

fig nicht weiter! Jeder Prozess muss ja irgendwo hin, in einen anderen Bereich! Dieser Prozess muss nicht nur angestoßen werden, man muss auch wissen, was damit passiert. Ein Prozess hat beispielsweise nichts bei einem Mitarbeiter zu suchen, der gerade im Urlaub ist. Wir schauen also: Was macht dieser Mitarbeiter? Ist er der richtige Ansprechpartner? Und wenn ja: Ist er überhaupt verfügbar? So werden die Prozesse optimiert. Und der Bedarf danach ist groß: Unsere Kunden wollen wissen, wo die Prozesse sind.

TT: Das heißt, der Kundenservice wird nicht länger auf das Contact Center beschränkt, sondern wieder auf das gesamte Unternehmen verteilt?

Grünzner: Ja, aber auch umgekehrt: Die Mitarbeiter im Call Center können durchaus auch Aufgaben der Buchhaltung abwickeln, die Verteilung, die Einbeziehung geht also in beide Richtungen.

Woods: Wir wollen quasi das Bindeglied sein zwischen Contact Center und Enterprise. Schließlich kommuniziert ja nicht das Call Center, sondern die Firma! Tatsächlich werden andere Abteilungen aber oft außen vor gelassen – weil man ja ein Call Center hat. Wir führen die Kundenkommunikation ins Unternehmen zurück und sorgen dafür, dass sich jeder Mitarbeiter wieder als Kundenbetreuer begreift.

TT: Wie sieht die Arbeit damit praktisch aus?

Woods: Das Ereignis „Prozess“ wird in der gleichen Maske bearbeitet wie das Ereignis



Richard Woods, Geschäftsführer Interactive Intelligence Deutschland: „Der Kanal spielt keine Rolle. Viel wichtiger ist die Frage: Wie sinnvoll ist es, wenn eine 75-jährige Kundin mit einem 19-jährigen Agent spricht? Kann der ihr wirklich helfen?“

nis „Telefonat“. Die Maske öffnet sich, und der Prozess kann bearbeitet werden. Der Vorteil ist: Heute müssen die Mitarbeiter meist auf mehreren Systemen arbeiten. Unser Ansatz ist: Es gibt ein eigenes Tool, wo die aktuell notwendigen Informationen zu einem Screen zusammengefügt werden. Es wird also beispielsweise nur die Info aus der Kontakthistorie und der Rechnungsstand angezeigt.

Grünzner: Natürlich können zusätzliche weitere Masken definiert werden, die schrittweise abzuarbeiten sind. Die Eingaben werden dann wieder zurückgespielt in die jeweiligen Systeme. Das erlaubt eine bessere Verteilung der Arbeitsvolumina.

TT: Wenn Sie bei Ihren Kunden definierte Prozesse vorfinden: ok. Aber was, wenn das nicht so optimal organisiert ist? Muss da nicht erst ein Evaluierungsvorgang angestoßen werden?

Grünzner: Gut, es gibt sicher Projekte, die ins Unendliche laufen können, das ist richtig. Und die meisten Großunternehmen haben Workflowsysteme im Einsatz – aber selbst bei denen fehlt immer die Schnittstelle zur Kommunikation! Mit IPA ist es möglich, das abzubilden. Auf diese Weise sind die Servicekosten kein schwarzes Loch mehr, denn sie können einzelnen Einheiten zugeordnet werden, etwa der Buchhaltung, dem Marketing, dem Service ...

TT: Aber das heißt doch, dass alle Prozesse en Detail vorab ermittelt werden müssen. Könnte nicht mancher sagen: „Um Gottes Willen, da gehe ich ja unter“?

Grünzner: Sicher, es bringt niemandem etwas, wenn wir da reingehen und sagen: „So, jetzt machen wir hier alles neu!“ Denn dann schreien natürlich sofort alle Abteilungen und alle Mitarbeiter auf. Wir machen das in einzelnen Schritten. Wir stellen fest, auf welche Punkte wir uns konzentrieren sollten und machen das nach und nach.

TT: Schlussendlich wissen Sie aber ganz schön über die Prozesse Ihres Kunden Bescheid. Kann diese enge Verheiratung nicht zur Abhängigkeit führen?

Woods: Wenn man die notwendige Digitalisierung der Ge-



Stefan Grünzner, Senior Account Manager Tieto: „Die Lösung hat Schnittstellen zu allen großen Anbietern von Workflowsystemen und weitere können wir entwickeln.“

schaftsprozesse vorantreiben will, und wenn man die Potenziale heben will, die in den Prozessen schlummern, dann wird man sich tief auf einen Anbieter einlassen müssen. Klar, wie operieren am Herzen des Unternehmens. Wir erfahren sehr viel über den Kunden und seine Wertschöpfung. Das setzt natürlich Vertrauen voraus.

TT: Wie gewinnen Sie dieses Vertrauen?

Grünzner: Das muss man sich natürlich verdienen. Es gibt anfangs ganz sicher eine gewisse Hürde, denn der Kunde muss viel offenlegen, er muss uns tief hineinschauen lassen. Aber wie gesagt: Wir machen das in kleinen Schritten.

Woods: Außerdem: Es geht um Kosten! Nur um vermeintlich unabhängig zu bleiben, stellt sich niemand 25 Teillösungen hin, das wird erst richtig teuer. Und noch flexibler als wir kann niemand sein, denn wir sind ein modulares System, wir wachsen mit dem Kunden. Und zum Problem der Abhängigkeit: Die gibt es nicht. Wir kümmern uns schließlich um die Kommunikation – wir sind keine Buchhaltungslösung!

Das Gespräch führten
Susanne Feldt
und Kai-Werner Fajga