

- Was sind wahrscheinliche Antworten auf die Kundenfrage?
- Welche Daten werden für die Verarbeitung des Kundenanliegens benötigt?

Die Verteilung und Verarbeitung erfolgt im klassischen ACD-Prozess: Vorgänge werden zum optimalen Zeitpunkt Skill-basiert an verfügbare Agenten verteilt. Die durchschnittliche Bearbeitungszeit kann auf diesem Wege um 25 bis zu 55 % gesenkt werden. Gleichzeitig wird die Reaktionsgeschwindigkeit verbessert und der Anteil der 1st Level Antworten (1st Contact Resolution) gesteigert. In digitalen Zeiten ein attraktiver Wettbewerbsvorteil für eine Serviceorganisation, die „dynamikrobust“ agieren möchte.

Das aus den Kundendialogen per E-Mail gewonnene Antwortwissen stellt das Fundament für eine qualitätsbewusste Kontakt-

vermeidungsqualität dar. Sind Kundenfragen möglichen Antworttexten mit hoher Wahrscheinlichkeit zuzuordnen, kann im Internet selbst eine suggestive Antwort erfolgen (Meinten Sie ...?).

Hilft die Antwort nicht weiter, erfolgt eine umgehende Reaktion per E-Mail durch einen verfügbaren Mitarbeiter. Je nach Branche und Komplexität des Angebots können bis zu 75 % der Kundenanliegen automatisch beantwortet werden.

Die zentrale Erkenntnis im Zusammenhang mit der Verwendung selbstlernender Software für die Dialogautomatisierung ist:

Die Internet-Generation ist Geschwindigkeitsbewusst. Die Hemmnisse gegenüber automatischen Servicesystemen werden in den kommenden Jahren sukzessive abgebaut. Der Kunde von morgen ist bereit von Maschinen bedient zu werden – solange er um-

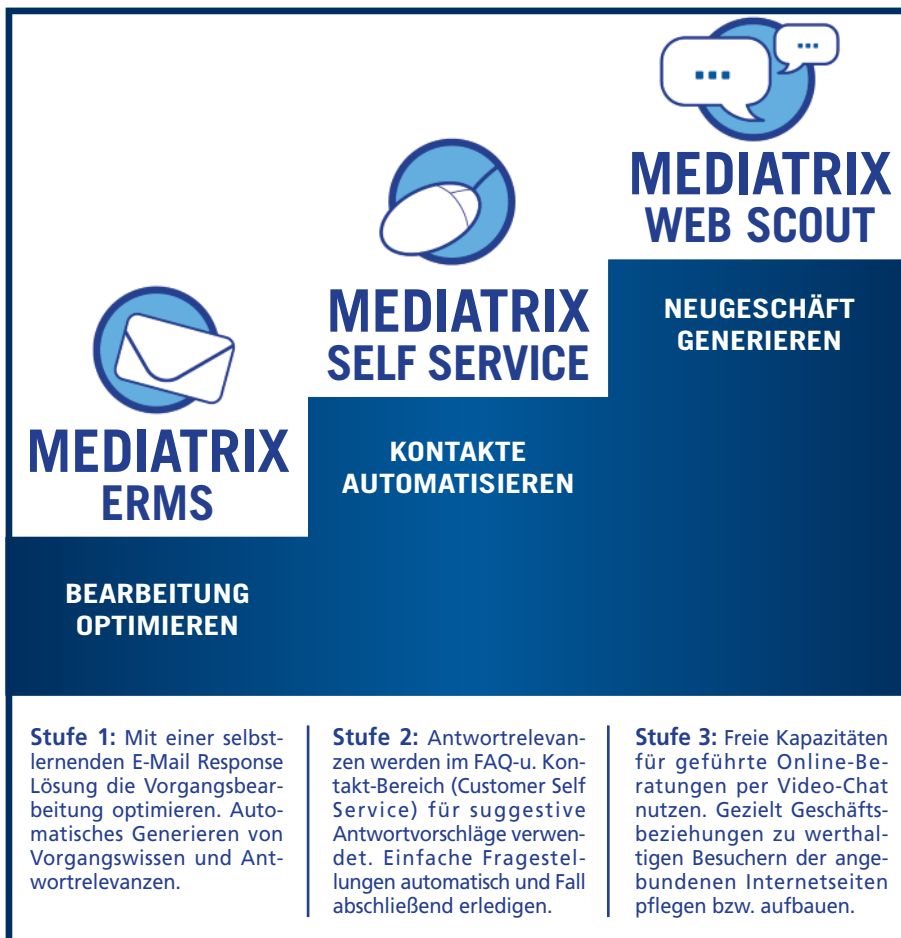


“Im Online-Service bedienen wir nicht nur den Kanal E-Mail, sondern nehmen gleichzeitig Internet-Kontakte via Chat entgegen. Die Strategie stimmt: sie hat uns 2008 zum Testsieger eines Branchen-Benchmarks gemacht.“

Korinna Heinen,
DEVK Versicherungen

gehend eine brauchbare Information oder kompetente Hilfe erhält. Wissen ist der zentrale Faktor einer digitalen Servicestrategie, die heute in unseren Köpfen beginnen sollte, damit wir morgen effizienter reagieren. Klar ist aber auch: ohne gut ausgebildete Agenten wird es nicht gehen. Denn auch die Computer benötigen gute Lehrmeister.

Die Strategie für den Wandel in ein digitales Multi-Channel-Contact-Center



→ ZUM UNTERNEHMEN



Gründung 1996. Spin-Off der Universität Koblenz. 40 Installationen in 5 europäischen Ländern. Spezialisiert auf selbstlernende Software auf Basis von KI-Methoden. Hersteller und System-integrator der Modullösung Mediatrix.

Zur Mediatrix-Produktfamilie gehören folgende Ausbaumodule:

- Mediatrix ERMS (intelligentes E-Mail-Response-Management)
- Mediatrix SELF SERVICE (selbstlernendes Wissensmanagement-Modul für Inter- und Intranet)
- Mediatrix WEB SCOUT (geführte Live-Beratung zur Kundengewinnung im Internet)
- Mediatrix MAILROOM (digitale Poststelle: klassifiziert digitale Eingangspost und extrahiert relevante Daten)

Kontakt:

Katja Köhler
Tel. 0800-8998700
E-Mail: katja.koehler@ityx.de
www.ityx.de

→ www.ityx.de