alle VIP-Kunden, Anrufe zu einem bestimmten Thema etc., entscheidet die Software selbstständig, ob dem Kunden vor Beginn des Telefonats mit dem Agent die Beantwortung eines Fragebogens angeboten wird.

Die Rücklaufquote wird so erheblich gesteigert, bei möglichst schonendem Einsatz von Ressourcen und geringem Kostenaufwand. Call Center-Mitarbeiter müssen sich so nicht mehr mit der Kundenbefragung beschäftigen, was die Fehlerquote bei der Antworten-Dokumentation erheblich senkt.

Stimmt der Anrufer einer Befragung zu, wird er automatisch nach dem Ende des Gesprächs an das Sprachdialogsystem weitergeleitet. Interaction Feedback führt die Befragung selbstständig durch, verarbeitet die erhaltenen Informationen und bereitet diese als Report auf. Würden bei den bisherigen Methoden meist die Ergebnisse der Befragungen in allgemeinen Statistiken zusammengefasst dargestellt, konzentriert sich das Interaction Feedback in erster Linie auf die konkreten Äußerungen, Bedürfnisse und Beschwerden der Kunden. Durch das Aufzeichnen beider Telefonate ist erstmals ein direkter Vergleich zwischen interner und externer Wahrnehmung von Kundenerwartungen möglich. Erfahrungsgemäß können sich die während eines Gespräches gesammelten Eindrücke sehr stark von denen während der Befragung unterscheiden.

INTERACTION FEEDBACK SOFTWARE-FEATURES

Regel-basierte Umfragen	Automatischer Transfer	Benachrichtigung und Monitoring in Echtzeit	Reporting	Bewährte Fragestellungen und Design
<ul style="list-style-type: none"> Eine intelligente Regellogik sorgt dafür, welche Anrufe zur Umfrage eingeladen werden: <ul style="list-style-type: none"> Häufigkeit (jeder xte Anruf) Max. Anzahl an Umfragen/Tag Anrufe einer Nummer (DNIS)/ Anrufe von einer Nummer (ANI) Nach Arbeitsgruppe, Attribut des Kunden oder chronologischen Segmenten 	<ul style="list-style-type: none"> Anrufer werden automatisch zur Umfrage weitergeleitet: <ul style="list-style-type: none"> Agent/Mitarbeiter ist weder involviert noch sieht er, wann eine Umfrage angestoßen wird Agent/Mitarbeiter hat keinen Einfluss, wer an der Umfrage teilnimmt <ul style="list-style-type: none"> Keine Beeinflussung der Umfrage Sorgt für akkurate Ergebnisse 	<ul style="list-style-type: none"> Echtzeitmonitoring durch den Interaction Supervisor: <ul style="list-style-type: none"> Monitoren aller Umfragen: laufende, abgeschlossene, fehlerhafte oder stagnierende Konfigurierbare Benachrichtigung, wenn Werte unterschritten werden Ermöglicht proaktives Eingreifen im Bedarfsfall 	<ul style="list-style-type: none"> Zahlreiche Reportingmöglichkeiten durch den Interaction Supervisor: <ul style="list-style-type: none"> Umfrageergebnisse als Übersicht und detaillierte Informationen Externer (Umfrage-) und interner (Qualitäts-) Ergebnisabgleich Zufriedenheitsrangfolgen nach Agent (User) Laufende Entwicklung der Zufriedenheit 	<ul style="list-style-type: none"> Keine Unsicherheit in Fragestellung oder dem Design durch das bewährte CFI-System „American Customer Satisfaction Index“ (ACSI)