

Sehen, was Sache ist ...

IVR

ACD-Lösungen

E-Mail-Response

ASP-Lösungen

CRM

Sprachdialogsysteme

Monitoring

Selfservice

ACD-Systeme

Automatisierung

Frontoffice



Unified Communications

Contact Center

Anbieter und Lösungen
im direkten Vergleich

Dialer

Controlling
Servicequalität

Outbound Lösungen



Sehen, was Sache ist ... Anbieter und Lösungen im direkten Vergleich

Sehr geehrte Damen und Herren,

...**kennen Sie schon** die neusten „Apps“? Nicht nur für das „I-Phone“, sondern auch für Call-, Contact- und Service-Center bieten sich in 2010 eine Vielzahl neuer Technologien und damit neuer Möglichkeiten den Dialog mit dem Kunden zu optimieren. Mit den Themenschwerpunkten der **TeleTalk-Demofo**ren bieten wir Ihnen traditionell zum Jahresauftakt auf der CallCenterWorld einen Überblick über die neuen Technologien und neusten „Apps“ rund um den Kundendialog.

In den Live-Demos führender Technologieanbieter erfahren Sie, welche neuen Anwendungen, Lösungen und Produkte es gibt, wie sie gewinnbringend eingesetzt werden und wie sie funktionieren:

- in schneller Folge
- an zwei Messe-Tagen
- ganztägig

Sie erhalten fokussierte Informationen und Fakten zu den präsentierten Anwendungen und sind durch die vorgegebenen Fragestellungen in der Lage, sich schnell einen Überblick über Angebot und Leistungsfähigkeit der einzelnen Lösungen zu verschaffen und zu vergleichen.

Das **TeleTalk-Demoforum** ist mit dieser kompakten Informationsdichte einzigartig und versteht sich als maßgebliche Praxis- und Entscheidungshilfe für alle Besucher, die nach neuen Lösungen suchen oder Investitionen planen.

Wir wünschen Ihnen gewinnbringende Messetage.



Kai-Werner Fajga
Geschäftsführer
telepublic Verlag



Michael Vlajic
Managementcircle

Das **TeleTalk**-DemoForum-Begleitbooklet wird Ihnen von folgenden Unternehmen präsentiert:



In Zusammenarbeit mit



Themenplan und zeitlicher Ablauf



Erleben Sie Top-Anbieter im direkten Vergleich.

Inhaltsverzeichnis

Selfservice im Contact Center Mit IVR- und Sprachautomation die Kosten senken, den Kundenservice und die Kundenzufriedenheit steigern.	10.02.2010	10.00 - 10.50 Uhr	Seite 4 – 8
	11.02.2010	15.50 - 16.40 Uhr	
CRM-Lösungen für Contact Center Mit CRM-Lösungen den Kundendialog gezielt aufbauen und erfolgreicher gestalten.	10.02.2010	10.55 - 11.45 Uhr	Seite 9 – 13
	11.02.2010	14.55 - 15.45 Uhr	
E-Mail-Management im Contact Center Mit E-Mail-Response-Systemen aktuell auf Kundenanfragen reagieren, Auslastungen im Contact Center besser steuern und effiziente Arbeitsabläufe schaffen.	10.02.2010	11.50 - 12.50 Uhr	Seite 14 – 20
	11.02.2010	13.50 - 14.50 Uhr	
Controlling im Contact Center Mit modernen Softwarelösungen die Qualität im Kundenkontakt sicherstellen.	10.02.2010	12.55 - 13.45 Uhr	Seite 21 – 25
	11.02.2010	12.55 - 13.45 Uhr	
Automatisierung im Contact Center Mit intelligenten Systemen Kundenanfragen auf allen Kontaktkanälen aufnehmen, effizient damit arbeiten und sinnvoll verwalten.	10.02.2010	13.50 - 14.50 Uhr	Seite 26 – 32
	11.02.2010	11.50 - 12.50 Uhr	
Outbound-Optimierung für Contact Center Mit modernen Tools wie Dialern die Kundenkommunikation effizienter und rechtssicher gestalten und gleichzeitig Ressourcen schonen.	10.02.2010	14.55 - 15.45 Uhr	Seite 33 – 37
	11.02.2010	10.55 - 11.45 Uhr	
Unified Communications Unified Communication-Lösungen und Multichannel-Management: Kundendialog in Echtzeit über alle Medien und effiziente Steuerung der internen Kommunikation.	10.02.2010	15.50 - 16.40 Uhr	Seite 38 – 41
	11.02.2010	10.00 - 10.50 Uhr	

„Hallo Kunde!“

Der Kunde gehört in den Mittelpunkt, seine Anforderungen, Möglichkeiten und Fähigkeiten sollten Dreh- und Angelpunkt des Kundenservice sein. Das gilt auch für automatisierte Lösungen wie Sprachportale.

Diese intelligenten Sprachverarbeitungs-lösungen bieten eine Reihe von Vorteilen: Sie stehen rund um die Uhr zur Verfügung, kennen weder Feierabend noch Urlaub und sind stets gleich gelaunt und zu Diensten.

Wenn es um die effiziente Abwicklung von Aufgaben im Customer Service geht, führt daher inzwischen kaum ein Weg an Selfservice-Lösungen vorbei. So übernehmen beispielsweise Sprachportale einfache, aber wichtige Arbeitsschritte, sie erleichtern Geldüberweisungen, Adressänderungen, Ticketbuchungen und Auskünfte jeder Art. Doch auch als Marketinginstrument haben sie sich auf breiter Fläche durchgesetzt. Selbst bei Outbound-Kampagnen greifen Unternehmen auf Sprachautomaten zurück. Darüber hinaus können ganze Prozesse innerhalb des Unternehmens vollautomatisiert abwickelt werden. In Frage kommen dafür beispielsweise Anfragen und Transaktionen, die standardisierbar sind und bei denen kein Beratungsbedarf besteht. Die Palette reicht von Überweisungen im Telefonbanking über Fahrplanauskunft und das Aufladen einer Mobilfunk-Prepaid-Karte bis hin zu Bestellungen, etwa von Waren aus einem Versandhandelskatalog.

Die einzige Voraussetzung ist: Der Selfservice, egal ob am Telefon, im Web oder am Counter vor Ort muss durchdacht, technisch stabil, einfach zu bedienen und benutzerfreundlich sein, wenn es akzeptiert werden soll. Und das muss es, denn nur, wenn Selfservice-Angebote häufig von Kunden genutzt werden, können sie dem Unternehmen mittel- und langfristig Kosten sparen und Abläufe vereinfachen. Komplizierte Menü-

strukturen, zu umfangreiche Menüs, falsch gedachte Verzweigungen, von Kunden unerwartet geforderte – aber notwendige – Angaben und fehlende „Zurück“-Punkte machen die Nutzung eher zur Qual und das Selfservice-Angebot damit zur Pleite auf ganzer Breite. Die Nutzer verlieren die Orientierung, sind auf detaillierte Fragen nicht vorbereitet, hängen in Angebotsdetails fest, geben entnervt auf, sind enttäuscht. Das muss nicht sein.

Menüstrukturen im Portal sollten logisch und übersichtlich aufgebaut werden. Ein Unternehmen sollte zudem klar definieren, welche Ziele es mit dem Selfservice konkret erreichen will und sich dabei nicht in den vielen Möglichkeiten verheddern. Denn nicht alles, was theoretisch geht, ist auch sinnvoll. Für komplexe Fragen, unübliche Problemfälle oder gar Beschwerden sollten besser Servicemitarbeiter zur Verfügung stehen. Ein Hinweis auf diese Notfall-Hilfe gehört ebenfalls zum Selfservice-Angebot.

TeleTalk

Das **TeleTalk**-Demoforum-Begleitbooklet wird Ihnen von folgenden Unternehmen präsentiert:

DRScC







telenet
competence in voice services

Mehr zu diesem Thema lesen Sie jeden Monat in **TeleTalk**-Kundendialog für Profis und auf www.teletalk.de

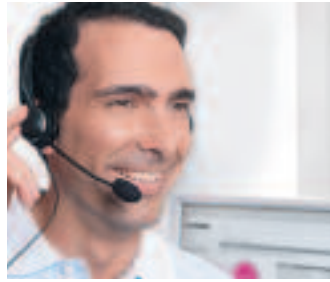
Aufgabenstellung zu diesem Thema auf der Folgeseite.

Auswertungsbogen – Selfservice im Contact Center

				
Unternehmen	Deutsche Telekom	D+S Communication Center	Avaya	Telenet Kommunikationssysteme
Produkt	Voice Navigator/Customer Feedback	Telco Portal Suite		Voice4J
Internet	www.telekom.de/mehrwertloesungen	www.dseurope.ag	www.avaya.de	www.telenet.de
Referenten	Marc Steinweg Produktmanager Managed Services	Christian Pereira Director Business development	Axel Mayer Global Product Manager / Self Service	Jürgen Day Account Manager
Dialogeinrichtung: Aufruf einer Sprachanwendung am Bildschirm (Ablaufdiagramm/Script), Einrichten einer Menüauswahl für Tonwahl oder Spracheingabe und Zuordnung von vorbereiteten Sprachprompts.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Fehlerbehandlung: Definition eines Fehlerdialogs bei Drücken einer falschen Taste oder Nichterkennung einer gesprochenen Antwort des Anrufers.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Menüauswahlstatistik: Übersicht, wie viele Anrufe für einen Service an einem Tag eingegangen sind und sich in einem bestimmten Menüweig bewegt haben.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Serviceaktivierung: Das Zuordnen des Service zu einer Rufnummer für eine bestimmte Tageszeit.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Joker: Funktionsauswahl durch den Anbieter.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Fazit:				

Kundenkontakt optimal gestalten

Mit attraktiven Servicenummern und netzbasierten Contact-Center-Lösungen bietet die Deutsche Telekom leistungsstarke Mehrwertdienste. Sie ermöglichen Anwendern eine Vielzahl gewinnbringender Einsatzmöglichkeiten auf Basis des Intelligenten Netzes der Deutschen Telekom.



Top-Tool für Outbound-Kampagnen

Mit dem Outbound Net Connector lassen sich Contact Center bei Outbound-Kampagnen optimal auslasten. Kunden können die Lösung kostengünstig, schnell und einfach in ihre vorhandenen Kommunikationssysteme integrieren. Der Outbound Net Connector sorgt dafür, dass die nächste Telefonverbindung zu einer Zielrufnummer genau dann zustande kommt, wenn gerade wieder ein Agent frei geworden ist. Zusätzlich fängt der Outbound Net Connector Anrufversuche automatisch ab, die zu einem besetzten Anschluss oder auf ein Faxgerät gelangen. Das alles bedeutet weniger Leerlauf und weniger Falschverbindungen – die Netto-Gesprächszeit wird maximiert. Bei der Lösung kommen nun weitere Kampagnenmanagement-Tools hinzu. Diese werden jetzt auch vollständig webbasiert angeboten, um insgesamt noch schneller und flexibler agieren zu können.

Starke Sprachportale

Das neue Angebot Interactive Voice Response Plus ist ein Sprachportal mit Web-Oberfläche für vielfältige Steuerungs- und Informationsfunktionen. Mit der Lösung können Contact Center ihre Anrufer einfach vorkualifizieren. Sie erfragt automatisch den Anrufgrund, die Beantwortung erfolgt über die Telefontastatur. Anschließend leitet die Interactive Voice Response Plus die Anrufe zum richtigen Ansprechpartner weiter. Besonders interessant: Über die Web-Oberfläche können Nutzer ihren Sprachdialog selbst konfigurieren und jederzeit flexibel veränderten Anforderungen anpassen.

Ein besonders weites Funktionsspektrum bietet das Sprachdialogsystem Voice Web Portal. Damit stellt die Deutsche Telekom eine zukunftsweisende, umfassende Lösung bereit: Contact Center und Unternehmen aus

den unterschiedlichsten Branchen können über das Voice Web Portal große Teile ihrer Kommunikation und ihrer Transaktionen rund um die Uhr automatisch abwickeln. Wesentliche Bausteine dafür sind eine moderne Spracherkennung mit optionaler Sprach-Authentifizierung sowie die automatisierte Sprachausgabe. Anrufer können direkt mit den über das Internetprotokoll angebotenen Datenbanken – etwa Produktlisten oder Kundenstammdaten – kommunizieren. So lassen sich intelligente Voice-Self-Services einfach und kostengünstig realisieren.

Dynamische Anrufverteilung

Die Automatic Call Distribution richtet sich an alle Firmen, die Mitarbeiter oder Dienstleister an unterschiedlichen Standorten in das Routing ihrer Servicenummern einbeziehen wollen. Die Deutsche Telekom optimiert und erweitert die Lösung regelmäßig; jetzt kommen beispielsweise die Funktion Customer Info und die Anrufgrundkodierung hinzu. Customer Info erlaubt es, umfassende Informationen aus dem Routingverlauf zum angerufenen Agenten zu übermitteln; die Anrufgrundkodierung ermöglicht es, Gesprächsthemen im Contact Center systematisch zu erfassen und auszuwerten. Die Deutsche Telekom stellt das Update kostenlos und automatisch bereit.

Kundenkontakte stets im Blick

Den Nutzern der Contact-Center-Lösungen stellt die Deutsche Telekom umfangreiche Monitoring- und Controllingfunktionen zur Verfügung, mit denen sich detaillierte Daten und anwenderspezifische Auswertungen zu den einzelnen Agenten und Servicenummern abrufen lassen. Die Kennzahlenaufbereitung kann je nach Anforderungen ganz individuell gestaltet sein – auf Wunsch auch im eigenen Corporate Design.



Deutsche Telekom AG

Zentrum Mehrwertdienste
Ollenhauerstraße 4
53113 Bonn

Firmendaten:

Dr. Volker Nussbaumer,
Leiter Zentrum Mehrwertdienste

Betätigungsfeld

Die Deutsche Telekom ist führender Anbieter im Bereich der Mehrwertlösungen, mit denen Unternehmen und Call Center ihre Dienstleistungsqualität steigern oder attraktive Inhalte und kompetente Services vermarkten können. Die hochwertigen und medienübergreifende Kontaktlösungen der Deutschen Telekom sind auf die individuellen Anforderungen professioneller Anwender zugeschnitten, entsprechen höchsten Qualitätsstandards und sind als Managed Services flexibel einsetzbar.

Kernprodukte:

Mehrwertlösungen für Sales & Customer Care, Conferencing Services sowie interaktive Medienanwendungen

Referenzen:

BCD Travel, HUK-COBURG Versicherungsgruppe, Michelin Reifenwerke, OTTO Versandhandel, QVC TV-Shopping, Swisscom Telekommunikation

Ihr Ansprechpartner:

freecall 0800 33 00800
www.telekom.de/mehrwertloesungen

Mehr Effizienz und Effektivität im Contact Center

Qualitätserhöhung und Kostensenkung in Einklang bringen – mit der preisgekrönten Voice Portal Suite

Durch den Einsatz moderner Dialogautomatisierungslösungen wird es möglich, die an sich gegenläufigen Ziele Qualitätssteigerung und Kostensenkung im Contact Center in Einklang zu bringen. Die Voraussetzung dafür ist, dass die ausgewählte Lösung einen klaren Exzellenzanspruch hat sowie Branchen- und Contact-Center spezifische Bedürfnisse erfüllt werden. Mit der Voice Portal Suite stellt D+S ein Portfolio von branchenspezifischen Sprachportalen für den (teil-)automatisierten Kundenservice per Telefon zur Verfügung, die es Contact Center-Verantwortlichen ermöglicht, diese Ziele zu realisieren.

Die Entwicklung der Voice Portal Suite basiert auf der Auswertung von hunderttausenden Anrufen in den Service Centern der D+S Gruppe und den dazugehörigen Business-Prozessen. Dieser praxisorientierte An-

malms möglich standardisierte BPM (Business Process Management) Module zu entwickeln, die einerseits branchenübergreifende Prozesse des Contact Centers abbilden, wie zum Beispiel Stammdatenänderung oder die Anforderung von Informationsmaterial, aber andererseits auch industriespezifische Prozesse wie Online-Banking, automatische Zählerstandserfassung oder SIM Karten Aktivierung. Basierend auf ihrer variablen Struktur ist es möglich alle Module schnell und einfach auf die individuellen Unternehmensbedürfnisse anzupassen.

Durch diesen Einsatz von Standardisierung anstatt immer neuen Individualentwicklungen ermöglicht der Voice Portal Suite Ansatz qualitativ hochwertige Automatisierung von telefonischen Standardanfragen im Kundenservice Center.

Für den einfachen und schnellen Einsatz von Sprachportalen, ohne Investitionskosten für Hardware und Personal, bietet D+S die Möglichkeit diese Anwendungen im unternehmenseigenen Rechenzentrum im Outsourcing betreiben zu lassen. Neben einer ausfallsicheren, redundanten Auslegung sichert der Einsatz von „Best-of-breed“ Technologien den technisch immer höchsten Standard und somit eine optimale Qualität der Anwendung.



satz ist eine deutliche Verbesserung gegenüber der bisher üblichen Betrachtung dessen, was technisch alles möglich ist und nicht dessen, was tatsächlich einen Mehrwert erzeugt.

Durch diesen wertorientierten Ansatz wurde es erst-



D+S communication center management GmbH

Kapstadttring 10
22297 Hamburg

Firmendaten:

Geschäftsführer:

Dr. Gerold Linzbach, Tobias Hartmann, Mario Bethune-Steck, Michael Pflösch, Bernd Rehder

Gründung: 2007

100%ige Tochter der D+S europe AG mit über 7.000 Mitarbeitern

Betätigungsfeld:

Die D+S communication center management GmbH betreut in zehn Service Centern mehrere Millionen Privatkunden von Unternehmen aus Branchen wie Energie, Telekommunikation, Medien, Banken/Versicherungen, Entertainment und Handel.

Kernprodukte:

u.a. Dialogautomatisierung Komplettangebot bei Sprachportalprojekten, Standardlösungen für Agent-front-ends sowie eMail- und Knowledge-Management, Verfügbarkeits- und Performance-optimierung, CRM- und Datawarehouse-Lösungen

Referenzen:

Bosch Junkers, Condor, Deutsche Bahn, Generali, Mainova, The Phonehouse, VR-Netze

Ihr Ansprechpartner:

Christian Pereira

Director Business Development

Tel.: 040 / 4114-4114

E-Mail: info@ds-cc.de

Internet: www.ds-cc.de

Voice Portal Suite - Branchenspezifische Sprachportale			
Modularer Aufbau	Hosting	Dynamisches Call Routing	Free Speech
<ul style="list-style-type: none"> 1. Logikentwicklung 2. Sprachentwicklung 3. Accountmanagement 4. Callcentermanagement 5. CRM-Integration 6. Produktintegration 7. Callcenter-Integration 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Webhosting 2. Application Hosting 3. Application Hosting 4. Application Hosting 5. Application Hosting 6. Application Hosting 7. Application Hosting 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Webhosting 2. Application Hosting 3. Application Hosting 4. Application Hosting 5. Application Hosting 6. Application Hosting 7. Application Hosting 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Webhosting 2. Application Hosting 3. Application Hosting 4. Application Hosting 5. Application Hosting 6. Application Hosting 7. Application Hosting

Jetzt kommt das Jahrzehnt der Sprachsteuerung!



Theo Lutz, Schüler des legendären Kybernetikers Max Bense, erarbeitete als technischer Chefredakteur zum 70jährigen Firmenjubiläum von IBM eine bemerkenswerte Studie. Lutz versuchte, mit „Zehn mal 2010“ die IBM-Version vom Computing im Jahre 2010 zu erklären. Interessant ist die fünfte These. **So prognostizierte Lutz, dass der Mensch mit dem Computer „umgangssprachlich“ in Schrift und Stimme kommunizieren wird.** Technisch ist man mittlerweile soweit, die Mensch-Maschine-Kommunikation in normaler Sprache zu ermöglichen. Der Google-Forschungsdirektor Peter Norvig ist davon überzeugt, dass in Zukunft die Web-Suche nicht mehr getippt, sondern per Sprache gesteuert wird.

Multimodale Systeme, also Anwendungen, die sich über Sprache, Gesten oder Tastatur bedienen lassen, haben nach Einschätzung der Firma Telenet ein Marktpotenzial, das bislang nur in Ansätzen ausgeschöpft wird. Das will der Spezialist für Sprachdialogsysteme ändern: So hat er gemeinsam mit SemVox eine Mobilfunkapplikation für die Veranstaltungssuche konzipiert. Durch die Einbindung von Services wie Google Maps, YouTube oder Google Calendar bekommt man neben den Suchergebnissen auch Videos und weitere Informationen. **„Die Sprache als Steuerungsmedium für komplexe Eingaben bei mobilen Endgeräten einzusetzen, ist naheliegend. Die kleinen Tastaturen und Bildschirme erschweren die Nutzung der Webdienste auf dem Handy“**, so Dr. Florian Hilger, Leiter Innovation bei Telenet. Automatische Sprachverarbeitung beschränke sich aber nicht nur auf das Erkennen von Kommandos oder das Diktieren. „Sie kann auch zur automatischen Verschriftung von Sprachnachrichten genutzt werden

und so die Grenze zwischen E-Mail und Voice-Mails auflösen“, erklärt Hilger. Zudem werde die automatische Verifikation des Sprechers an Bedeutung gewinnen, wenn Banktransaktionen und andere Serviceleistungen zunehmend mobil durchgeführt werden.

Weitere Einsatzmöglichkeiten sieht Telenet im telefonischen Kundenservice, etwa im Mittelstand. So könnten Firmen mit dem Produkt **„Telenet Swichtboard“** eine automatisierte Telefonzentrale schlüsselfertig kaufen. Für den Kunden ist man rund um die Uhr und ohne Wartezeiten erreichbar. Investitionen in zusätzliches Personal entfallen. Eingehende Anrufe werden durch viele Vermittlungseigenschaften und die mögliche Anbindung an bestehende Systeme schnell und flexibel weitergeleitet, beispielsweise auf das Mobiltelefon. Das System erkennt sogar, ob der gewünschte Ansprechpartner im Meeting ist und organisiert den Rückruf. Telenet setzt dabei auf Standardprodukte nach dem Prinzip eines Legobaukastens ohne aufwändige Schulungen.



Mit der Lösung **„Telenet Customer Survey“** erhalten Unternehmen mit telefonischen Kundendienst ein Werkzeug an die Hand, mit der sie die Qualität ihrer Services jederzeit messen können. Der Nutzen einer solchen Lösung – auch gegenüber persönlichen Befragungen – liegt auf der Hand: Zu geringen Kosten können beliebig viele Befragungen durchgeführt werden. Die Fragebögen werden mit einer intuitiv bedienbaren Web-Oberfläche erstellt. Die Ergebnisse sind über Echtzeit-Monitoring sofort abrufbar, um punktgenau die Kundenzufriedenheit zu messen.



Telenet GmbH Kommunikationssysteme

Marsstrasse 33
80335 München

Firmendaten:

Geschäftsführer:

Jörg Emonts
Josef Huber

Gründung: 1982

Mitarbeiter: 45

Entwickler: 35

Betätigungsfeld:

Telenet GmbH Kommunikationssysteme ist einer der führenden Spezialisten für Sprachdialoglösungen sowie Testlösungen für VoIP, Voice, Video, Sprachanwendungen und Contact Center im deutschsprachigen Raum. Telenet Sprachanwendungen finden insbesondere bei Finanzdienstleistern, Telekommunikationsanbietern sowie in Transport, Verkehr und Logistik ihren Einsatz.

Kernprodukte:

Voice-Selfservices, Switchboard, Customer Survey, Voice & Web, Issue Tracking, Störfallmanagement, Testlösungen, Banking

Referenzen:

ADAC, E-plus, T-Mobile, Swisscom, Vodafone, Dresdner Bank, Fiducia IT AG, CISCO, Jung von Matt

Ihr Ansprechpartner:

Jürgen Day

Tel.: 089 36073-121

Fax: 089 36073-125

E-Mail: j.day@telenet.de

Internet: www.telenet.de

Seine Kunden kennen

Früher war alles besser, sagt man gern. Ging der Kunde einst in den kleinen Laden an der Ecke, wußte der Besitzer stets, welchen Wein der Kunde trinkt, dass dessen Oma Rheuma hat und Saure Gurken nur in Nachwuchsfällen gefragt sind. Je größer das Geschäft wird, desto schwieriger wird es, den Kunden persönlich zu kennen, erst recht, wenn man ihn persönlich noch nie gesehen hat, weil es räumlich schlicht unmöglich ist. Zwar wissen Kunden die Vorteile großer Unternehmen durchaus zu schätzen, finden es parallel aber trotzdem schön, wenn der Agent im Frontoffice beim Telefonkontakt weiss, was zuletzt gekauft wurde, ob man damit zufrieden war und ob die letzte Rechnung bezahlt ist. Diese Wissensmenge wird auf Unternehmensseite logischerweise immer größer und damit immer komplexer zu handhaben, je mehr Kunden ein Unternehmen betreut.

Um den Kontakt zum Kunden trotzdem nicht zu verlieren, greifen Unternehmen auf CRM-Software (Customer Relationship Management) zurück. Das beginnt bei der professionellen Software für die Bestellannahme: CRM-Software ermöglicht beispielsweise die effiziente Auftragsbearbeitung und sammelt und verwaltet Kundendaten. Die Software an der Schnittstelle zum Kunden hat dabei eine Vielzahl von Funktionen zu bieten: Sie hilft nicht nur bei der Verwaltung der Daten, sondern ermöglicht auch die Analyse des Kundenverhaltens, kann Vorschläge für neue Produkte und Dienste geben und macht so Cross- und Up Selling möglich.

Um einem Agent die Kundenhistorie eines Anrufers anzeigen zu können, muss das CRM-System ihn zunächst erkennen. Das erfolgt meist anhand der Rufnummer des Kunden. Daneben ist auch die Bearbeitung anderer Kontaktkanäle wie E-Mail, Fax, SMS oder Web möglich. Ist der Kunde identifiziert und sein Anliegen in das System eingegeben, ermöglicht eine CRM-Lösung die Weiter-

verarbeitung in unterschiedlichen Formaten. Das heißt, auf Knopfdruck lassen sich Standardbriefe, Faxe oder SMS erzeugen, die den Vorgang zum Abschluss bringen und ihrerseits im System vermerkt werden. CRM-Systeme erstellen Anrufstatistiken, im- und exportieren die relevanten Daten und liefern Reports für einzelne Mitarbeiter im Kundenkontakt. Webbasierte Systeme können darüber hinaus sowohl in einzelnen Call Centern als auch in verteilten Standorten, bei der Telearbeit und im Homeoffice zum Einsatz kommen und machen mehr Flexibilität bei der Personaleinsatzplanung möglich.

Daneben können so genannte Wissensdatenbanken den Agents die tägliche Arbeit erleichtern, denn sie bieten beim Kundenkontakt den schnellen Zugriff auf Informationen zu Produkten, Diensten, Konditionen oder fachlichen Hintergründen. Die ist gerade bei erklärungsbedürftigen Angeboten von Vorteil. Die Wissensdatenbanken sind üblicherweise der Höhe der Zugriffszahlen und der Zahl der Agents angepasst, eignen sich also sowohl für kleine wie große Unternehmen. Werden Mitarbeiter beim Aufbau und der Erweiterung von Wissensdatenbanken eingebunden, erweitert sich die Software inhaltlich stetig weiter. Können Agents zudem eintragen, zu welchen Themen oder Anfragen der Kunden sie Informationen vermissen, liefert dies wertvolle Hinweise auf mögliche Probleme auf Kundenseite. Kundendaten und Produktwissen.

CRM-Software unterstützt so auf vielfältige Weise die Arbeit von Kundenzentralen – und zwar solche mit zehn Mitarbeitern ebenso wie solche mit 1.000 Arbeitsplätzen. Bei der Wahl des Systems ist aber auch darauf zu achten, wie umfangreich oder einfach der Schulungsaufwand für die Mitarbeiter ist.

TeleTalk

Das **TeleTalk**-DemoForum-Begleitbooklet wird Ihnen von folgenden Unternehmen präsentiert:

4Com


almato
contact center solutions

bsi
meet your clients

Mehr zu diesem Thema lesen Sie jeden Monat in **TeleTalk**-Kundendialog für Profis und auf www.teletalk.de

Aufgabenstellung zu diesem Thema auf der Folgeseite.

Auswertungsbogen – CRM-Lösungen für Contact Center

	 contact center solutions		 meet your clients
Unternehmen	Almato GmbH	4Com GmbH & Co.KG	BSI Business Systems Integration AG
Produkt	eglue-Realtime InterAction Management	4Com Virtual & Local CRM	BSI CRM
Internet	www.almato.de	www.4com.de	www.bsiag.com
Referenten	Peter Beckschäfer Senior Account Manager	Karsten Schiller Account Manager	Zeno Hug Sales-Manger
Anrufeingang: Aufrufen einer Kundenmaske (samt Kundenhistorie) bei Eingang eines Anrufs, Auswählen und Anzeigen eines Vorgangs aus der Kundenhistorie und Anlegen eines neuen Vorgangs.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Kundenverwaltung: Aufruf eines Kundenstammsatzes und ändern einer Kundenadresse.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Anrufstatistik: Darstellung der Anruftzahlen zu einem Thema und Übersicht der durchschnittlichen Bearbeitungsdauer.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Outbound: Abbildung einer Outboundkampagne mit den Steps Kundenansprache Telefon/ Kundenansprache E-Mail /Info-Versand /Nachfass-Aktionen.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Joker: Funktionsauswahl durch den Anbieter.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Fazit:			

Customer Interaction Management und mehr ...

Optimale Ergebnisse aus jedem Kundenkontakt

Die almato GmbH bietet innovative Lösungen, die Customer Service Center in die Lage versetzen, aus jedem einzelnen Kundenkontakt optimale Ergebnisse zu erzielen. Ein Schwerpunkt der Geschäftsaktivitäten liegt auf dem Vertrieb und der Implementierung der CRM-nahen Softwarelösung

„eglu InterAct“ zur Steuerung der Kundeninteraktion auf Basis von Echtzeitdaten aus den verschiedensten Systemen sowie darin integrierte Analyse- und Reporting-Tools.

Die Kunden von almato schätzen den praxiserprobten und lösungsorientierten Ansatz. Um flexibel auf wechselnde Geschäftsanforderungen und unvorhersehbare Kundenreaktionen reagieren zu können, erfolgt in enger Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber die Erstellung einer Business Analyse auf deren Basis unternehmensspezifische Business

Rules festgelegt werden. Diese Business Rules bilden die Grundlage für Handlungsempfehlungen, die jeden Mitarbeiter des Contact Center in die Lage versetzen, die für den Kunden und das Unternehmen richtige Entscheidung zu treffen. Die Erhebung von mitarbeiterrelevanten Daten erfolgt vor dem Hintergrund der besonderen arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen in Deutschland.

Jedem almato Kunden steht ein umfassendes und individuelles Projektmanagement zur Verfügung, das neben der Installation des Systems vor allem ein ausführliches Training und zusätzlich ein spezielles Consulting beinhaltet.



Peter Beckschäfer

Einsatzbereiche von eglu InterAct

Umsatz

- Hinweis auf individuelle Angebote für den Kunden
- Steigerung der Cross-Selling Quote
- Erhöhung der Lead-Generierung in Service Calls

Retention

- Konkrete Handlungsanweisungen für die Agenten bei abwanderungswilligen oder -gefährdeten Kunden
- Basis ist der individuell berechnete Kundenwert

Effizienz

- Automatisierter Transfer von Daten zwischen Systemen

- Reduzierung von Fehleingaben
- Senkung der AHT

Training

- Schrittweise Führung durch Prozesse bei neuen Systemen
- Anpassung an das jeweilige Skill-Level des Agenten
- Verkürzung von Trainingszeiten

Compliance

- Überwachung von kritischen Prozessen
- Alarmfunktion bei Abweichungen

Die Erfahrungswerte von Projekten bei namhaften Unternehmen zeigen einen Return on Investment (ROI) in nur sechs bis neun Monaten.

Auf der CallCenterWorld® 2010 wird die neue Software vorgestellt.

almato auf der CallCenterWorld® 2010 in Halle 4 Stand B7

und zusätzlich beim **TeleTalk DemoForum** am 10. Februar von 10.55 Uhr bis 11.45 Uhr (CRM-Lösungen für Contact Center) und von 12.55 Uhr bis 13.45 Uhr (Controlling im Contact Center) und am 11. Februar von 12.55 Uhr bis 13.45 Uhr (Controlling im Contact Center) und von 14.55 Uhr bis 15.45 Uhr (CRM-Lösungen für Contact Center).

almato
contact center solutions

almato GmbH

contact center solutions
Wöhrdstraße 5
72072 Tübingen

Geschäftsführer: Peter Gißmann

Standorte:

Tübingen, Wien, Zürich

Betätigungsfeld:

Mit den Lösungen der almato GmbH erzielen unsere Kunden aus jedem Kundenkontakt optimale Ergebnisse. Ein Fokus unserer Geschäftsaktivitäten ist der Vertrieb und die nachweisbar erfolgreiche Implementierung einer CRM-nahen Softwarelösung zur Steuerung der Kundeninteraktion auf Basis von Echtzeitdaten aus den verschiedensten Systemen sowie darin integrierte Analyse- und Reporting-Tools.

Kernprodukt:

eglu InterAct

Referenzen:

CARGLASS, Citibank, Commerz Direktservice, FLYLINE Tele Sales & Services, Goodyear Dunlop Tires Germany, Gothaer Versicherungen, HanseNet, IKEA Deutschland, KLM, Lands' End, Lufthansa Global Telesales – weltweit, L'TUR Tourismus, Neuf Cegetel, OTTO, Stadtwerke München, SWISS International Airlines und Vivento Customer Services

Ihre Ansprechpartner:

Peter Gißmann
Tel.: +49 7071 79569-10
peter.gissmann@almato.de

Peter Beckschäfer
Tel.: +49 7071 79569-21
peter.beckschaefer@almato.de

www.almato.de

Das webbasierte CRM für Vertrieb, Marketing, Support

Von der Planung, Durchführung und Auswertung von Marketing-Kampagnen über die vertriebliche Potential-Verwaltung mit Angebots- und Rechnungsstellung bis zum Support mit Trouble-Ticket-System und Wissensdatenbank ermöglicht das 4Com Virtual & Local CRM alle Kundenkontakte ganzheitlich zu organisieren.

Das 4Com CRM ist komplett webbasiert und damit standortübergreifend einsetzbar. So können problemlos mehrere Standorte, externe Dienstleister, Heimarbeitsplätze und Außendienst-Mitarbeiter auf das System zugreifen. Bei Bedarf auch mobil.

Mit dem 4Com CRM können Sie komfortabel Ihre Daten verwalten, Leads verfolgen und Verkaufspotenziale ermitteln. Außerdem lässt sich von der Angebotserstellung über das Bestellmanagement bis zum Rechnungsmanagement der gesamte Bestellprozess abbilden. Auch das Beschaffungsmanagement mit den Bereichen Produktverwaltung, Preislisten und Lieferanten ist integriert. Kampagnenmanagement, Trouble Ticket-System und Wissensdatenbank sind weitere wichtige Module. Ein ausführliches Berichtswesen, ein individuelles Cockpit sowie ein ausgefeiltes Rechtssystem vervollständigen die Lösung.

Nützliche Tools sind z. B. E-Mail-Bearbeitung, Dokumentenmanagement, Kalender- und Aufgabenverwaltung, Outlook-Synchronisation, Office-Plugin, CTI-Integration sowie die Anbindung an die 4Com Produkte.

Die CRM-Lösung basiert auf vtiger, einer der weltweit führenden CRM-Open-Source-Lösungen. Die Lösung wird von 4Com um weitere Module und Anbindungen erweitert. Außerdem setzt 4Com Ihre Anforderungen um und übernimmt Support, Wartung und Updates. Durch die Anbindung des 4Com Power-Dialers und der 4Com ACD wird eine nahtlose Bearbeitung der In- und Outbound-Kontakte gewährleistet.



4Com CRM & ACD

Die 4Com Virtual & Local ACD kann direkt an das 4Com CRM angebunden werden. Die ACD sorgt per CTI-Funktion für den automatischen Pop-up des entsprechenden Datensatzes. Optional können Sie auch das 4Com IVR zur Anruferqualifizierung einsetzen. Dabei werden die im IVR Menü eingegebenen Daten direkt ins CRM übernommen. Zudem steht dem Mitarbeiter in der 4Com ACD eine Outbound-Funktion zur Verfügung.

4Com CRM & Power-Dialer

Der 4Com Virtual & Local Power-Dialer kann direkt an das 4Com CRM angebunden werden. Dabei haben Sie 2 Möglichkeiten, Kampagnen zu bearbeiten. Entweder mit der Datenmaske des CRM. Dabei werden die Daten in den Power-Dialer importiert, der Dialer wählt die Datensätze für Sie an und die Bearbeitung der Kontakte erfolgt direkt im CRM. Alternativ nutzen Sie die Datenmaske des Dialers. Dabei wird stets nur der aktuell angewählte Datensatz in den Dialer importiert, bearbeitet und automatisch wieder exportiert. So ist das CRM stets aktuell.

4Com CRM mit 4Com Messenger

Das 4Com CRM wird in einer späteren Version auch an den 4Com Messenger angebunden. Dann ist es möglich, per Einzelversand direkt aus einem CRM-Kontakt heraus oder per Massenversand (über CRM Kampagnen) auch E-Mails, Faxe, Briefe oder SMS zu senden. Auch hier wird die Kontakthistorie im CRM automatisch gepflegt sowie die versendeten Dokumente dem Kontakt beigelegt.

4Com

4Com GmbH & Co. KG

Podbielskistraße 325
30659 Hannover

Firmendaten:

Geschäftsführer:

Jürgen Pleitei,
Holger Klewe

Gründung: 1994

Mitarbeiter: 39

Entwickler: 25

Betätigungsfeld:

4Com ist ein führender Provider für Mehrwertdienste & Servicernummern und bietet Pay per Use-basierte Lösungen rund um das Thema In- & Outbound-Kommunikation im Call-Center nach dem ASP-Modell.

Kernprodukte:

Virtual & Local ACD, Virtual & Local Power-Dialer, Personaleinsatzplanung, Virtual & Local CRM, Servicernummern, Automatische Kundenbefragungen, Voice-Self-services

Referenzen:

AWD Deutschland GmbH, htp GmbH, Achatz Communications, E.ON Avacon AG, Hanseatic Bank GmbH & Co KG, E.ON Westfalen Weser AG, Praktiker AG

Ihr Ansprechpartner:

Tel.: 0800 - 4 888 999

Fax: 0800 - 4 888 999 - 7

E-Mail: vertrieb@4com.de

Internet: www.4com.de

CCWorld 2010 • Halle 4, Stand B2

Im Kundenkontakt überzeugen

Ob Telefon, Mail, Web oder Besprechung: Jeder Kundenkontakt ist eine Chance. Software von BSI erlaubt es, den individuellen Dialog via Call und Contact Center systematisch in Geschäftsprozesse einzubetten.

Welchen Kunden ist es nicht leid, 13-stellige Kundennummern aufzusagen? Sollten Call-Center-Agenten nicht lieber mehr Zeit in Gespräche mit Ihren Kunden investieren, als in die Beherrschung mehrerer IT-Systeme? Mit der neuen Contact Center-Sicht der Schweizer Software-Lösung BSI CRM haben Call Center-Mitarbeiter und Kundenbetreuer eine effiziente Unterstützung bei der Bearbeitung von Kundenanliegen. Bei Anruf erkennt BSI CRM den Kunden und bringt das vollständige Kundendossier auf den Bildschirm.

Der intuitiv verständliche Prozess Wizard schleust die Agenten zielsicher durch vordefinierte Prozesse, wie zum Beispiel den Fall „Karte verloren“ – vom Eintreffen der Kundenanfrage bis zur Erledigung. Der Schulungsaufwand für Call Center-Mitarbeiter wird dank dieser Methode erheblich reduziert, was sich auch bei den Anschaffungskosten für die Lösung bemerkbar macht.

Im Gegensatz zu einer reinen Call Center-Lösung, unterstützt das BSI CRM Contact Center alle Kommunikationskanäle – Telefon, Post, Fax, E-Mail und Web-Formulare. So hat der Kundenbetreuer alle Informationen im Blick und erhält eine 360°-Sicht auf die Kundendaten.

„Von BSI CRM erwartet der Kundendienst eine klare Vereinfachung der Abläufe und dadurch eine höhere Qualität in der Bedienung unserer Kunden.“

*Daniel Anders, CEO Corporate Center,
Viseca Card Services SA*



Vorteile:

- Kundendialog von A bis Zufriedenheit – hohe Auskunftsbereitschaft dank 360°-Sicht auf die Kundendaten.
- Einfach in der Anwendung – das Feedback von 20.000 Anwendern bezeugt dies.
- Prozesse statt Einzelaktionen – die Agenten werden vom Eintreffen der Kundenanfrage bis zur Erledigung geführt.
- Kostensicherheit – dank Fixpreisen.
- Kosteneffizienz – Total Cost of Ownership überzeugt dank Integration in die jeweilige Systemlandschaft, modularem Systemaufbau sowie grösster Effizienz in Schulung und Support.



BSI Business Systems Integration AG

Täferenstrasse 16a
CH-5405 Baden / Schweiz

Firmendaten:

Geschäftsführer:
Christian A. Rusche

Gründung: 1996

Mitarbeiter: 150

Entwickler: 130

Betätigungsfeld:

Entwicklung und Implementierung von Software-Lösungen für Beziehungs- und Prozessmanagement (BSI CRM, BSI Ticket, BSI Counter, BSI CTMS)

Kernprodukte:

Prozesskonfiguration und -steuerung, Kanalverwaltung, Geschäftsvorfallverwaltung, Eskalationsmanagement, Wissensmanagement, Scripts, Teams und Gruppen

Referenzen:

Hermes Logistik Gruppe,
KarstadtQuelle Versicherungen,
M-net Telekommunikations
GmbH, PostFinance, Viseca Card
Services SA

Ihr Ansprechpartner:

Zeno Hug

Tel.: +41 56 484 19 59
Fax: +41 56 484 19 30
E-Mail: zeno.hug@bsiag.com
Internet: www.bsiag.com

Für E-Mail-Schnellschreiber

Schnell mal eben anrufen oder schnell mal eben eine E-Mail schreiben? Viele Kunden entscheiden sich für letzteres – mit gutem Grund: Der Versand einer E-Mail lässt sich im Zweifelsfall für den Kunden belegen, der Anrufversuch nicht. Kein Wunder also, dass die elektronische Post neben dem Telefon mit zum wichtigsten Kontaktkanal in der Kundenkommunikation avanciert ist. Kein Unternehmen kann es sich leisten, nicht wenigstens ein elektronisches Kontaktformular auf seiner Homepage zur Verfügung zu stellen. Doch die E-Post bringt auch Arbeit mit sich, denn wer schnell fragt, will schnell Antwort.

Bei Standard-Mail-Anfragen gilt eine Antwortzeit von mehr als zwei Stunden schon als mäßig, bei komplexen Sachverhalten wird ein Tag als Bearbeitungszeit gerade so akzeptiert. Wie lässt es sich da gewährleisten, dass erstens kein Anliegen unter den Tisch fällt und die Antworten zweitens trotz Zeitdruck den Anfragen in Form und Inhalt gerecht werden? Helfen können hier einerseits talentierte, fachkundige Schnellschreiber, andererseits auch der Einsatz einer E-Mail-Management-Lösung beziehungsweise eines E-Mail-Respons-Systems. Diese Lösungen ermöglichen es, die Bearbeitung von E-Mail effizienter zu gestalten, die Agents damit zu entlasten und insgesamt die Produktivität der Kundenbetreuung zu steigern – ohne Kunden zu verärgern. Dabei liegt die wahre Leistung einer Softwarelösung zur intelligenten E-Mail-Verarbeitung nicht darin, vorformulierte Empfangsbestätigungen zu verschicken. Besonders wichtig beim E-Mail-Management ist stattdessen die Fähigkeit, den Inhalt einer eingehenden E-Mail automatisch zu analysieren und dem Mitarbeiter automatisiert komplette Antwortvorschläge zu geben, die sich mit Hilfe von Textbausteinen oder eigenen Eingaben erweitern lassen. Dann geht das Tempo nicht zu Lasten des Inhalts. Die Fähigkeiten eines E-Mail-Respons-

Systems gehen aber meist erheblich über das Weiterleiten, Analysieren und Bearbeiten hinaus: Die Möglichkeiten reichen bis hin zur völligen Automatisierung der Antworten und dem Auslösen paralleler Unternehmensanwendungen. Selbstlernende Systeme erweitern etwa automatisch, so vorhanden, die Wissensdatenbank im Hintergrund. Moderne Respons-Systeme arbeiten zudem medienübergreifend. Sie kategorisieren nicht nur eingehende E-Mails, sondern auch Faxe, Voice-Nachrichten oder SMS und verbinden diese. So lassen sich beispielsweise Eingangsbestätigungen per SMS versenden, in denen auf eine vollständige Antwort in einer nachfolgenden E-Mail verwiesen wird. Und die Lösungen lassen sich nicht nur im Inbound, sondern auch im Outbound nutzen: Dabei werden E-Mails markiert, gesammelt und zu einem bestimmten Zeitpunkt automatisch an die gewünschte Zahl von Adressaten verschickt.

Konkrete Mindest-Anforderungen an jedes E-Mail-Management-System sind das Reporting und Monitoring, das Skill-basiertes Routing der Anfragen und die Überwachung der Servicelevel. Dabei kann die Software die Antwortzeiten nicht nur überprüfen oder erfassen, sondern auch darauf hinweisen, wenn definierte Antwortzeiten überschritten werden und so die Bearbeitung initiieren. Im Idealfall erhalten die bearbeitenden Agents eine Kontakthistorie, in der alles, auch Gespräche am Telefon, penibel vermerkt sind. Umgekehrt sollten auch Call Agents darüber informiert sein, wenn sich ein Anrufer zuvor bereits elektronisch an den Kundenservice gewandt hat.

TeleTalk






Das **TeleTalk**-Demoforum-Begleitbooklet wird Ihnen von folgenden Unternehmen präsentiert:



Mehr zu diesem Thema lesen Sie jeden Monat in **TeleTalk**-Kundendialog für Profis und auf www.teletalk.de

Aufgabenstellung zu diesem Thema auf der Folgeseite.

Auswertungsbogen – E-Mail-Management im Contact Center

					
Unternehmen	SAP Deutschland	ItyX Solutions	gsc-consult	Empolis GmbH	novomind AG
Produkt	SAP CRM / SAP BCM	Mediatrix ERMS	VERA Virtual Email Response Assistant	Mail Minder/Service Lifecycle Suite	novomind iMail™
Internet	www.sap.de/callcenter	www.ityx.de	www.gsc.ag	www.empolis.com	www.novomind.de
Referenten	Markku Helin Director Solution Management SAP BCM	Andreas Klug Vorstand	Günter Schwarz Geschäftsführer/CEO	Carsten Fiegler Vertriebsleiter Mitte/West	Peter Samuelsen Vorstand
Antwort generieren: Empfang oder Auswahl einer eingegangenen Mail mit einer Frage aus der Warteschlange, Anzeige der generierten Antwortvorschläge des Systems zur Beantwortung der E-Mail, Auswahl einer Antwort und Zuweisung einer E-Mail zur Bearbeitung per Agenten.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Manuelle Ergänzung: Hinzufügen einer Schlusszeile, Überprüfung der Zeile per Rechtschreibprüfung und Korrektur eines Schreibfehlers.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Produktivitätsauswertung: Auswertung, wie viele E-Mails von einem Agent an einem Tag bearbeitet wurden und wie lange dies im Schnitt gedauert hat.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Wissensbasis: Demonstrieren, wie automatisch generierte Antworten und Kundenanfragen in einer Kundenhistorie hinterlegt/sichtbar werden.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Joker: Funktionsauswahl durch den Anbieter.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Fazit:					

E-Services mit Köpfchen

Kunden binden, Qualität steigern, Prozesse optimieren, Transparenz erhöhen, flexible Personalplanung und das mit geringeren Kosten, bei gleichzeitig wachsenden Kundenansprüchen und rapide steigendem Kommunikationsaufkommen auf allen Kanälen – das sind die Herausforderungen, die es zu meistern gilt, um im heutigen Marktumfeld zu bestehen.



Empolis GmbH

Europaallee 10
67657 Kaiserslautern

Die Empolis GmbH und die Living-e AG bieten für diese Aufgabenstellung die einzigartige Kombination der bewährten Multi-Channel-Management-Software MailMinder und der perfekt auf den Service Lifecycle zugeschnittenen Wissensmanagement-Software e:SLS. Dabei liefert die e:SLS die relevanten Hintergrundinformationen auf die eingehenden Anfragen, während MailMinder dafür sorgt, dass die Informationen den Kunden effizient per Mail, Fax, Brief oder SMS erreichen.

MailMinder ist ein selbstlernendes System, das bis zu 100% der eingehenden Nachrichten (E-Mails, SMS, Briefe, Faxe und Anruferfassungen) automatisch beantworten kann. Die Nachrichten werden dazu in einem patentierten Prozess analysiert, automatisch sortiert und – wenn gewünscht – automatisch beantwortet. Alternativ werden die Nachrichten in passende Queues geleitet und dem Agenten Antwortbausteine zur schnellen Beantwortung zur Verfügung gestellt. Abschließend können alle Dokumente übersichtlich und leicht auffindbar in einem Wissenspool gespeichert werden.

Praxis-Beispiel: MailMinder ermöglicht dem Internet Service Provider 1&1, die über 14.000 Mails pro Tag zu sortieren und trifft bereits Vorentscheidungen, wann beispielsweise eine automatische Antwort erfolgen kann oder wann eine Fachabteilung die Beantwortung übernehmen muss. Dies verringert die Wartezeiten für die Kunden und trägt somit stark zur Kundenzufriedenheit bei.

Ergänzend hierzu unterstützt die Empolis:Service Lifecycle Suite mit relevantem

Wissen und sorgt dabei für die Industrialisierung von Informationsprozessen im Kundenservice. Dadurch befähigt die e:SLS Unternehmen, die korrekte Antwort auf komplexe Kundenanfragen schnellstmöglich zu geben und liefert alle relevanten Informationen zu einem Vorgang automatisch an den Mitarbeiter. Bei komplexen Problemstellungen helfen dynamische Entscheidungsbäume, Lösungen ohne weitere Eskalationsstufen zu finden. Informationen und Lösungen können über das Content Management System intern und extern zur Verfügung gestellt werden.

Der kombinierte Einsatz beider Systeme bietet einen erheblichen Mehrwert und stellt eine am Markt einzigartige E-Service-Lösung dar. Die hervorragenden Text-Analyseverfahren beider Systeme erlauben die direkte Interaktion Ihrer Kundenkommunikation mit Ihren internen Informationsquellen. Dabei spielt es keine Rolle, welche der von Ihnen angebotenen Kanäle Ihre Kunden wählen, um mit Ihrem Unternehmen in Kontakt zu treten und welche Informationsquellen Sie freigeben.

MailMinder und Empolis:Service Lifecycle Suite

Funktionen von MailMinder und e:SLS:

- Workflowmanagement mit tiefer Integration von Drittsystemen
- Cross Channel Communication
- Intelligentes Routing und (teil-)automatisierte Beantwortung
- Dynamische Antwort-Generierung
- Queue Management
- Intelligente Antwortbausteine
- Einfache Einbindung aller internen und externen Informationsquellen
- Geführte Diagnose mittels dynamischer Entscheidungsbäume
- Zielgerichtete Suchfunktionalität mit Dialogführung
- Extraktion von relevanten Fakten aus natürlichsprachlichen Eingaben
- Umfangreiche Content Management Funktionalität
- Umfassendes Echtzeit-Reporting

Firmendaten:

Geschäftsführer:

Dr. Stefan Wess
Dr. Peter Tepassé

Gründung: 1986

Mitarbeiter: 250

Betätigungsfeld:

Empolis bietet eine integrierte Suite von Business Applications, die mit Hilfe semantischer Informationstechnologien die exponentiell wachsende Menge unstrukturierter Daten analysieren, interpretieren und automatisiert verarbeiten kann. Entscheider, Experten, Supportmitarbeiter und Kunden erhalten so stets situations- und aufgabengerecht genau das Wissen, das für ihre Arbeit relevant ist.

Kernprodukte:

Empolis:Service Lifecycle Suite,
MailMinder (Living-e AG)

Referenzen:

1&1, Arcor, o2, Nokia Siemens Networks, Siemens, Versatel uvm.

Ihr Ansprechpartner:

Martina Tomaschowski

Tel.: 0631 / 303 55 03

Fax: 0631 / 303 55 07

Martina.Tomaschowski@empolis.com

Internet: www.empolis.com

Lernfähiges E-Mail-Response-Management

Digitale Kontaktkanäle boomen: Für Ihre Kunden ist die alltägliche Nutzung von E-Mail und Web zur Selbstverständlichkeit geworden. Intelligente Response-Management-Lösungen von ITyX klassifizieren automatisch eingehende Mitteilungen und verteilen diese Skill-basiert an verfügbare Agenten. Damit bilden sie die Grundlage für ein dynamisches Wissensmanagement – für Anfragen im Internet (Self-Service) und für Ihre Agenten.

Der Anteil der digitalen Kontaktwege (E-Mail, Internet) am Multi-Kanal-Mix im Call-Center Markt wächst stetig. In den USA trifft bereits heute jede dritte Kundenanfrage im Contact Center via E-Mail ein. Klassische E-Mail-Office-Software bietet keine Lösung: die Verteilung erfolgt manuell, eine Steuerung oder gar ein Nachverfolgen von Vorgängen ist nicht möglich.

Mediatrix von ITyX ist die führende Lösung von (teil-)automatisierten Verarbeitung von Anfragen per E-Mail und über das Internet. Grundlage der Technologie sind zahlreiche Forschungsarbeiten, die vom Technologie-spezialisten ITyX seit 1999 kontinuierlich durchgeführt werden. Auf Basis von Lernmengen ist die Lösung in der Lage, nicht nur bis 98 % der eingehenden Kundenmitteilungen richtig zu verteilen, sondern auch automatische Antwortvorschläge für deren Beantwortung zu generieren. Der Clou: Mediatrix ist lernfähig. Anhand des Verhaltens von ausgewählten Agenten bei der Prüfung und Endverarbeitung von Kundenanfragen werden laufend Rückschlüsse auf zukünftige Vorgänge gezogen. Dadurch steigt der Optimierungsgrad der Lösung durch deren bloße Verwendung. Und

das gebildete Transaktionswissen dient als Grundlage für intelligenten Internet-Self-Service.

Neben der Fähigkeit von Mediatrix ohne Eingriffe durch Administratoren verwertbares Wissen für digitale Automatisierungen zu bilden, gehören die Fülle von Detailfunktionen und modernes Software-Design zu den Alleinstellungsmerkmalen. So können individuelle Transaktionen zu Drittsystemen über einen Business-Rule-Container hinterlegt werden. Auf diese Weise ist Mediatrix theoretisch unbegrenzt erweiterbar und bietet höchste Investitionssicherheit. Erweiterungsmodule: Mediatrix MAILROOM (automatische Posteingangslösung), Mediatrix SELF SERVICE (Kontaktvermeidung durch suggestive Antwortvorschläge im Internet), Mediatrix WEB SCOUT (proaktive Live-Beratung per Video-Chat und Co-Browsing in angebundenen Internet-Portalen) und Mediatrix COM CRAWLER (dynamische Auswertungen von Social Media Plattformen).



MEDIATRIX ERMS



POWERED BY INTELLIGENCE

Firmendaten:

Vorstand:

Süleyman Arayan, Andreas Klug

Gründung: 1996

Mitarbeiter: 65

Entwickler: 37

Betätigungsfeld:

Intelligentes Enterprise-Response-Management per E-Mail, Fax, Brief, Video-Chat und Web-Self-Service stehen im Mittelpunkt der Produktfamilie Mediatrix des Software-spezialisten ITyX Solutions AG. Die Lösungen sind hoch integrativ und lernfähig. Während der automatischen Verarbeitung der Kundenanfragen entsteht dynamisches Wissen, das die Grundlage für einen hoch effizienten Kundendialog bildet. Führende Unternehmen haben mit ITyX-Lösungen ihren Kundenservice profitabel gemacht.

Kernprodukte:

E-Mail-Management, digitale Eingangspost-Verarbeitung, Web-Self-Service, Chat und Co-Browsing, Knowledge Management, Social Media Monitoring

Referenzen:

u.a. Bank Austria, Bosch, Conrad, Commerz Direktservice, DEVK, DKB, ERV, eprimo, HUK, IKEA, Symyo

Ihr Ansprechpartner:

Peter M. Macherey

Tel. 0800 8998 700

E-Mail: peter.macherey@ityx.de

www.ityx.de

Mediatrix ERMS und SELF SERVICE

- Klassifikation von E-Mails, Fax- und Briefsendungen anhand von führenden KI-Methoden
- Generierung von Antwortvorschlägen und -wahrscheinlichkeiten für die Agentenbearbeitung
- Skill-basierte Verteilung, Mandanten-spezifische Work-Flows und Eskalationsmanagement
- Reportgenerator mit 68 Standard-Reports, Realtime-Steuerungs-Konsole, Export-Funktionen

- Automatische Erkennung, Extraktion und Dunkelverarbeitung von Kunden- und Produktdaten
- Moderne Software mit fließenden Benutzerkonzept und Business-Rule-Engine für Erweiterungen
- Erweiterbar um Telefonticket, Self-Service-Modul, Live-Beratung im Web durch Chat & Co-Browsing, selbstlernende Postverarbeitung, Social Media Monitoring

**CallCenterWorld®
2010:
Wir freuen uns
auf Ihren Besuch
Halle 4 Stand D9.**

Kommunikations- und Businessanwendungen kombinieren

Erfolgreicher und effektiver Kundenservice kommt nicht ohne zwei elementare Bestandteile aus: Kommunikation und Information. Was liegt also näher, als die Informationssysteme, in denen beispielsweise die Kundendaten vorgehalten werden, zusammen mit allen Kommunikationsanwendungen auf einer einheitlichen Plattform zu integrieren?



Die Contact Center-Branche hat in den vergangenen Jahren ein beachtliches Wachstum verzeichnet und steht zugleich vor einer Vielzahl an Herausforderungen: Allem voran steht ein effizienteres Handling verschiedenster Kontaktkanäle. Außerdem verlangen der anhaltende Kostendruck und heterogene, nicht integrierte Kommunikationstechnik nach neuen Lösungen. Nicht weniger wichtig sind ein effizienteres Management von geografisch verteilten Teams und verteiltem Expertenwissen sowie die Reduzierung der durchschnittlichen Bearbeitungsdauer. Last but not least verlangen Kunden weitere Qualitätssteigerung und Erhöhung der Erstkontaktlösung.

Eine bedeutende Rolle bei der Lösung der anstehenden Aufgaben spielt die Integration von Kommunikations- und Businessanwendungen auf einer zentralen Plattform. Durch die Reduzierung von Schnittstellen und Medienbrüchen können Contact Center gezielt ihre Produktivität und Qualität im Kundenservice nachhaltig steigern.

Ein Paradebeispiel hierfür ist die Integration von SAP Business Communications Management (BCM) mit SAP Customer Relationship Management (CRM), durch die Unternehmen innovative Strategien im Kundenservice umsetzen.

SAP Business Communications Management ist eine IP-basierte Kommunikationslösung, die alle Funktionen für die kanalübergreifende Geschäftskommunikation bereitstellt. Als Stand-alone-Installation ersetzt die Software den Parallelbetrieb herkömmlicher Telefonanlagen an unterschiedlichen Standorten. Da-

bei entsteht aus bislang isolierten Systemen für die Unternehmenstelefonie (einschließlich mobiler Geräte) ein einziger virtueller „Netzknoten“, der ein- und ausgehende Kontakte auf allen Kanälen überwacht (Fax, E-Mail, SMS, Telefon). Mit bedienerfreundlichen Funktionen – u. a. für Queue Management und Weiterleitung – lassen sich zahlreiche In- und Outbound-Aktivitäten zeitlich straffen.

Weiteren Mehrwert entwickelt SAP BCM in der Kombination mit SAP Customer Relationship Management (SAP CRM) und nachgelagerten Anwendungen. Die vollständig webbasierte Anwendung SAP CRM schafft alle Voraussetzungen für die tief greifende Ablauf- und Kostenoptimierung bei kundenbezogenen Prozessen in unternehmenseigenen Contact Centern sowie spezialisierten Dienstleistungsbetrieben. Unter einer Portaloberfläche führt sie alle Marketing-, Vertriebs- und Serviceaktivitäten zusammen. Die Integration von SAP BCM und SAP CRM überwindet kundenunfreundliche „Wissenslücken“ und schafft nahtlose Workflows zwischen verteilten Teams.

Die Architektur der SAP-Software erlaubt die schrittweise Modernisierung eines Contact Centers, denn die Modularität der Lösung passt sich den jeweiligen Anforderungen an. Die Offenheit der skalierbaren Anwendung stellt sicher, dass neue Standorte unkompliziert eingebunden und fortschrittliche Serviceideen schnell verwirklicht werden können. Je tiefer die Unternehmenskommunikation mit der IT-Umgebung vernetzt wird, desto größer sind die daraus entstehenden Vorteile für Kunden, Mitarbeiter und Contact Center-Betreiber.



SAP Deutschland AG & Co. KG

Hasso-Plattner-Ring 7
69190 Walldorf

Betätigungsfeld:

Die SAP AG ist der weltweit führende Anbieter von Unternehmenssoftware und Dienstleistungen, mit denen Firmen jeder Größe und in über 25 Branchen ihre Geschäftsprozesse auf Wachstum und Profitabilität ausrichten können. SAP-Anwendungen sind bei mehr als 92.000 Kunden in mehr als 120 Ländern im Einsatz. SAP ist heute der weltweit drittgrößte unabhängige Softwareanbieter, mit Niederlassungen in über 50 Ländern.

Kernprodukte:

Alle SAP-Lösungen und Anwendungen finden Sie auf www.sap.de

Referenzen:

DB Dialog Telefonservice
Competence Call Center
Home Shopping Europe
Deutsche Annington

Kontakt:

Tel.: 0800 / 5343424
Fax: 0800 / 5343420
E-Mail: info.germany@sap.com
Internet: www.sap.de/callcenter

Herausforderungen eines Contact Centers

Die klassischen Call Center, die Anfragen bisher ausschließlich per Telefon beantwortet haben, entwickeln sich zukünftig zu so genannten Multichannel Contact Centern. Diese decken die gesamte Interaktion mit dem Kunden über alle verfügbaren Kanäle wie beispielsweise E-Mail, Chat, Telefon oder Fax ab.

Auch in 2010 werden Qualitätsanforderungen und der Kostendruck im elektronischen Kundenservice weiter wachsen, da möglichst viele Kundenanfragen bereits beim Erstkontakt fallabschließend beantwortet werden müssen. Immer mehr Servicecenter werden zudem eine permanente Erreichbarkeit anbieten (24/7). Für Contact Center – egal ob inhouse oder extern – kommt es darauf an, der steigenden Anzahl von Kundenanfragen zu begegnen. Dabei wird der Anspruch an die Usability digitaler Kundenkommunikationssysteme eine immer wichtigere Rolle spielen. Erforderlich ist eine übersichtliche Benutzerumgebung, die für ein schnelles Einarbeiten neuer Mitarbeiter sorgt. Angesichts der großen Mitarbeiterfluktuation wird dies auch in 2010 von enormer Bedeutung sein.

Machen Sie Ihre Contact Center Agenten multichannelfähig!

Mit **novomind iAGENT™** stehen Ihrem Contact Center-Mitarbeiter sämtliche IT-Anwendungen für das Kundenmanagement in einer Oberfläche zur Verfügung. Das gilt für die Kommunikationskanäle **E-Mail, Brief, Fax, SMS, Live Chat** und **Telefon**. Durch die intuitive Bedienbarkeit wird der Agent optimal unterstützt.

Mail-Management mit IQ

novomind iMAIL™ ist Bestandteil der Agentenoberfläche novomind iAGENT™. Es handelt sich hierbei um eine intelligente Customer Communications Software, die auf einer natürlichsprachlichen Dialog-Engine basiert. Als effiziente Schnittstelle zwischen Unternehmen und Kunden bietet sie einen (teil)automatisierten Kundenservice zur Bearbeitung einer Vielzahl von Anfragen per E-Mail, Fax, Brief und SMS - bei gleichzeitiger Einhaltung eines optimalen Servicelevels.



novomind iMAIL™ analysiert alle Anfragen – auch mehrsprachig – und leitet sie mit passenden Antwortvorschlägen und Textbausteinen an die richtigen Mitarbeiter weiter. Die Automatisierung sorgt für eine Sicherstellung der Prozesse und eine hohe Antwortqualität.

Ein weiteres Highlight ist die gemeinsame Wissensbasis über alle Kanäle. Diese wird zentral administriert und gepflegt. Änderungen oder Ergänzungen sind somit sofort auf allen Kommunikationskanälen verfügbar. Zudem kann die Wissensbasis an alle vorhandenen Systeme im Unternehmen angebunden werden.

novomind iMAIL™ ist unabhängig vom Betriebsmodell einsetzbar. Die Software kann komplett in die vorhandene Systemlandschaft installiert (On site-Modell) oder auch nach dem tatsächlichen Aufwand gemietet werden (On Demand-Modell).

Darüber hinaus ist die Software mandantenfähig und daher besonders für den Einsatz im modernen Contact Center geeignet.

Bei zahlreichen Kunden ist novomind iMAIL™ im Einsatz und bearbeitet weit über 10 Mio. Kundenanfragen im Jahr.

novomind iMail™ - verschafft Ihnen entscheidende Vorteile

- Performance und Stabilität
- Integrationsfähigkeit (CRM, DMS, Telefonie)
- Multichannel (Blended Agent-Verfahren)
- Usability und Ergonomie
- Einheitliche Wissensbasis



novomind AG

Bramfelder Straße 121
22305 Hamburg

Firmendaten:

Vorstand:

Peter Samuelsen
Peter Wiedekamm

Gründung: 1999

Mitarbeiter: > 80

Entwickler: > 60

Betätigungsfeld:

Als führender Anbieter innovativer Lösungen für die digitale Kundenkommunikation bietet die novomind AG Softwarelösungen für einen serviceorientierten und personalisierten Umgang mit dem Kunden. Die Kommunikationslösungen sind multikanalfähig und enthalten alle für ein Contact Center notwendigen Kommunikationsmodule.

Kernprodukte:

Mail Management (novomind iMAIL™), Live Chat (novomind iCHAT™), Softphone (novomind iCALL™), Self Service Solutions (novomind iQ™).

Referenzen:

Citibank, Dt. Bundestag, Elster, EnBW, Lufthansa, mobile.de, Otto, ricardo, SEB, Sixt, The Phone House, UKV, Union Investment, Yello Strom u.v.m.

Ihr Ansprechpartner:

Christiane Scholz

Tel.: +49 40 / 808071-0
Fax: +49 40 / 808071-100
E-Mail: info@novomind.com
Internet: www.novomind.de

Automatisieren Sie Ihre E-Mail Bearbeitung



Kunden setzen bei Ihrer E-Mailkommunikation mit Unternehmen immer höhere Erwartungen an kurze Responsezeiten und inhaltliche Qualität. Egal ob Anfragen über Produkte oder Dienstleistungen, ob Bestellung, Adressänderung oder Supportanfrage – Kunden rechnen mit einer zügigen Bearbeitung und kompetenten Rückantwort auf Ihre E-Mail. Schnellere Vorgangsbearbeitung durch optimierte Prozessvorgänge lautet demzufolge die Herausforderung an Unternehmen – und dies vor dem Hintergrund eines ständig größeren E-Mail-Volumens und eines hohen Kostendrucks.

Unsere Lösung VERA - Virtual Email Response Assistant und VERA DM (Decision Maker) bietet Ihnen nicht nur die Möglichkeit, Ihr E-Mail Management zu organisieren, sondern insbesondere auch zu automatisieren. So können Sie mithilfe des Systems Ihre Workflows definieren, die E-Mailverteilung automatisieren – ähnlich einer ACD Anlage – und vor allem auch die Bearbeitung eines bestimmten Anteils Ihres E-Mailvolumens komplett voll-automatisieren, ohne dass noch einmal ein Agent drauf schauen muss.

Bei VERA – Virtual Email Response Assistant – handelt es sich um ein E-Mail Response System, das alle eingehenden E-Mails organisiert. Je nach Thema werden die E-Mails automatisch kategorisiert und entschieden, ob die E-Mail an einen Agenten skillbasiert zugeleitet oder ob sie an VERA DM (Decision Maker) zur voll-automatisierten Beantwortung geleitet wird. Mittels einer zentralen Knowledge Base ist gewährleistet, dass der Kunde eine einheitlich hohe Qualität als Antwort erhält. Weitere Funktionen, wie die Bewertung einer E-Mail durch den Agenten oder auch durch den Kunden, optimale Auswertungen durch ein dynamisches Reporting, sind ebenfalls gewährleistet.

Die Zeit- und Kosteneinsparung ist sowohl bei der manuellen als auch automatischen Bearbeitung sehr

hoch. Ausgewiesene Tests und Rückmeldungen von Kunden zeigen bei der manuellen Bearbeitung oft mehr als 50% Zeiteinsparung gegen über einem herkömmlichen E-Mail System.

Bei der voll-automatischen Beantwortung liegt das Einsparungspotential darüber hinaus bei einem viel höheren Servicelevel. Die eingehende Kunden E-Mail wird umgehend beantwortet, auch innerhalb von Zeiten, in denen Sie sonst keinen Service anbieten, wie z.B. nachts, am Wochenende oder an Feiertagen. Sicher kann nicht jede E-Mail voll-automatisiert bearbeitet werden, der Anteil hängt von Ihrem Themengebiet ab und je nachdem, welcher Workflow sich dahinter verbirgt. Sie können von einer Automatisierungsquote von mindestens 30% ausgehen, bis zu 70% sind möglich, auch weil

durch VERA weitere Prozesse angestoßen und umgesetzt werden können – Anbindung an Umsysteme. Und dies in einer noch nie dagewesenen Qualität. Wir garantieren **mindestens 95% Qualität** bei der Vollautomatisierung.

Der Einsatz von VERA und insbesondere von VERA DM (Decision Maker) ist ebenso für den Self Service ideal, angefangen von intelligenten FAQs über **Ask a Question** bis hin zum Dialogsystem.

Ihre wichtigsten Vorteile mit VERA + VERA DM

- ausgewiesene Zeitersparnis von 50 - 75% bei der manuellen Bearbeitung
- Komplettautomatisierung von 30 - 70% des E-Mailvolumens
- **neues** dynamisches Reporting
- Leistungsstarke Eskalationsmechanismen
- Ticketsystem
- Self Service der **2. Generation** mit VERA DM
- deutlich höhere Antwortqualität durch Knowledge Base
- Aufnahme eingehender Telefonate und Ticketerstellung
- Anbindung an CRM, ERP und Waren-Wirtschaftssysteme



gsc-consult gmbh

Gesellschaft für Software und Consulting
Necklenbroicher Str. 69
40667 Meerbusch

Firmendaten:

Geschäftsführer:

Günter Schwarz

Gründung: 2003

Mitarbeiter: > 140

Betätigungsfeld:

gsc-consult gmbh ist Hersteller der führenden ERM Lösung VERA. Das System VERA bietet neue Wege insbesondere im Bereich Automatisierung von E-Mails und Self Service. VERA ist bei mehr als 60 Mandanten im Einsatz und verarbeitet jeden Monat mehrere Millionen E-Mails.

Kernprodukte:

E-Mail Response Management, Vollautomatisierung von E-Mails und Self Service

Referenzen:

AOK – Die Gesundheitskasse, Deutsche Telekom AG, Necker-mann.Contact Customer Services GmbH, Nintendo of Europe GmbH, Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Swiss International Air Lines Ltd., TelDaFax Services GmbH, Verlagsgruppe Weltbild GmbH, Vodafone D2 GmbH

Ihr Ansprechpartner:

Günter Schwarz

Tel.: +49 (0)2132 911 608
Fax: +49 (0)2132 911 609
E-Mail: g.schwarz@gsc.ag
Internet: www.gsc.ag

Service gut – alles gut!

Kontrollierte Qualität: Das gilt nicht nur für Lebensmittel, sondern auch für den Kundenservice. Denn nur wenn der Kunde zufrieden ist, hat sich die Arbeit im Contact Center gelohnt. Ohne Qualitätskontrolle lässt sich das tatsächliche Maß an Erwartungserfüllung aber nicht feststellen, daher gehört das Controlling zu jedem effizienten Call Center dazu. Insbesondere um Schwachstellen zu entdecken und zu verbessern gilt es, die aktuelle Leistung möglichst objektiv zu messen. Ein Mittel hierfür ist das Quality Monitoring. Es umfasst das Mit-hören und/ oder Aufzeichnen von Telefongesprächen der Agents sowie das Aufzeichnen ihrer Bildschirmangaben. Die Gespräche werden dabei von geschulten Experten mitgehört und anschließend weitgehend objektiv und systematisch beurteilt. Aufgezeichnete Gespräche sind zudem wichtig für die Schulung der Mitarbeiter.

Das Lösungsangebot in diesem Bereich ist vielfältig: So lässt sich beispielsweise bei manchen Lösungen die Aufzeichnung der Gespräche und Bildschirmaktionen Projekt-, Team- oder Event-abhängig einstellen. Das Monitoring kann aber auch zufällig erfolgen oder vom Agent selbst initiiert werden, wenn er sich und seine Leistung überprüfen möchte. Als Feedback ist eine Nachricht an den Agent über die Auswertung möglich, ebenso die Festlegung eines Coaching-Pakets. Auch können Supervisoren mittels Suchfunktionen gezielt auf einzelne Aufzeichnungen zugreifen. Möglich ist es darüber hinaus, die Monitoring-Funktion mit der Personaleinsatzplanung zu kombinieren. Für die Analyse der Produktivität einzelner Agents oder Teams stehen Leistungskennzahlen zur Verfügung. Dabei sind zum Teil auch individuelle Parameter auswählbar. Zu beachten sind aber immer die rechtlichen Voraussetzungen: Nicht nur die eigenen Mitarbeiter, sondern auch die anrufenden Kunden müssen über die Monitoring-Maß-

nahme informiert werden und damit einverstanden sein. Um negative Folgen zu vermeiden, ist eine offene interne Kommunikation und die Aufklärung der Mitarbeiter und der Kunden über die Ziele dieser Maßnahme der beste Weg.

Ein anderes, weniger objektives aber dennoch nicht weniger wichtiges Mittel des Controllings sind Kundenzufriedenheitsbefragungen. In den meisten Unternehmen sind sie inzwischen selbstverständlich. Die Methoden, die dabei zum Einsatz kommen, reichen vom Outbound-Anruf durch einen Agent bei einem zufällig ausgesuchten Kunden im Nachgang eines Telefonats über stichprobenartige Befragungen direkt im Anschluss an ein Kundengespräch bis hin zur vollautomatisierten Befragung durch eine IVR (Interactive Voice Response) nach jeder Kundenberatung. Wie effektiv diese Befragungen sind, hängt davon ab, wieviel Zeit seit dem fraglichen Gespräch vergangen ist, aber auch von der Systematik der Nachfrage und der Offenheit der Antwortmöglichkeiten. Die Krux dabei: Gerade unzufriedene Kunden haben mitunter kein Interesse mehr, sich einem weiteren Gespräch zu stellen. Das Ausbleiben negativer Bewertungen darf daher nicht übersehen oder missverstanden werden. Umgekehrt färbt die Zufriedenheit des Kunden mit dem Produkt nicht selten auf den Service ab und umgekehrt – der Effekt ist keineswegs nur negativ zu bewerten, hat doch so jeder Bereich die Möglichkeit, Fehler oder Patzer im anderen bis zu einem gewissen Grad auszubügeln.

TeleTalk




Das **TeleTalk**-DemoForum-Begleitbooklet wird Ihnen von folgenden Unternehmen präsentiert:



Mehr zu diesem Thema lesen Sie jeden Monat in **TeleTalk**-Kundendialog für Profis und auf www.teletalk.de

Aufgabenstellung zu diesem Thema auf der Folgeseite.

Auswertungsbogen – Controlling im Contact Center

			
Unternehmen	ASC telecom	QlikTech	almato Contact Center Solutions
Produkt	INSPIRATION _{pro}	QlikView	Centricity
Internet	www.asctelecom.com	www.qlikview.com	www.almato.de
Referenten	Ludwig Kuhn Managing Director Ralf Rösel Product Manager	Christian Werling Account Manager Volkmar Fölsch Account Manager	Peter Gißmann Geschäftsführender Gesellschafter
Einrichtung: Beschreibung zur Einrichtung des Monitor-Tools.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Suche: Aufrufen einer Suchmaske, Eingabe von Suchkriterien zur Filterung bestimmter Anrufe, Darstellung der Ergebnisliste, Auswahl einer Aufzeichnung und Abspielen der Aufzeichnung.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Produktivitätsauswertung: Darstellung einer Auswertung/Statistik, wie viele Anrufe für eine Gruppe/ein Projekt aufgezeichnet wurden.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Screen-Monitoring: Demonstration, wie Bildschirminhalte während eines Kundengesprächs aufgezeichnet und später abgerufen werden können	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Joker: Funktionsauswahl durch den Anbieter	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Fazit:			

Professionelles Quality Monitoring

Das Contact Center der Zukunft ist die wichtigste menschliche Schnittstelle zwischen Unternehmen und Kunden und spielt eine entscheidende Rolle, um sich vom Wettbewerb zu differenzieren. Oft gibt es nur ein Gespräch, das über ein Zustandekommen einer Geschäftsbeziehung entscheidet. Dieses Gespräch muss optimal sein. Mittels Quality Monitoring können sowohl Einzelgespräche als auch gesamte Kommunikationsprozesse systematisch analysiert und den Marktbedürfnissen angepasst werden.

Contact-Center-Interaktionen sind die sogenannten „Momente der Wahrheit“ zwischen Unternehmen und ihren Kunden. Heute können nur die Prozesse im Contact Center und im Umfeld der Kundenberatung beobachtet und verbessert werden. Die neuen Technologien von ASC werden die Wirkung des Kunden auf nahezu alle Unternehmensbereiche mess- und steuerbar machen. Anhand der aufgezeichneten Gespräche und Bildschirminformationen analysiert die Software-Lösung INSPIRATION_{pro} die Inhalte und zeigt Verbesserungspotenziale im laufenden Contact Center Betrieb auf.

Automatisierte Gesprächsanalyse

Sprachanalyse-Technologien helfen, in der unüberschaubaren Zahl der Gespräche die interessanten, kritischen und nützlichen Interaktionen ausfindig zu machen. Die Sprachanalyse-Software von ASC verfügt mittels künstlicher Intelligenz über noch weiter reichende Analyse- und Auswertungsfunktionen, sodass sie beispielsweise Sinn und Inhalt von Kommunikation selbständig erkennen und auswerten kann. Sprachanalyseaufgaben lassen sich kampagnenorientiert planen, zeitlich steuern und gezielt auswerten.

eLearning für kostengünstige Schulung am Arbeitsplatz

Aus den analysierten Daten lassen sich sofort Rückschlüsse für ein notwendiges Training ziehen. Das neue ASC eLearning-Modul stellt Schulungsinhalte schnell und kostengünstig direkt am Arbeitsplatz für Agenten bereit. Die Qualifikation der Mitarbeiter lässt sich damit zeitnah und effizient verbessern.

Aktives Coaching

INSPIRATION_{pro} gestattet die Nutzung authentischer Gesprächsdaten – bearbeitet und ergänzt um Bookmarks und Kommentare – als aktives Trainingselement. Geeignete „best/worst practice“-Beispiele können so als realistische Fallbeispiele zu Lernzwecken an ausgewählte Gruppen verteilt werden. Mit AGENT_{assistance} hat der Agent die Möglichkeit, den Supervisor im Gespräch um Hilfe zu bitten. Der Supervisor kann sich dann in das Gespräch einschalten bzw. die Benutzerführung der Oberfläche übernehmen und den Agenten in der Problemlösung aktiv unterstützen.

Virtualisierung

Die ASC Produkte unterstützen den Einsatz von Citrix-Software zur Anwendungsvirtualisierung. Dies trägt dem starken Trend zur Virtualisierung im Contact Center Rechnung und unterstützt Betreiber dabei, interne Administrationsprozesse durch eine zentrale Datenverwaltung bei dezentralem Zugriff zu verschlanken.

Datensicherheit folgt hohen Standards

Im Bereich Datensicherheit unterstützt INSPIRATION_{pro} Contact Center Betreiber dabei, die hohen Standards der Payment Card Industry (PCI DSS) einzuhalten. PCI DSS ist eine weltweit verbreitete und akzeptierte Verfahrensrichtlinie zur Sicherheitsoptimierung bei Kredit-, Kunden- und EC-Karten-Transaktionen und zum Schutz der Karteninhaber vor dem Missbrauch von persönlichen Daten.



ASC telecom AG

Seibelstraße 2-4
63768 Hösbach

Firmendaten:

Geschäftsführer:

Günther Müller

Gründung: 1964

Mitarbeiter: 200

Entwickler: 35

Betätigungsfeld:

Die ASC telecom AG ist ein weltweit führender Anbieter innovativer Lösungen zur Aufzeichnung, Analyse und Auswertung multi-medialer Kommunikation. Lösungen von ASC fördern Informationen zugute, mit denen Unternehmen und Organisationen ihre Wertschöpfung erheblich verbessern können: Contact Center optimieren die Qualität der Kundenbetreuung, setzen Personal effizienter ein und steigern ihre Produktivität.

Kernprodukte:

Quality Monitoring
Communications Recording
Business Process Optimization

Referenzen:

Deutsche Telekom AG, [buw],
Sellbytel, Michelin

Ihr Ansprechpartner:

Bernd Engel

Tel.: 06021 / 50 01-0

Fax: 06021 / 50 01-258

E-Mail: hq@asc.de

Internet: www.asctelecom.com

Analyse einfach für jedermann

QlikView ermöglicht es hunderttausenden Anwendern aus allen Bereichen bessere Entscheidungen zu treffen, ihre Performance zu messen und Prozesse zu optimieren.

Mit dem Analysetool QlikView kann jeder Anwender komplexe Business-Analysen selbständig durchführen. Denn QlikView arbeitet wie das menschliche Gehirn und stellt nach wenigen Klicks Verbindungen zwischen unterschiedlichen Datenquellen her. Entscheider aus sämtlichen Unternehmensbereichen bekommen auf diese Weise genau die Informationen, die sie benötigen. Viel schneller, einfacher und günstiger als je zuvor. Denn QlikView basiert auf einem einzigartigen In-Memory-Ansatz und gilt heute als Vorreiter einer vollkommen neuartigen Technologie. Was das bedeutet?

- 99% unserer Endanwender benötigen kein Training.
- Die Implementierung dauert durchschnittlich weniger als 5 Tage.
- Alle Analyse- und Reportingfunktionen sind in einem einzigen System integriert.

QlikView ist sehr flexibel und für alle denkbaren Anwendungen geeignet: beispielsweise für Callauswertungen im operativen Callcenterbetrieb (nach Anrufdauer, generiertem Umsatz, Resolution Rate etc.), ABC-Analysen im Vertrieb, Kennzahlensysteme für die Finanzabteilung, Lieferantentratings für den Einkauf bis hin zu Management-Cockpits.

Das Unternehmen

QlikView ist ein Produkt von QlikTech, dem laut IDC schnellstwachsenden Business Intelligence Software-unternehmen weltweit. Gegründet in Schweden, hat QlikTech heute Niederlassungen in den USA, Großbritannien, Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Spanien, den Niederlanden, Skandinavien und Asien sowie mehr als 13.000 Kunden in 95 Ländern und 500 Partner weltweit.



Referenzen

Jeden Tag entscheiden sich weltweit 16 neue Kunden für QlikView. In Deutschland zählt QlikTech unter anderem buw, Deutsche Telekom, 3M, Hannover Rück, HEAG, Heidelberger Druckmaschinen, klickTel, simyo, Sinnerschrader und WILO zu seinen Kunden.

„Mit QlikView erhalten wir die Möglichkeit, vorhandene Kampagnen-Analyse-Tools um eine flexible Dashboard-Lösung zu ergänzen und das Frontend-Design von der IT in die Fachabteilung zu verlagern.“

André Jonske, Leiter Media, SinnerSchrader Deutschland GmbH

„Nach 1 ½ Stunden Tatort am Sonntagabend, in denen ich meine erste QlikView-Applikation schrieb, stand der Entschluss fest: Reifenhäuser braucht diese Lösung.“

Ralf Krüger, Leiter Informationssysteme, Reifenhäuser GmbH & Co. KG Maschinenfabrik

„Wir benötigten schnell eine angepasste BI Lösung zur Steuerung des Service Business in unserer dynamischen Branche! Mit QlikView waren wir in der Lage, die Anforderungen in der Fachabteilung ohne größeren Consulting-Aufwand zeitnah abzudecken.“

Uwe Feil, General Manager, Technical Service & Support, Toshiba Europe GmbH

Partner

QlikTech arbeitet weltweit mit über 500 Partnern aus den unterschiedlichsten Branchen und Fachgebieten zusammen. Gerne stellen wir für Ihre individuellen Anforderungen den Kontakt zu dem für Sie passenden Partner her. Sprechen Sie uns einfach an!

QlikView

QlikTech GmbH

Rather Str. 110a
40476 Düsseldorf

Firmendaten:

Geschäftsführer:

Ulrich Beckmann

Gründung: 1993

Mitarbeiter weltweit: 570

Betätigungsfeld:

Analyse von Geschäftsdaten

Kernprodukt:

QlikView vereinfacht Analysen für jedermann. Die Business Intelligence Software arbeitet wie das menschliche Gehirn und stellt nach wenigen Klicks Verbindungen zwischen unterschiedlichen Datenquellen her.

Mit dieser assoziativen und speicherbasierten Analyse-Technologie liefert QlikView schnelle Ergebnisse und ermöglicht es jedermann bessere Entscheidungen zu treffen.

QlikView, das Analysetool.

Referenzen:

buw, Deutsche Telekom, 3M, Heidelberger Druckmaschinen, klickTel, simyo, Sinnerschrader, WILO

Ihr Ansprechpartner:

Christian Werling

Tel.: +49 211 58 668-213

Fax: +49 211 58 668-599

christian.werling@qlikview.com

www.qlikview.com

Quality Monitoring und mehr ...

Optimale Ergebnisse aus jedem Kundenkontakt

Die almato GmbH bietet innovative Lösungen, die Customer Service Center in die Lage versetzen, aus jedem einzelnen Kundenkontakt optimale Ergebnisse zu erzielen. Ein Schwerpunkt der Geschäftsaktivitäten liegt auf dem Vertrieb und der Implementierung von Quality Monitoring und Coaching Lösungen. Unter anderen haben sich bereits Kunden wie CARGLASS, Citibank, Commerz

Direktservice, FLYLINE Tele Sales & Services, Goodyear Dunlop Tires Germany, Gothaer Versicherungen, HanseNet, IKEA Deutschland, KLM, Lands' End, Lufthansa Global Telesales – weltweit, L'TUR Tourismus, Neuf Cegetel, OTTO, Stadtwerke München, SWISS International Airlines und Vivento Customer

Services für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit almato entschieden.

Die Kunden von almato honorieren insbesondere den praxiserprobten und lösungsorientierten Ansatz. Jedem Kunden wird ein umfassendes und individuelles Projektmanagement zur Verfügung gestellt, das neben der Installation des Systems vor allem ein ausführliches Training und zusätzlich ein spezielles Consulting beinhaltet. Dabei wird gemeinsam mit dem Kunden ein Konzept erstellt, wie Quality Monitoring und Coaching Systeme vor dem Hintergrund der besonderen arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen in Deutschland erfolgreich zum Einsatz kommen.

Click2Coach und Centricity sind umfassende Lösungen, die bedarfsgerechtes und individualisiertes Coaching sowie automatisches Aufzeichnen von Interaktionen und deren Evaluierung integriert. So kann aus jedem einzelnen

Kundenkontakt das jeweils optimale Ergebnis erzielt werden. Die Agenten erhalten ihre Evaluierungen, welche die Mitschnitte von Kundeninteraktionen, Trainingsvideos und wichtige Unternehmens-, Contact Center- und Kundeninformationen enthalten. Die Bereitstellung dieser Informationen über eine browserbasierte Anwendung direkt am Agentenarbeitsplatz ist einzigartig.

... bedarfsgerechtes und individualisiertes Coaching

- Volle Integration in bestehende ACD-/VOIP-/IT-Umgebung
- Automatisches Aufzeichnen von Gesprächen und Bildschirmhalten
- Evaluierung der Gespräche und Bildschirmhalte
- Individuelles Feedback für Ihre Mitarbeiter
- Umgehendes Adressieren von Optimierungspotentialen
- Bereitstellung relevanter eLearning-Inhalte am Agentenarbeitsplatz
- Training und Coaching während der optimalen Zeit
- Einfachste Handhabung der Software

Auf der CallCenterWorld® 2010 werden bewährte sowie neueste Funktionalitäten der Quality Monitoring Lösungen von almato vorgestellt:

- **Centricity** – die webbasierte Plattform – die die almato Performance Management Lösungen integriert
- **Click2Coach** – die ideale Lösung für kontinuierliches und objektives Feedback und daraus resultierender Identifizierung von Optimierungspotenzialen
- **almato feedBACK** ermöglicht die automatische sprachgesteuerte Kundenbefragung
- **almato flexREC** – die hochflexible Lösung zur Sprachaufzeichnung auf Basis einer leistungsstarken, offenen und skalierbaren Plattform
- **almato quizTOOL** integriert die Abfrage von Wissensständen und identifiziert Trainingspotenziale
- **Envision InteractionIQ** für die effiziente Analyse von Gesprächsinhalten



Peter Gißmann

almato
contact center solutions

almato GmbH

contact center solutions
Wöhrdstraße 5
72072 Tübingen

Geschäftsführer: Peter Gißmann

Standorte:

Tübingen, Wien, Zürich

Betätigungsfeld:

Mit den Lösungen der almato GmbH erzielen unsere Kunden aus jedem Kundenkontakt optimale Ergebnisse. Ein Fokus unserer Geschäftsaktivitäten ist der Vertrieb und die nachweisbar erfolgreiche Implementierung von Aufzeichnungs-, Quality Monitoring- und Coaching-Lösungen.

Kernprodukte:

Click2Coach, Centricity, almato flexREC

Referenzen:

CARGLASS, Citibank, Commerz Direktservice, FLYLINE Tele Sales & Services, Goodyear Dunlop Tires Germany, Gothaer Versicherungen, HanseNet, IKEA Deutschland, KLM, Lands' End, Lufthansa Global Telesales – weltweit, L'TUR Tourismus, Neuf Cegetel, OTTO, Stadtwerke München, SWISS International Airlines und Vivento Customer Services

Ihre Ansprechpartner:

Peter Gißmann
Tel.: +49 7071 79569-10
peter.gissmann@almato.de

Peter Beckschäfer
Tel.: +49 7071 79569-21
peter.beckschaefer@almato.de

www.almato.de

almato auf der CallCenterWorld® 2010 in Halle 4 Stand B7

und zusätzlich beim **TeleTalk DemoForum** am 10. Februar von 10.55 Uhr bis 11.45 Uhr (CRM-Lösungen für Contact Center) und von 12.55 Uhr bis 13.45 Uhr (Controlling im Contact Center) und am 11. Februar von 12.55 Uhr bis 13.45 Uhr (Controlling im Contact Center) und von 14.55 Uhr bis 15.45 Uhr (CRM-Lösungen für Contact Center).

Das Herzstück: Die ACD

Automatisierung ist eines der wichtigsten Schlagworte, wenn es um die Optimierung der Arbeit in einem Inbound-Call Center geht. Wer seine Agents nicht gut auslastet, spürt das schließlich schnell im Portemonnaie. Die ACD (Automatic Call Distribution) verteilt die Anrufe in einem Call Center an die Mitarbeiter und sorgt idalerweise dafür, dass die Agents ausgelastet sind, andererseits die Anrufe aber auch nicht oder nicht zu lange in der Warteschlange hängen müssen. Über ein ACD-System werden aber nicht nur die eingehenden Anrufe auf die verfügbaren Agents verteilt, daneben können auch andere Kanäle wie E-Mail, Fax, SMS, Internet Chat oder Call Back berücksichtigt werden.

Die Verteilung der eingehenden Kontakte erfolgt üblicherweise nach dem so genannten First In First Out-, beziehungsweise Longest Idle-Prinzip. Dabei wird ein eingehender Anruf demjenigen der Mitarbeiter zugeteilt, der am längsten ohne Gespräch ist. Wer die Arbeit anderen Regeln unterwerfen möchte, kann dies einstellen: Etwa die Verteilung der Anrufe nach der Priorität der Anrufer, die Verteilung anhand bestimmter Rufnummern oder Skill based. Dabei werden bestimmte Anliegen Agents mit speziellen Fähigkeiten, speziellem Wissen oder Training zugewiesen. Über eine ACD können feste Agent-Gruppen, Skillgroups, gebildet werden. Ist zum Zeitpunkt des Anrufs gerade keiner dieser Agents frei, leitet die ACD den Anrufer automatisch an eine Warteschlange weiter – im besten Fall an die kürzeste. Über eine dynamische Warteschleife lässt sich darüber hinaus festlegen, wie viele Anrufe pro Agent maximal in der Warteschleife verbleiben dürfen. Die ACD weist zudem in den Agent-Reports die durchschnittlichen, maximalen und summierten Pause der Mitarbeiter aus, ebenso die Länge der benötigten Nachbearbeitungszeit, innerhalb derer der Agent nicht durch einen neuerlichen Anruf unterbrochen werden darf.

Eine ACD kann aber noch mehr: Sie initiiert auf Wunsch im Outbound-Einsatz auch Kundenrückrufe, liefert wichtige Statistiken über die Anzahl der eingegangenen und angenommenen Anrufe, die abgebrochenen Calls und die nicht bearbeiteten Calls. Bei manchen Lösungen stehen über 20 verschiedene solcher Auswertungsarten zur Verfügung. Aus diesen Ergebnissen errechnen sich wichtige Kennzahlen des Call Centers, unter anderem Anruf-Spitzen (Peaks) sowie Erreichbarkeit und Servicelevel. Diese sind wesentlich für die Personaleinsatzplanung und die Beurteilung der Leistungsfähigkeit eines Contact Centers. Darüber hinaus sind so genannte Blacklists in der ACD verankert. Damit werden bestimmte eingehende Rufnummern geblockt, die das Call Center nicht erreichen sollen, etwa die Rufnummern so genannter Junk Caller, meist Kinder, oder etwa säumiger Zahler, deren neuerliche Bestellungen nicht vor Eingang einer Überweisung angenommen werden sollen. Solche Nummern werden in der Blacklist eingetragen und nach einem bestimmten, einstellbaren Zeitraum wieder freigegeben. Der Anrufer hört im Falle der Sperrung eine Ansage.

Die ACD hatte ihren Platz lange Zeit ausschließlich im Rechenzentrum. Doch es wächst die Zahl der Angebote von ACD-Lösungen, die direkt im Telefonnetz (Intelligentes Netz, IN) betrieben werden. Als gehostete oder virtuelle Lösungen bieten diese eine Alternative zur unternehmens-eigenen ACD im Keller und können für mehrere Standorte bereitgestellt werden. Weiterer Vorteil: Geografisch verstreuten Call Centern erlaubt das virtuelle Netzwerk-Routing eine gemeinsame Ressourcennutzung über große Entfernungen hinweg. Bei virtuellen ACDs melden sich Agents, Teamleiter und Administratoren in der Regel einfach über eine Weboberfläche oder telefonisch an. Diese Lösungen lassen sich auch über das Web administrieren.

TeleTalk

Das **TeleTalk**-DemoForum-Begleitbooklet wird Ihnen von folgenden Unternehmen präsentiert:

4Coim

colima
communications

IN-telegence






dtm
DYS

..... T

Mehr zu diesem Thema lesen Sie jeden Monat in **TeleTalk**-Kundendialog für Profis und auf www.teletalk.de

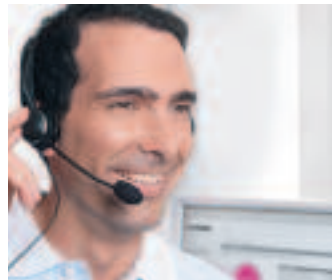
Aufgabenstellung zu diesem Thema auf der Folgeseite.

Auswertungsbogen – Automatisierung im Contact Center

					
Unternehmen	Deutsche Telekom	dtms GmbH	IN-telegence GmbH	4Com	colima
Produkt	ACD	dtmsNetworkACD	IN-acd	4Com Virtual & Local ACD	colima ACD Server (Version 4)
Internet	www.telekom.de/mehrwertloesungen	www.dtms.de	www.in-telegence.net	www.4Com.de	www.colima.de
Referenten	Jacqueline Strehlow Produktmanagerin Managed Services	Roland Horn Manager Operation Services	Axel Schmitz-Tewes, Account Manager	Gordon Düdder Account Manager	Matthias Friedrichs Geschäftsführer
Implementierung: Bitte beschreiben Sie den Umfang, die Zeitdauer und den Personaleinsatz bei der Implementierung Ihrer Lösungen/Produkte/Dienste.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Reporting: Zeigen Sie, welche Auswertungsformen/Statistiken/Reports zur Verfügung gestellt und wie sie abgerufen werden können.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Verwaltung: Demonstrieren Sie mit entsprechenden Benutzeroberflächen, wie Supervisoren/Projektleiter eingreifen können, um z.B. Services zu deaktivieren, zu ändern oder neue Nutzergruppen zu administrieren.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Joker: Funktionsauswahl durch den Anbieter	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Fazit:					

Kundenkontakt optimal gestalten

Mit attraktiven Servicenummern und netzbasierten Contact-Center-Lösungen bietet die Deutsche Telekom leistungsstarke Mehrwertdienste. Sie ermöglichen Anwendern eine Vielzahl gewinnbringender Einsatzmöglichkeiten auf Basis des Intelligenten Netzes der Deutschen Telekom.



Top-Tool für Outbound-Kampagnen

Mit dem Outbound Net Connector lassen sich Contact Center bei Outbound-Kampagnen optimal auslasten. Kunden können die Lösung kostengünstig, schnell und einfach in ihre vorhandenen Kommunikationssysteme integrieren. Der Outbound Net Connector sorgt dafür, dass die nächste Telefonverbindung zu einer Zielrufnummer genau dann zustande kommt, wenn gerade wieder ein Agent frei geworden ist. Zusätzlich fängt der Outbound Net Connector Anrufversuche automatisch ab, die zu einem besetzten Anschluss oder auf ein Faxgerät gelangen. Das alles bedeutet weniger Leerlauf und weniger Falschverbindungen – die Netto-Gesprächszeit wird maximiert. Bei der Lösung kommen nun weitere Kampagnenmanagement-Tools hinzu. Diese werden jetzt auch vollständig webbasiert angeboten, um insgesamt noch schneller und flexibler agieren zu können.

Starke Sprachportale

Das neue Angebot Interactive Voice Response Plus ist ein Sprachportal mit Web-Oberfläche für vielfältige Steuerungs- und Informationsfunktionen. Mit der Lösung können Contact Center ihre Anrufer einfach vorklassifizieren. Sie erfragt automatisch den Anrufgrund, die Beantwortung erfolgt über die Telefontastatur. Anschließend leitet die Interactive Voice Response Plus die Anrufe zum richtigen Ansprechpartner weiter. Besonders interessant: Über die Web-Oberfläche können Nutzer ihren Sprachdialog selbst konfigurieren und jederzeit flexibel veränderten Anforderungen anpassen.

Ein besonders weites Funktionsspektrum bietet das Sprachdialogsystem Voice Web Portal. Damit stellt die Deutsche Telekom eine zukunftsweisende, umfassende Lösung bereit: Contact Center und Unternehmen aus

den unterschiedlichsten Branchen können über das Voice Web Portal große Teile ihrer Kommunikation und ihrer Transaktionen rund um die Uhr automatisch abwickeln. Wesentliche Bausteine dafür sind eine moderne Spracherkennung mit optionaler Sprach-Authentifizierung sowie die automatisierte Sprachausgabe. Anrufer können direkt mit den über das Internetprotokoll angebotenen Datenbanken – etwa Produktlisten oder Kundenstammdaten – kommunizieren. So lassen sich intelligente Voice-Self-Services einfach und kostengünstig realisieren.

Dynamische Anrufverteilung

Die Automatic Call Distribution richtet sich an alle Firmen, die Mitarbeiter oder Dienstleister an unterschiedlichen Standorten in das Routing ihrer Servicenummern einbeziehen wollen. Die Deutsche Telekom optimiert und erweitert die Lösung regelmäßig; jetzt kommen beispielsweise die Funktion Customer Info und die Anrufgrundkodierung hinzu. Customer Info erlaubt es, umfassende Informationen aus dem Routingverlauf zum angerufenen Agenten zu übermitteln; die Anrufgrundkodierung ermöglicht es, Gesprächsthemen im Contact Center systematisch zu erfassen und auszuwerten. Die Deutsche Telekom stellt das Update kostenlos und automatisch bereit.

Kundenkontakte stets im Blick

Den Nutzern der Contact-Center-Lösungen stellt die Deutsche Telekom umfangreiche Monitoring- und Controllingfunktionen zur Verfügung, mit denen sich detaillierte Daten und anwenderspezifische Auswertungen zu den einzelnen Agenten und Servicenummern abrufen lassen. Die Kennzahlenaufbereitung kann je nach Anforderungen ganz individuell gestaltet sein – auf Wunsch auch im eigenen Corporate Design.



Deutsche Telekom AG

Zentrum Mehrwertdienste
Ollenhauerstraße 4
53113 Bonn

Firmendaten:

Dr. Volker Nussbaumer,
Leiter Zentrum Mehrwertdienste

Betätigungsfeld

Die Deutsche Telekom ist führender Anbieter im Bereich der Mehrwertlösungen, mit denen Unternehmen und Call Center ihre Dienstleistungsqualität steigern oder attraktive Inhalte und kompetente Services vermarkten können. Die hochwertigen und medienübergreifende Kontaktlösungen der Deutschen Telekom sind auf die individuellen Anforderungen professioneller Anwender zugeschnitten, entsprechen höchsten Qualitätsstandards und sind als Managed Services flexibel einsetzbar.

Kernprodukte:

Mehrwertlösungen für Sales & Customer Care, Conferencing Services sowie interaktive Medienanwendungen

Referenzen:

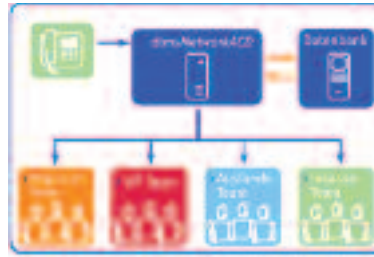
BCD Travel, HUK-COBURG Versicherungsgruppe, Michelin Reifenwerke, OTTO Versandhandel, QVC TV-Shopping, Swisscom Telekommunikation

Ihr Ansprechpartner:

freecall 0800 33 00800
www.telekom.de/mehrwertloesungen

Intelligenz bei dtms: Steuerungstechnologien im Call Center

An der telefonischen Schnittstelle wird Wissen über den Anrufer ‚aus zwei Welten‘ verknüpft: Telekommunikation und CRM liefern den Input, dtms kombiniert die Daten, verarbeitet sie und verteilt sie passgenau mit der neuen dtms NetworkACD. Ergebnis: Kundenwertmanagement at its best.



Die Kundendialog-Strategie jedes Unternehmens kann dann bereits vor dem eigentlichen Gesprächsaufbau greifen, wenn die Kundendaten aus dem Customer Relation Management (CRM) mit Routing-Entscheidungen (physikalische Rufverteilung) verknüpft werden können. Mit dtmsValueBased Routing bietet das Mainzer TK-Unternehmen dtms für die telefonische Schnittstelle eine Verteil-Lösung im eigenen Intelligenten Netz (IN), die den Anrufer bereits anhand der Rufnummer erkennt und ihn anhand von im CRM hinterlegten Vorgaben unterschiedlichen Themen und Agenten-Gruppen in der Dialog-Organisation (Cluster) zuordnet. Für jedes

zugeteilt werden, aber z.B. auch gleichzeitig der Anrufergruppe „offene Angebote“. Ein B-Kunde mit offenem Angebot kann hingegen z. B. zu einem speziell auf Up- und Cross-Selling-Aktivitäten geschulten Agenten-Team geleitet werden. Der dtms-Kunde legt die Priorisierung seiner Cluster selbst fest.

Brandneue ACD-Routing-Optionen: Punktlandung beim Kunden-Wert

Darüber hinaus bietet die neue dtms NetworkACD eine offene Schnittstelle, über die das Routing auf ACD Gruppen durch das Call Center gesteuert werden kann.

Hierbei wird über die Telefonnummer des ankommenden Gesprächs in einer externen Datenbank „nachgefragt“, auf welche ACD Gruppe der Anrufer zugestellt werden soll. Diese ACD Gruppen können nach vielfältigen Aspekten differenziert werden. Dies kann der Gesprächs-Tarif sein, die geografische Herkunft des Anrufs oder der Stand des Kunden-Kontos. Je nach Belieben kann das System zielgenau zum nächsten freien Agenten der ACD Gruppe vermitteln, aber auch abweichende Warteschleifen und Ansagen schalten. Der dtms-Kunde stellt in einer gespiegelten Datenbank die wesentlichen Informationen zur Verfügung, so dass der Zugriff des dtms ACD Systems nie das kundenseitige CRM manipuliert. Auf diese Weise ist der Einsatz der Routing-Optionen auch problemlos bei sicherheitskritischen Daten möglich. Die neuen bzw. geänderten Informationen aus dem ACD-Prozess werden offline durch das Kundenunternehmen mit der internen Datenbank synchronisiert.

Kundenwert-orientiertes Routing: Beispiele

- Das Unternehmen entscheidet, welcher Anrufer durch eigenes Personal, durch externe Kontakt-Center oder durch einen teilautomatisierten Sprachdialog betreut wird.
- Anrufer bei der Bestellhotline, die bestimmte Kreditlimits überschritten haben, können zu einem speziell geschulten Team geleitet werden, das einen Zahlungsplan mit dem Kunden abstimmt.
- Kunden können themen-orientiert direkt zum zuständigen Vertriebsteam durchgestellt werden – egal, ob dies zentral oder dezentral arbeitet.

Cluster können ein eigener Routingplan angelegt und eigene Statistiken zur Messung seiner Performanz erstellt werden. Mehr noch: Der Call Center-Manager kann entscheiden, ob und wann bestimmte Anrufergruppen z. B. über spezielle Platzgruppen, automatisierte Sprachdialoge oder externe Call Center-Dienstleister bedient werden.

Besonders interessant ist die Möglichkeit, einen einzelnen Nutzer anhand unterschiedlicher Kriterien mehreren Clustern zuzuordnen: So kann ein Anrufer mit einem besonders hohen Kundenwert dem VIP-Cluster



dtms GmbH

Isaac-Fulda-Allee 5
55124 Mainz

Firmendaten:

Geschäftsführer:
Dr. Christian Kuehl
Dr. Gerold Linzbach

Gründung: 1998

100%ige Tochter der D+S AG
mit über 7.000 Mitarbeitern

Betätigungsfeld:

Als Expertin u.a. für Service-Rufnummern und Mehrwertdienste ist die dtms GmbH ein etablierter Anbieter für professionelle Sprach-Portallösungen rund um den unternehmerischen Kundendialog – in Deutschland, Österreich und in der Tschechischen Republik.

Kernprodukte:

Service-Rufnummern, Mehrwert-Lösungen, Mobil-Lösungen, Service-Portal

Referenzen:

Vaillant, Yves Rocher, Delta Lloyd

Ihr Ansprechpartner:

Roland Horn
Manager Operation Services

Tel.: 0180 / 30 70 34 21

* (0,09 €/min. aus dem dt. Festnetz, abweichende Preise aus dem Mobilfunk)

E-Mail: roland.horn@dtms.de
Internet: www.dtms.de

Automatisierung im Callcenter

In modernen Callcentern verwöhnen CTI-Tools die Teamleiter mit vielfältigen Informationen über Echtzeitservicelevel, Abbruchquoten und Performancefaktoren der Mitarbeiter. Was aber ist zu tun, wenn die Echtzeitkennziffern nicht den Ansprüchen oder den vertraglich zugesicherten Serviceleveln genügen?

Der TeamCommander – das CTI-Tool des ACD-Systems IN-acd – bietet, neben bekannten „Drag and Drop“-Funktionen zum Umsortieren und Umpriorisieren der Agenten in den Skillgruppen, neue Funktionen, die die direkte Manipulation von Callprioritäten in den Warteschleifen erlauben.



TeamCommander „Warteschleifenübersicht“: Funktionsfenster für die Umpriorisierung der Calls in der Warteschleife

Mit Hilfe dieser neuen Funktionalitäten kann der Teamleiter Calls direkt in Echtzeit umqualifizieren, wenn er erkennt, dass die Vorkonfiguration nicht den Erwartungen entspricht. Die allgemeine Konfiguration findet in der Weboberfläche der IN-acd statt. Dort wird ihm ermöglicht, eigene Gewichtungen zu definieren und intuitiv das priorisierende Regelwerk festzulegen.

Die A-Rufnummer (Calling Number) oder die B-Rufnummer (Called Number) eines Calls, aber auch die eigene Callgeschichte – z.B. kommt der Call aus einer speziellen VIP-Hotline oder hatte der Anrufer schon länger als 300 Sekunden gewartet? – können effektiv in seine Priorisierung in der Warteschleife eingehen. Innerhalb einer Warteschleife kann die einzelne Priorität noch nach verschiedenen Strategien bewertet werden. Eine statische Bewertung führt dazu, dass aktuelle Calls

unabhängig von ihrer Wartezeit bei höherer Priorität immer bevorzugt werden. Das kann im Grenzfall dazu führen, dass niedrig priorisierte Calls in der Warteschleife „verhungern“. Alternativ bietet das IN-acd System eine dynamische Strategie, bei der die Priorität des Calls zu differierenden Gewichtungen der Wartezeiten führt. Diese Möglichkeiten machen die Automation eines optimalen Callflows für verschiedene Hotlines hinsichtlich verschiedener Servicelevel zu einer leicht beherrschbaren Aufgabe. Die Auswirkungen der Konfiguration sind im TeamCommander sofort erkennbar und intuitiv steuerbar.

Sollten darüber hinaus noch einzelne Calls nicht die Gewichtung finden, die ihnen von der Serviceidee her zustehen, kann sich der Teamleiter diese Calls interaktiv direkt zustellen lassen.

Die neuen Priorisierungsmöglichkeiten, zusammen mit den Echtzeitbewertungsfunktionen, machen den TeamCommander zu einem leistungsfähigen Tool, das den Teamleiter bei der Automatisierung im Callcenter optimal unterstützt.

IN-acd setzt bei allen zur Verfügung gestellten Funktionen auf eine leichte und intuitive Bedien- und Anwendbarkeit. Dadurch wird der Teamleiter direkt bei seinen originären Aufgaben unterstützt und benötigt keine weiteren Schulungen. Ergonomie und Effizienz stehen im Vordergrund.

Wir begleiten Sie mit den neuesten Entwicklungen in „NGN“, „VoIP“ und IN-acd – Sie managen Ihr Business.

Ausgewählte Funktionen

- Routingplan-Editor mit Baumstruktur und eigenständig definierbaren Prioritäten
- Spezialstatistiken, die eine Konfiguration mit beliebigen Gruppen, Call Centern und Agenten zulassen und definierten Mengen dieser Objekte
- TeamCommander mit umfangreichen Echtzeit-Statistikdarstellungen zur Agentenperformance und Prognose
- zeitnahe Prioritätenumschichtung im TeamCommander



IN-telegence GmbH & Co. KG

Oskar-Jäger-Straße 125
50825 Köln

Firmendaten:

Geschäftsführer:

Christian Plätke
Holger Jansen

Gründung: 1997

Mitarbeiter: 72

Betätigungsfeld:

IN-telegence verfügt als Netzbetreiber über ein eigenes, bundesweites Telekommunikationsnetz mit georedundanter Auslegung. Auf dieser Basis bieten wir produkt- und lösungsorientierte Konzepte für Inbound- und Outboundtelefonie aus dem gesamten technischen Umfeld der Telekommunikationsbranche.

Kernprodukte:

Service Rufnummern, IN-acd (netz-basiertes ACD-System), IN-centrex (hosted PBX Lösung), sowie Routing- und Statistiklösungen.

Referenzen:

Weg.de, Unternehmensgruppe Boesche, interhyp AG, StarCom Telekommunikation OHG, CHECK 24 Vergleichsportal Versicherungen AG, redcoon GmbH

Ihr Ansprechpartner:

Ralf Moitzheim

Kaufmännischer Leiter

Tel.: 0800 – 165 66 60

E-Mail: vertrieb@in-telegence.net

Internet: www.in-telegence.net

Die Call-Center-ACD direkt im Telefonnetz

Unternehmen möchten ihren Kunden einen professionellen telefonischen Service bieten. Dabei stellt sich die zentrale Frage: „Wie verteilt man ankommende Gespräche optimal auf einen zu dieser Frage kompetenten freien Agenten?“ 4Com entwickelte hierfür die 4Com Virtual ACD direkt im Telefonnetz und die 4Com Local ACD direkt vor Ort.

Die eingehenden Anrufe auf dem ACD-System werden an den am längsten wartenden, freien Agenten der Gruppe verteilt. Alternativ nach anderen Regeln, wie z. B. Last Agent Routing oder VIP-Routing. Ist kein Agent frei, gelangt der Anrufer in das Wartefeld bzw. den Überlauf der Gruppe, dies kann eine andere Gruppe, eine Ansage, eine Mailbox oder ein Besetzzeichen sein. Für jede Gruppe ist eine individuelle Nachbearbeitungszeit einstellbar. Agenten können für mehrere Gruppen gleichzeitig arbeiten und bedienen die ACD per Telefon oder Agenten-Client.

Vorteile:

- Standortübergreifendes virtuelles Call-Center
- Auf Pay-per-Use-Basis, daher keine Investitionskosten und kein finanzielles Risiko
- Sie können als Auftraggeber Ihren Call-Center-Dienstleistern eine einheitliche ACD zur Verfügung stellen
- Keine Weitermittlungskosten innerhalb der ACD
- Sehr geringe technische Anforderungen
- Support, Wartung und Updates inklusive
- Flexible Mindestlaufzeiten
- Schnelle Realisierung (Virtual ca. 1 Woche)
- Individuell an Kundenwünsche anpassbar

Konfiguration

Sie erhalten einen Account zur individuellen Einrichtung der gesamten ACD. Weitere Logins mit abgestuften Berechtigungen sind optional verfügbar. Außerdem haben sie Zugriff auf zahlreiche minutenaktuelle Online-Statistiken. Der Online-Monitor bietet in Echtzeit eine Supervisor-Ansicht auf das Anrufaufkommen und die Agentenauslastung.

Den Anrufverlauf, die Gruppen und die Agenten richten Sie selbst ein. Sie können Ansagen selbst einspielen und als Überlauf-, Intro-, Warteschlangen- oder Mailboxansagen aktivieren. Die integrierte Vermitt-

lungsfunktion ermöglicht das kostenlose Weiterleiten eines Anrufers zu einem externen Standort. Für die individuelle Anrufverteilung stehen die Module Zeit-, Ursprungs- und Prozentverteilung zur Verfügung. Im Routingplan wird der Anrufablauf grafisch dargestellt. Optional können Sie auch Outbound-Anrufe über das System per Agenten-Client tätigen.

Online-Statistiken

Es stehen Ihnen zahlreiche minutenaktuelle Online-Statistiken zur Auswertung Ihrer Daten zur Verfügung. Die Auswertungszeiträume sind dabei frei einstellbar.

Zusatzoptionen:

- Unified Messaging (UMS) für Fax/E-Mail/Briefe/SMS
- Agenten-Client Professional mit Telefonbuchfunktion, Anrufliste sowie Gesprächsleitfäden
- Gesprächsaufzeichnung und -Monitoring
- Gesprächsbewertungs- und Schulungstool
- TAPI- und VoIP-Anbindung
- Mandantenfähigkeit
- individuelle Anbindung von Kundensystemen
- IVR-Menü
- Verwendung als Corporate-Portal
- Personaleinsatzplanungstool
- Außendienst-Terminplanungstool
- Call-Blending-Betrieb

Fehlt Ihnen etwas? Gerne integrieren wir gegen Aufpreis die von Ihnen gewünschten Zusatzfunktionen.



4Com

4Com GmbH & Co. KG

Podbielskistraße 325
30659 Hannover

Firmendaten:

Geschäftsführer:

Jürgen Pleitei,
Holger Klewe

Gründung: 1994

Mitarbeiter: 39

Entwickler: 25

Betätigungsfeld:

4Com ist ein führender Provider für Mehrwertdienste und Servicernummern und bietet Pay per Use-basierte Lösungen rund um das Thema In- & Outbound-Kommunikation im Call-Center nach dem ASP-Modell.

Kernprodukte:

Virtual & Local ACD, Virtual & Local Power-Dialer, Personaleinsatzplanung, Virtual & Local CRM, Servicernummern, Automatische Kundenbefragungen, Voice-Self-services

Referenzen:

AWD Deutschland GmbH, htp GmbH, Achat Communications, E.ON Avacon AG, Hanseatic Bank GmbH & Co KG, E.ON Westfalen Weser AG, Praktiker AG

Ihr Ansprechpartner:

Tel.: 0800 - 4 888 999

Fax: 0800 - 4 888 999 - 7

E-Mail: vertrieb@4com.de

Internet: www.4com.de

CCWorld 2010 • Halle 4, Stand B2

„Die 4Com Virtual ACD ermöglicht uns einen flexiblen standortübergreifenden Kundenservice“

Horst Meyer
Leiter Call Center
Hannoversche Leben



Unified Communications deckt alle Kanäle ab

Mit modernen und flexiblen Software-basierten UC-Lösungen haben Contact Center-Manager ihr Geschäft jederzeit übersichtlich im Griff und können schnell auf Anforderungen reagieren. Das freut die Kunden, entlastet das Personal und bringt zusätzlichen Umsatz.

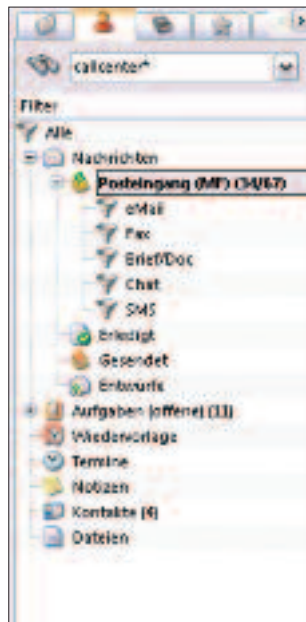
Der colima ACD Server ist eine der flexibelsten und einfach bedienbaren Lösungen am Markt. Er vereint ACD, CTI, IVR und Presence-Management in einem intuitiv bedienbaren System. Supervisoren benötigen keine Schulungen und können das System sofort bedienen. Die moderne .NET-Architektur erlaubt es, selbst komplexeste Prozesse unter der Oberfläche zu modellieren und die eigentliche Administration über einfache, assistierte Oberflächen vorzunehmen. Besonders Contact Center, die dynamisch auf veränderte Situationen wie neue Kundenprojekte oder saisonales Geschäft reagieren müssen, schätzen die Möglichkeiten, jederzeit 'on-the-fly' eingreifen zu können.

Bereits integrierte Presence-Funktionalitäten bereichern den Office und Contact Center-Bereich gleichermaßen, sodass „runde“ Prozesse innerhalb des gesamten Unternehmens oder zwischen Contact Centern und Auftraggebern realisierbar werden – den Mitarbeitern werden jederzeit die erforderlichen Informationen zur Verfügung gestellt, die zur Beauskunftung und für den Kundendialog essentiell sind. So kann beispielsweise bereits vor Eingehen des Anrufes bei einem Agenten

im Terminplan eines Finanzberaters dessen Verfügbarkeit geprüft und dem Agenten eine Auswahl an möglichen Funktionen angeboten werden. Die ständige Suche nach Informationen entfällt, die Produktivität steigt.

colima stellt mit der neuen Produktlinie GREYHOUND eine flexible und einfach bedienbare Lösung zur Bearbeitung aller gängigen Kanäle für Contact Center zur Verfügung. Neben der altbewährten Sprachverarbeitung wurden auch E-Mail, Fax, SMS, Chat und Briefdokumente integriert. Ein streng gruppenorientierter Ansatz der Lösung stellt sicher, dass keine Kopien von Vorgängen erzeugt werden können – so können Mehrfachbearbeitungen ausgeschlossen werden. Über ein integriertes grafisches Regelwerk können alle Prozesse den Erfordernissen angepasst werden, ein

fein graduiertes Berechtigungssystem stellt Authorisierung und Datensicherheit sicher. Die neuartige Suchfunktion ermöglicht blitzschnelles Nachschlagen zu allen Prozessen auch während eines aktiven Telefonates, ein Systemjournal hält alle Änderungen jedes Prozesses in einer Historie fest. Das System ist inhouse oder als On-Demand-Lösung verfügbar.



colima communications GmbH

Theodor-Fontane-Straße 19
38855 Wernigerode

Firmendaten:

Geschäftsführer:

Matthias Friedrichs

Gründung: 1999

Mitarbeiter: 15

Entwickler: 9

Betätigungsfeld:

colima ist einer der führenden Anbieter von Systemen zur automatischen Anrufverteilung (ACD) und Lösungen zur Automatisierung und Prozess-Steuerung im Contact-Center.

Kernprodukte:

ACD (automatische Anrufverteilung), Unified Communications, CTI & Presence, Voice-Selfservices, IVR-Systeme, Entwicklerprodukte

Referenzen:

Stiftung Warentest, Stadtwerke München, Sparkasse Heilbronn, Vivantes, Fresenius Netcare, Volkswagen AG, Sparkasse Darmstadt, Flughafen Köln/Bonn, Sparkasse Heilbronn

Ihr Ansprechpartner:

Matthias Friedrichs

Tel.: +49-3943 / 2628-00

Fax: +49-3943 / 2628-01

E-Mail: sales@colima.de

Internet: www.colima.de

colima ACD- und UC-Lösungen für Contact Center

- Unified Communications integriert
- ACD, E-Mail, Fax, Brief, SMS, Chat, Kalender, Kontaktverwaltung
- Integration von Backoffice und ContactCenter
- 1 bis mehrere tausend Agenten
- umfangreiche Schnittstellen
- intuitive Oberfläche
- On-Site oder On-Demand
- branchenübergreifend einsetzbar

Mit dem Dialer im Takt

Anbieter von Dialern hatten es 2009 nicht leicht. Zwar sind ihre Produkte für den Einsatz im Outbound-Geschäft weiter sehr gefragt, doch was die Call Center dann damit machen, entzieht sich ihrem Blick. Stattdessen wurde die Bundesnetzagentur aufmerksam, aufgerüttelt durch massenhaft eintreffende Beschwerden von Verbrauchern, deren Telefone zwei- dreimal klingelten und wieder verstummten. Klarer Fall von zu hohem Overdial-Faktor – ein wichtiges Maß im Outbound-Geschäft.

Wer aktiv Kunden kontaktieren will, kann sich kaum darauf einlassen, alle Rufnummern hierzu von Hand wählen zu lassen. Das erledigt stattdessen ein Dialer. Mit ihm wird festgelegt, wie hoch die Anzahl gleichzeitig gestartete Wählversuche beim telefonischen Verkaufen sein soll. Dabei wählt der Computer Software-gestützt die Telefonanschlüsse der anzusprechenden Kunden an und stellt das Gespräch, wenn es zustande gekommen ist, an den nächsten freien Mitarbeiter durch. Gerade für das Outbound-Geschäft in großem Stil ist der Einsatz eines Dialers unerlässlich. Besonders das Preview Dialing, bei dem das System den Agents vor jedem Anruf die Kundendaten mit der gesamten Historie zur Verfügung stellt, erweist sich als sinnvoll. Dabei sollen einerseits Wartezeiten bei den Agents vermieden werden, andererseits auch keine überzähligen Verbindungen zustande kommen, die dann keiner der Mitarbeiter übernehmen kann. Dieser Overdial-Faktor je Agent ist somit eine entscheidende Größe, wenn es um die Auslastung eines Call Centers geht. Der so genannte Predictive Dialer arbeitet dabei eine Liste vorgegebener Telefonnummern ab, filtert ungeeignete Anschlüsse, etwa Faxgeräte heraus und setzt eine Rufnummer auf die Wiedervorlage, sollte ein Besetztzeichen oder ein Anrufbeantworter erreicht worden sein – die Verbindung wird in solchen Fällen dann unterbrochen.

Softwaregesteuert reicht der Dialer jedes Telefonat, wenn die Gegenseite abgehoben hat, an den nächsten freien Mitarbeiter weiter und berücksichtigt dabei nicht nur, wieviele Agents zur Verfügung stehen, sondern auch, wie lang die durchschnittliche Gesprächsdauer ist und wie lang die Nachbearbeitung dauert. Auf dieser Basis errechnet der Dialer, wie viele Rufnummern gleichzeitig angewählt werden können.

Aus dem Overdial-Faktor ergibt sich die so genannte Drop- beziehungsweise Lostrate, also die Zahl jener Anwählversuche oder Verbindungen, die abgebrochen werden. Der Call Center-Verantwortlich muss entscheiden, wieviele solcher unnötigen – und für die Angerufenen ärgerlichen – Calls sich das Unternehmen leisten kann oder will. Bei der Frage, wie oft es bei Angerufenen klingeln soll, gilt es beispielsweise zu unterscheiden zwischen Kampagnen im privaten und geschäftlichen Umfeld. Erfahrungsgemäß lohnt sich langes Warten und langes „Klingelnlassen“ im geschäftlichen Umfeld kaum. Und im privaten Umfeld sorgt es für ein Eingreifen der Bundesnetzagentur.

So hilfreich der Dialer-Einsatz ist – er erfordert also eine gewisse Vorarbeit. Doch das zahlt sich aus: Durch Einsatz eines Dialers steigt die Produktivität der Agents deutlich. Der Einsatz eines Predictive Dialers lohnt sich allerdings erst ab einem Datensatz von mehreren Tausend Adressen. Wer weniger Kontakte zu bearbeiten hat, sollt den Einsatz erst testen oder virtuelle Dialer als Managed Service nutzen.

TeleTalk

Das **TeleTalk**-DemoForum-Begleitbooklet wird Ihnen von folgenden Unternehmen präsentiert:




4Coim

.....T.....



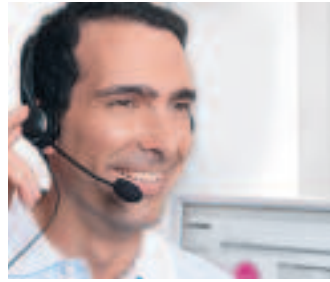
Mehr zu diesem Thema lesen Sie jeden Monat in **TeleTalk**-Kundendialog für Profis und auf www.teletalk.de

Aufgabenstellung zu diesem Thema auf der Folgeseite.

			
Unternehmen	4Com	itCampus Software- und Systemhaus	Deutsche Telekom
Produkt	4Com Virtual & Lokal Power-Dialer	Elsbeth Communication Center	Outbound Net Connector
Internet	www.4com.de	www.itcampus.eu	www.telekom.de/mehrwertloesungen
Referenten	Verena Ehbrecht Account Manager	Thomas Beer Director Business Development	Ingo Mohr Produkt-Manager Managed Services
Einrichtung: Einrichten eines Dialers, Anrufauftrag für eine Agentengruppe im Rahmen eines Outboundprojekts. Auswahl/Zuweisung von Rufnummernblöcken für eine Kampagne.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Lastwechsel-Reaktion: Darstellung der Möglichkeiten, auf Auslastungsschwankungen im Contact Center reagieren zu können: Call Blending/Wechsel von Outbound- zu Inbound-Bearbeitung von Calls.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Kampagnenmanagement: Darstellung der Steuerungsmöglichkeiten während einer Kampagne/Demonstration der zur Verfügung stehenden Kundeninformationen während der Vorgangsbearbeitung.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Supervisor: Aufruf/Darstellung der Informationen/Stati einzelner Kampagnen, Gruppen oder Agenten.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Joker: Funktionsauswahl durch den Anbieter.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Fazit:			

Kundenkontakt optimal gestalten

Mit attraktiven Servicenummern und netzbasierten Contact-Center-Lösungen bietet die Deutsche Telekom leistungsstarke Mehrwertdienste. Sie ermöglichen Anwendern eine Vielzahl gewinnbringender Einsatzmöglichkeiten auf Basis des Intelligenten Netzes der Deutschen Telekom.



Top-Tool für Outbound-Kampagnen

Mit dem Outbound Net Connector lassen sich Contact Center bei Outbound-Kampagnen optimal auslasten. Kunden können die Lösung kostengünstig, schnell und einfach in ihre vorhandenen Kommunikationssysteme integrieren. Der Outbound Net Connector sorgt dafür, dass die nächste Telefonverbindung zu einer Zielrufnummer genau dann zustande kommt, wenn gerade wieder ein Agent frei geworden ist. Zusätzlich fängt der Outbound Net Connector Anrufversuche automatisch ab, die zu einem besetzten Anschluss oder auf ein Faxgerät gelangen. Das alles bedeutet weniger Leerlauf und weniger Falschverbindungen – die Netto-Gesprächszeit wird maximiert. Bei der Lösung kommen nun weitere Kampagnenmanagement-Tools hinzu. Diese werden jetzt auch vollständig webbasiert angeboten, um insgesamt noch schneller und flexibler agieren zu können.

Starke Sprachportale

Das neue Angebot Interactive Voice Response Plus ist ein Sprachportal mit Web-Oberfläche für vielfältige Steuerungs- und Informationsfunktionen. Mit der Lösung können Contact Center ihre Anrufer einfach vorklassifizieren. Sie erfragt automatisch den Anrufgrund, die Beantwortung erfolgt über die Telefontastatur. Anschließend leitet die Interactive Voice Response Plus die Anrufe zum richtigen Ansprechpartner weiter. Besonders interessant: Über die Web-Oberfläche können Nutzer ihren Sprachdialog selbst konfigurieren und jederzeit flexibel veränderten Anforderungen anpassen.

Ein besonders weites Funktionsspektrum bietet das Sprachdialogsystem Voice Web Portal. Damit stellt die Deutsche Telekom eine zukunftsweisende, umfassende Lösung bereit: Contact Center und Unternehmen aus

den unterschiedlichsten Branchen können über das Voice Web Portal große Teile ihrer Kommunikation und ihrer Transaktionen rund um die Uhr automatisch abwickeln. Wesentliche Bausteine dafür sind eine moderne Spracherkennung mit optionaler Sprach-Authentifizierung sowie die automatisierte Sprachausgabe. Anrufer können direkt mit den über das Internetprotokoll angebotenen Datenbanken – etwa Produktlisten oder Kundenstammdaten – kommunizieren. So lassen sich intelligente Voice-Self-Services einfach und kostengünstig realisieren.

Dynamische Anrufverteilung

Die Automatic Call Distribution richtet sich an alle Firmen, die Mitarbeiter oder Dienstleister an unterschiedlichen Standorten in das Routing ihrer Servicenummern einbeziehen wollen. Die Deutsche Telekom optimiert und erweitert die Lösung regelmäßig; jetzt kommen beispielsweise die Funktion Customer Info und die Anrufgrundkodierung hinzu. Customer Info erlaubt es, umfassende Informationen aus dem Routingverlauf zum angerufenen Agenten zu übermitteln; die Anrufgrundkodierung ermöglicht es, Gesprächsthemen im Contact Center systematisch zu erfassen und auszuwerten. Die Deutsche Telekom stellt das Update kostenlos und automatisch bereit.

Kundenkontakte stets im Blick

Den Nutzern der Contact-Center-Lösungen stellt die Deutsche Telekom umfangreiche Monitoring- und Controllingfunktionen zur Verfügung, mit denen sich detaillierte Daten und anwenderspezifische Auswertungen zu den einzelnen Agenten und Servicenummern abrufen lassen. Die Kennzahlenaufbereitung kann je nach Anforderungen ganz individuell gestaltet sein – auf Wunsch auch im eigenen Corporate Design.



Deutsche Telekom AG

Zentrum Mehrwertdienste
Ollenhauerstraße 4
53113 Bonn

Firmendaten:

Dr. Volker Nussbaumer,
Leiter Zentrum Mehrwertdienste

Betätigungsfeld

Die Deutsche Telekom ist führender Anbieter im Bereich der Mehrwertlösungen, mit denen Unternehmen und Call Center ihre Dienstleistungsqualität steigern oder attraktive Inhalte und kompetente Services vermarkten können. Die hochwertigen und medienübergreifende Kontaktlösungen der Deutschen Telekom sind auf die individuellen Anforderungen professioneller Anwender zugeschnitten, entsprechen höchsten Qualitätsstandards und sind als Managed Services flexibel einsetzbar.

Kernprodukte:

Mehrwertlösungen für Sales & Customer Care, Conferencing Services sowie interaktive Medienanwendungen

Referenzen:

BCD Travel, HUK-COBURG Versicherungsgruppe, Michelin Reifenwerke, OTTO Versandhandel, QVC TV-Shopping, Swisscom Telekommunikation

Ihr Ansprechpartner:

freecall 0800 33 00800
www.telekom.de/mehrwertloesungen

Outbound-Kampagnen erfolgreich umsetzen

Der 4Com Virtual & Local Power-Dialer bringt Ihre Outbound-Kampagnen auf Trab! Der innovative Predictive-Dialer inkl. Kampagnenmanagement steht als ASP-Lösung standortübergreifend, virtuell im Telefonnetz oder lokal zur Verfügung. Einfache Bedienbarkeit, geringe technische Anforderungen, variable Kapazitäts- und Laufzeit-Modelle sichern eine hohe Flexibilität.

Stress im Call-Center: Innerhalb kurzer Zeit müssen mehrere tausend bis hunderttausende Adressen qualifiziert werden. Mit einer manuellen Anwahl ist das nicht zu schaffen. Schnelle Abhilfe bietet der 4Com Power-Dialer, das Kampagnenmanagement- und Analyse-System mit integriertem Predictive-Dialer für Outbound-Kampagnen. 4Com bietet seine Lösungen ohne Investition als ASP-Dienstleistung an und ermöglicht damit einen standortübergreifenden Einsatz der Lösungen. Mit dem 4Com Power-Dialer sind Produktivitätssteigerungen von bis zu 100% möglich. Es stehen die Betriebsarten Preview-, Power- und Predictive-Dialing zur Verfügung. Das Kampagnenmanagement-System steht alternativ auch ohne Predictive-Dialer als eigene Anwendung zur Verfügung.

Vorteile

- Standortübergreifender Einsatz
- Keine Investitionen, kein Kostenrisiko
- Verschiedene Laufzeitmodelle (1-36 Monate)
- sehr geringe technische Voraussetzungen
- Support, Wartung und Updates inklusive
- Keine langfristige Kapazitätsplanung notwendig
- Schnelle Realisierung
- Rufnummernübermittlung je Kampagne
- Rückrufbearbeitung im Call-Blending
- Begrenzung der Anwahlversuche
- Individuelle Anpassungen

Funktionsprinzip

Der Predictive-Dialer wird zentral im Telefonnetz (Variante Virtual) oder vor Ort im Call-Center (Variante Local) von 4Com bereitgestellt. Die Agenten melden sich online über den 4Com Agenten-Client Professional oder eine alternativ angebundene Client-Software im 4Com Power-Dialer an und werden vom System angerufen. Alternativ wählen sich die Agenten per Telefon

oder VoIP ein (mit VoIP-TK-Anlage oder per Softphone, wie dem 4Com VoIP-Softphone). Nach PIN-Eingabe ist der Agent bereit. Agenten werden einer Gruppe zugeordnet, die Gruppe einer oder mehrerer Kampagnen. Die Rufnummernübermittlung wird je Kampagne konfiguriert. Ein Parallelbetrieb von Kampagnen ist möglich. Optional kann der Administrator bzw. der Agent Agenten zugeordnete Kampagnen abwählen. Es stehen die Betriebsarten Predictive-Dialing, Power-Dialing sowie manuelles und automatisches Preview-Dialing zur Verfügung. Konfiguration, Statistikabruf sowie Datenimport und -export führen Sie selbst verschlüsselt per Web durch.

Rechtssicherheit

Mit einer auf Kampagnenebene konfigurierbaren Rufnummernübermittlung und der Begrenzung der Anwahlversuche pro Tag, Woche, Monat erfüllt der 4Com Power-Dialer selbstverständlich die derzeitigen rechtlichen Anforderungen.

Interessante Zusatzoptionen

Call-Blending, Gesprächsaufzeichnung, Gesprächsmonitoring, Gesprächsleitfaden, automatischer Brief-, FAX-, SMS-, E-Mail-Bestätigungs-Versand, Außendienst-Terminplanungstool, webbasierte Personaleinsatzplanung, VoIP-, TAPI-Anbindungsvariante, CRM-Anbindung.



4Com

4Com GmbH & Co. KG

Podbielskistraße 325
30659 Hannover

Firmendaten:

Geschäftsführer:

Jürgen Pleitei,
Holger Klewe

Gründung: 1994

Mitarbeiter: 39

Entwickler: 25

Betätigungsfeld:

4Com ist ein führender Provider für Mehrwertdienste & Servicernummern und bietet Pay per Use-basierte Lösungen rund um das Thema In- & Outbound-Kommunikation im Call-Center nach dem ASP-Modell.

Kernprodukte:

Virtual & Local ACD, Virtual & Local Power-Dialer, Personaleinsatzplanung, Virtual & Local CRM, Servicernummern, Automatische Kundenbefragungen, Voice-Self-services

Referenzen:

AWD Deutschland GmbH, htp GmbH, Achatz Communications, E.ON Avacon AG, Hanseatic Bank GmbH & Co KG, E.ON Westfalen Weser AG, Praktiker AG

Ihr Ansprechpartner:

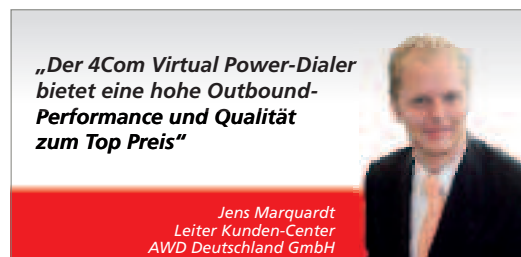
Tel.: 0800 - 4 888 999

Fax: 0800 - 4 888 999 - 7

E-Mail: vertrieb@4com.de

Internet: www.4com.de

CCWorld 2010 • Halle 4, Stand B2





Drei auf einen Streich!

ITCAMPUS ZÜNDET INNOVATIONSFEUERWERK ZUR CALLCENTERWORLD 2010

Gleich mit drei technologischen Neuheiten wartet itCampus zur diesjährigen CallCenterWorld 2010 auf: Allen voran präsentiert das europaweit agierende Software- und Systemhaus vom 9. bis 11. Februar erstmals sein neues Distributionsmodell **ELSBETH Software as a Service** (SaaS) der Öffentlichkeit. Fachbesucher haben dabei auch die Möglichkeit, vor Ort eine eigene SaaS-Kampagne testweise aufzusetzen. Via ELSBETH SaaS sind bereits der ELSBETH PredictiveDialer, ELSBETH PowerContact und der ELSBETH Voice & Data Recorder „on demand“ – also nach Bedarf – via Internet oder Telefonnetz nutzbar.

Darüber hinaus stellt itCampus den **ELSBETH VocalCoach** in der **Version 2.0** vor. Wegweisendes Feature: der Live-Client, der erstmals ein vollautomatisiertes Call Monitoring in Echtzeit erlaubt. Werden etwa bei telefonischen Vertragsabschlüssen relevante Informationen nicht korrekt genannt, informiert ELSBETH VocalCoach 2.0 den Agenten sofort über den betreffenden Fehler.

Er hat so die Möglichkeit, diesen noch während des Gesprächs zu korrigieren. Auch das Unternehmen profitiert von dem Mehr an Effizienz und Qualität, weil sich der personelle und zeitliche Aufwand in der Nachbearbeitung der geführten Gespräche deutlich minimiert.

Des Weiteren launcht itCampus mit **ELSBETH PowerContact Xpress** zudem ein besonderes Vorteilspaket, das insbesondere kleinen und mittelständischen Unternehmen den Einstieg in eine professionelle Kundenkommunikation ermöglicht. Zentraler Bestandteil dieses Specials zur CCW 2010: drei unbeschränkt nutzbare Gratis-Lizenzen des etablierten Kampagnenmanagementsystems ELSBETH PowerContact.

itCampus zur CallCenterWorld 2010:
Berlin, 9. bis 11. Februar 2010
Estrel Convention Center, Halle 5, Stand B1



itCampus

Software- und Systemhaus GmbH
Nonnenstraße 42
04229 Leipzig

Firmendaten:

Geschäftsführer:

Dr. Andreas Lassmann,
Tobias Schmidt
Gründung: 1999
Mitarbeiter: 110
Standorte: Deutschland, Great
Britain, Italia, Schweiz

Betätigungsfeld:

Das Unternehmen bietet seinen Kunden europaweit Kommunikationslösungen, IT-Beratung und individuelle Lösungen in den Bereichen Software-Entwicklung und Software-Ergonomie.

Kernprodukte:

für Call, Contact und Service Center: Marktführender, rechtskonformer Predictive Dialer
Kampagnenmanagement-, Telemarketing- und CRM-Software
Qualitätsmanagement und Coaching Software als klassische Lizenzen, on Demand oder als Software as a Service

Referenzen u.a.:

RM Bertelsmann Der Club, buw, KiKxxl, Teleperformance twenty4help, The Phone House

Ihr Ansprechpartner:

Holger Wittig
Tel.: 0341-492 87 00
Fax: 0341-492 87 01
E-Mail: h.wittig@itcampus.de
Web: www.itcampus.eu

UC als Pflichtübung

Nach einer aktuellen Befragung unter Contact Center-Betreibern im deutschsprachigen Raum hat sich Voice over IP als Basistechnik durchgesetzt, neue Investitionsvorhaben zielen im Bereich Telekommunikation auf dieselbe Technikplattform oder hybride Lösungen. Der Einsatz von Unified Communications-Lösung erfordert ebenfalls eine Signalisierungsebene auf Basis des Internet Protokolls oder SIP (Session Initiation Protocol). Ohne eine VoIP-fähige Infrastruktur geht es also nicht. Leider wird Unified Communications (UC) noch immer falsch verstanden oder eingeordnet. Das Problem entstand dadurch, dass die Wortschöpfer seinerzeit ausdrücken wollten, welche Kommunikationsanwendungen unter dem Dach UC subsumiert werden können – und da das Internet Protokoll beziehungsweise SIP als Signalisierungsebene die Grundlage bilden, ist das nicht eben wenig. Alle bekannten Kommunikationskanäle, ob E-Mail, Fax, Telefon, SMS, IMS, Chat oder Video gehören dazu.

So ist es nicht weiter verwunderlich, dass noch immer viele Unternehmen unter UC vor allem ein erweitertes Unified Messaging verstehen. Rund die Hälfte deutscher Unternehmen vertraut noch immer auf herkömmliche Telefontechnik und wagt sich nicht an Voice over IP oder größere Experimente heran. ABber halt, war doch nicht noch etwas? Genau – das Präsenzmanagement. Eigentlich ist das Präsenzmanagement die absolute „Killer-App“ unter den Vorteilen von UC, denn es erlaubt, eben weil alle Kanäle über eine Signalisierungsebene geführt werden, dass man nicht nur über alle Medien mit einer zentralen Adresse/ Rufnummer erreichbar ist, sondern die Technik auch gleich prüft, welche Kanäle beim jeweiligen Adressaten on- und offline geschaltet sind. Hat beispielsweise der Teilnehmer sein Handy und das Festnetztelefon nicht greifbar, wohl aber seinen PC mit Internetverbindung, wird dies dem Anrufer signa-

liert. Ihm wird dann angeboten, die Nachricht als Voice Mail an den E-Mail-Account zu versenden.

Im Unternehmen selbst erhält jeder Anwender mit der UC-Lösung in der Regel auch eine grafische Oberfläche am PC, die ihm zeigt, wie er welchen Kollegen erreichen kann. Es liegt auf der Hand, dass besonders Betreiber von Service- oder Contact Centern hier erhebliche neue Synergieeffekte und Effizienzpotenziale erschließen können – und sei es beispielsweise nur durch die nahtlose Einbindung von Remote Agents via VoIP.

So weit die Theorie. In der Praxis zeigt sich, dass die Anbieter der frisch vermählten Konvergenzlösungen für verschiedenste Herausforderungen vor Ort ihre Anwendungen höchst individuell anpassen und in sehr heterogene Umgebungen integrieren müssen. Kein Wunder also, dass sich früh Unternehmen SAP und Wicom zusammenfanden, Microsoft heute viele Partner zählt, die der Software ein Multikanal-Koppelfeld anflanschen oder auch heute noch Player wie HP und Alcatel zusammen den Markt gestalten wollen. Die Anwender, sofern sie sich mit der Einführung einer UC-Lösung beschäftigen, stehen heute vor der Wahl, entweder eine ganzheitliche Lösung umzusetzen oder einzelne Anwendungen zu adaptieren.

Wie auch immer man sich entscheidet: Es sollte klar sein, dass UC einer ganzheitlichen Unternehmensstrategie folgen muss. Gleich, ob Unternehmensweit oder nur für eine Filiale gedacht, für UC muss das gesamte Netzwerk des Unternehmens neu ausgerichtet, müssen Kapazitäten erweitert werden.

TeleTalk





Das **TeleTalk**-Demoforum-Begleitbooklet wird Ihnen von folgenden Unternehmen präsentiert:



Mehr zu diesem Thema lesen Sie jeden Monat in **TeleTalk**-Kundendialog für Profis und auf www.teletalk.de

Aufgabenstellung zu diesem Thema auf der Folgeseite.

Auswertungsbogen – Unified Communications

				
Unternehmen	ItyX Solutions	Novomind	colima	Voxtron
Produkt	Mediatrix WEB Scout	iAgent™	colima Grayhound	agenTel
Internet	www.ityx.de	www.novomind.de	www.colima.de	www.voxtron.de
Referenten	Andreas Klug Vorstand	Peter Samuelsen Vorstand	Matthias Friedrichs Geschäftsführer	Ralf Mühlhoyer Geschäftsführer
Systemarchitektur: Welche Kanäle (klass. Telefon, Fax, VoIP etc.) werden bedient und wie wird eine übergreifende Verwaltung der Nachrichten bzw. Dialoge realisiert („Konsolidierte Kundenhistorie“)?	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Systemarchitektur: Wie werden Kommunikationskanäle (physikalisch) eingebunden und administriert (durch User und Supervisoren/ techn. Admin)?	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Administration: Beschreiben Sie die technischen Voraussetzungen für eine Anwendung in einem Contact Center mit 50 Seats.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Erweiterung/Ausbau: Beschreiben Sie die Möglichkeiten der Anwendungsentwicklungen/Schnittstellen zur Lösung.	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4	Note: 1 <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 4
Joker: Funktionsauswahl durch den Anbieter				
Fazit:				

Das Update für Ihre Kommunikation

Contact-Center-Funktionalität für jedes Unternehmen. Intelligentes und effizientes Routing Ihrer eingehenden Anrufe, Faxe und E-Mails – direkt zum richtigen Ansprechpartner. Kontaktieren Sie Ihre Zielgruppen mit massgeschneiderten Telefonkampagnen. Nutzen Sie Self-Service und IVR.



agenTel ist die Softwareplattform, die die Kommunikation im Unternehmen strategisch steuert – unabhängig von Branche, Größe und Medium. Entsprechend ihrer Thematik und Priorität werden ein- und ausgehende Anrufe, Faxe und E-Mails an Mitarbeiter mit adäquaten Fähigkeiten verteilt. Automatisierte Dienste wie Ansagen und Vermittlungsfunktionen schonen Ressourcen und stehen rund um die Uhr zur Verfügung. Protokollierung, Statistik und Wallboards machen den strategischen Erfolg und die Effizienz der Kommunikation sicht- und messbar!

Strategien, Prozesse und Arbeitsabläufe verändern sich – das agenTel CallFlow-Design lässt sich flexibel an neue Anforderungen anpassen. Das umfassende Schulungsprogramm erlaubt es, diese Anforderungen zeitnah und unkompliziert mit eigenen Ressourcen umzusetzen. Das Wartungsangebot bietet einen zuverlässigen Investitionsschutz und garantiert eine durchgehende Erreichbarkeit.

agenTel lässt sich problemlos in vorhandene TK- und IT-Systeme einfügen. Unabhängig von vorhandener Datenbasis und Business-Applikation stehen den Mitarbeitern die gewohnten Anwendungen – erweitert um intelligente Contact Center Funktionen – zur Verfügung. Gewohnte Arbeitsabläufe werden durch Automatisierung vereinfacht und optimiert.

Axxium ist Voxtrons Sprachportal und bietet automatisierte Vermittlungsfunktionen, Textansagen, IVR, Messaging, Anruferqualifizierung und Voice-Mail.

Eingehende Anrufe werden intelligent verteilt, wobei kundenspezifische Details für das Routing herangezogen werden. Informationen können Anrufern per Sprachsynthese zur Verfügung gestellt werden. Eine Identifizierung per Tasten- oder Spracheingabe schont Ressourcen und entlastet Mitarbeiter.

Durch die Integration aller Wege und Medien der modernen Unternehmenskommunikation lassen sich Voiceportale auch bei verteilten Unternehmens-Strukturen an zentraler Stelle realisieren.

Die Voxtron-Gruppe

- Die international tätige Voxtron-Gruppe stellt seit Anfang der 1990-er Jahre Software für die Kommunikation im Unternehmen her.
- Das Portfolio umfasst Produkte für Voice-Portale, Call und Contact Center, Unified Messaging, Faxdienste, automatische Telefonzentrale, CTI, Telefonbanking und zahlreiche Sonderapplikationen.
- Neben reinen Telefonie-Funktionen integriert Voxtron unter anderem Spracherkennung und -synthese, CRM- und ERP-Systeme, Kampagnensoftware, Microsoft Exchange-, Outlook- und Navision-Systeme, Hostlösungen und Web-Anbindungen in seine Produkte und Lösungen.
- Weltweit betreut Voxtron mit ca. 50 Mitarbeitern über 11.000 Kunden, davon 3.000 in Deutschland.
- Zu Voxtrons Kunden gehören mittelständische und Großunternehmen, Banken und Versicherungen, Behörden, Städte und Gemeinden, Handel und Industrie, Energieversorger und TK-Anlagen-Hersteller. Sie nutzen über 125.000 Lizenzen für Voxtron-Produkte.

Moderne Technologien wie Spracherkennung und -synthese, Sprecherverifikation und Mitschnitt stehen ebenso zur Verfügung wie die Internet-, CRM, ERP- oder Host-Anbindung.

VOXTRON

Voxtron GmbH

Zeche Westfalen 1
59229 Ahlen

Firmendaten:

Geschäftsführer:

Ralf Mühlhövner

Gründung: 1994

Mitarbeiter: 50

Entwickler: 20

Betätigungsfeld:

Die Voxtron-Gruppe stellt Software für die gesamte Kommunikation im Unternehmen her.

Kernprodukte:

Das Portfolio umfasst Produkte für Sprachportale (IVR), Call und Contact Center (ACD), Nachrichtenverteilung (UMS) und CTI (Computer Telephony Integration).

Referenzen:

Santander Consumer Bank
ista energy Services
Würth „Der Montage-Profi“
Volks- und Raiffeisenbanken
Deutsche Bahn
Stadtwerke, Stadtverwaltungen

Ihr Ansprechpartner

Ralf Mühlhövner

Tel.: +49 23 82 98 97 4-0
Fax: +49 23 82 98 97 4-74

E-Mail: info@voxtron.de
Internetadresse: www.voxtron.de

Lernfähiges E-Mail-Response-Management

Digitale Kontaktkanäle boomen: Für Ihre Kunden ist die alltägliche Nutzung von E-Mail und Web zur Selbstverständlichkeit geworden. Intelligente Response-Management-Lösungen von ITyX klassifizieren automatisch eingehende Mitteilungen und verteilen diese Skill-basiert an verfügbare Agenten. Damit bilden sie die Grundlage für ein dynamisches Wissensmanagement – für Anfragen im Internet (Self-Service) und für Ihre Agenten.

Der Anteil der digitalen Kontaktwege (E-Mail, Internet) am Multi-Kanal-Mix im Call-Center Markt wächst stetig. In den USA trifft bereits heute jede dritte Kundenanfrage im Contact Center via E-Mail ein. Klassische E-Mail-Office-Software bietet keine Lösung: die Verteilung erfolgt manuell, eine Steuerung oder gar ein Nachverfolgen von Vorgängen ist nicht möglich.

Mediatrix von ITyX ist die führende Lösung von (teil-)automatisierten Verarbeitung von Anfragen per E-Mail und über das Internet. Grundlage der Technologie sind zahlreiche Forschungsarbeiten, die vom Technologie-spezialisten ITyX seit 1999 kontinuierlich durchgeführt werden. Auf Basis von Lernmengen ist die Lösung in der Lage, nicht nur bis 98 % der eingehenden Kundenmitteilungen richtig zu verteilen, sondern auch automatische Antwortvorschläge für deren Beantwortung zu generieren. Der Clou: Mediatrix ist lernfähig. Anhand des Verhaltens von ausgewählten Agenten bei der Prüfung und Endverarbeitung von Kundenanfragen werden laufend Rückschlüsse auf zukünftige Vorgänge gezogen. Dadurch steigt der Optimierungsgrad der Lösung durch deren bloße Verwendung. Und

das gebildete Transaktionswissen dient als Grundlage für intelligenten Internet-Self-Service.

Neben der Fähigkeit von Mediatrix ohne Eingriffe durch Administratoren verwertbares Wissen für digitale Automatisierungen zu bilden, gehören die Fülle von Detailfunktionen und modernes Software-Design zu den Alleinstellungsmerkmalen. So können individuelle Transaktionen zu Drittsystemen über einen Business-Rule-Container hinterlegt werden. Auf diese Weise ist Mediatrix theoretisch unbegrenzt erweiterbar und bietet höchste Investitionssicherheit. Erweiterungsmodule: Mediatrix MAILROOM (automatische Posteingangslösung), Mediatrix SELF SERVICE (Kontaktvermeidung durch suggestive Antwortvorschläge im Internet), Mediatrix WEB SCOUT (proaktive Live-Beratung per Video-Chat und Co-Browsing in angebundenen Internet-Portalen) und Mediatrix COM CRAWLER (dynamische Auswertungen von Social Media Plattformen).



MEDIATRIX ERMS



POWERED BY INTELLIGENCE

Firmendaten:

Vorstand:

Süleyman Arayan, Andreas Klug

Gründung: 1996

Mitarbeiter: 65

Entwickler: 37

Betätigungsfeld:

Intelligentes Enterprise-Response-Management per E-Mail, Fax, Brief, Video-Chat und Web-Self-Service stehen im Mittelpunkt der Produktfamilie Mediatrix des Softwarespezialisten ITyX Solutions AG. Die Lösungen sind hoch integrativ und lernfähig. Während der automatischen Verarbeitung der Kundenanfragen entsteht dynamisches Wissen, das die Grundlage für einen hoch effizienten Kundendialog bildet. Führende Unternehmen haben mit ITyX-Lösungen ihren Kundenservice profitabel gemacht.

Kernprodukte:

E-Mail-Management, digitale Eingangspost-Verarbeitung, Web-Self-Service, Chat und Co-Browsing, Knowledge Management, Social Media Monitoring

Referenzen:

u.a. Bank Austria, Bosch, Conrad, Commerz Direktservice, DEVK, DKB, ERV, eprimo, HUK, IKEA, Symyo

Ihr Ansprechpartner:

Peter M. Macherey

Tel. 0800 8998 700

E-Mail: peter.macherey@ityx.de

www.ityx.de

Mediatrix ERMS und SELF SERVICE

- Klassifikation von E-Mails, Fax- und Briefsendungen anhand von führenden KI-Methoden
- Generierung von Antwortvorschlägen und -wahrscheinlichkeiten für die Agentenbearbeitung
- Skill-basierte Verteilung, Mandanten-spezifische Work-Flows und Eskalationsmanagement
- Reportgenerator mit 68 Standard-Reports, Realtime-Steuerungs-Konsole, Export-Funktionen

- Automatische Erkennung, Extraktion und Dunkelverarbeitung von Kunden- und Produktdaten
- Moderne Software mit fließenden Benutzerkonzept und Business-Rule-Engine für Erweiterungen
- Erweiterbar um Telefonticket, Self-Service-Modul, Live-Beratung im Web durch Chat & Co-Browsing, selbstlernende Postverarbeitung, Social Media Monitoring

CallCenterWorld®
2010:
Wir freuen uns
auf Ihren Besuch
Halle 4 Stand D9.

Was sind die echten Herausforderungen an Contact Center in 2010?

Die klassischen Call Center, die Anfragen bisher ausschließlich per Telefon beantwortet haben, entwickeln sich zukünftig zu so genannten Multichannel Contact Centern. Diese decken die gesamte Interaktion mit dem Kunden über alle verfügbaren Kanäle wie beispielsweise E-Mail, Chat, Telefon oder Fax ab.

Die Qualitätsanforderungen und der Kostendruck werden in 2010 weiter wachsen, da möglichst viele Kundenanfragen bereits beim Erstkontakt fallabschließend beantwortet werden müssen. Immer mehr Servicecenter werden zudem eine permanente Erreichbarkeit anbieten (24/7). Für Contact Center – egal ob inhouse oder extern – kommt es darauf an, der steigenden Anzahl von Kundenanfragen zu begegnen. Dabei wird der Anspruch an die Usability digitaler Kundenkommunikationssysteme eine immer wichtigere Rolle spielen. Erforderlich ist eine übersichtliche Benutzerumgebung, die für ein schnelles Einarbeiten neuer Mitarbeiter sorgt. Angesichts der großen Mitarbeiterfluktuation wird dies ebenfalls von enormer Bedeutung sein.

Blended Agent – Fluch oder Segen?

Während in den vergangenen Jahren zwischen den Contact Center Managern ein „Religionskrieg“ tobte (ein Team für Calls und ein Team für Non-Calls), schwingt das Pendel aktuell in Richtung Multimedia-Agent. Wenn sich ein Mitarbeiter gut mit bestimmten Themen (z.B. Kontoklärung) auskennt, sollte er „sein Wissen“ auf allen Kommunikationskanälen einsetzen. Durch die Spreizung der Servicezeiten (24/7) wird das

Thema Personaleinsatzplanung zunehmend komplexer. Immer mehr Unternehmen nutzen daher das Blended Agent Verfahren, um Leerlaufzeiten in ihrem Unternehmen zu reduzieren und so die Ticketkosten zu senken.

Machen Sie Ihre Contact Center Agenten multichannelfähig!

Mit dem novomind iAGENT™ bieten wir eine zentrale Benutzeroberfläche zur Beantwortung von Kundenanfragen via E-Mail, Brief, Fax, SMS, Live Chat und Telefon.

Durch die intuitive Bedienbarkeit wird der Agent im Contact Center optimal bei der Beantwortung von Kundenanfragen unterstützt. Darüber hinaus ermöglicht novomind iAGENT™ einen schnellen Wechsel und einen unkomplizierten Datenaustausch zwischen den einzelnen Programmen. Operative CRM-Anwendungen können direkt angesteuert werden. Der Effekt: Ein langes Suchen oder ein aufwändiges Hin- und Herklicken entfällt. Komplexe Anwendungen werden einfach dargestellt, technische Barrieren verschwinden und die Mitarbeiterzufriedenheit steigt.

Die Softwarelösungen der novomind AG sorgen jeden Monat für die reibungslose Beantwortung von mehr als 1 Mio. individuellen Kundenanfragen. Über 70 namhafte Unternehmen haben sich bereits für novomind Technologie entschieden, darunter OTTO, Citibank, Sixt, Lufthansa, EnBW, NetCologne, United Print.com (in über 20 Ländern), Deutsche Post, Handelsbanken Schweden u.v.m.



**NOVO
MIND**
IQ INTERACTIVE

novomind AG

Bramfelder Straße 121
22305 Hamburg

Firmendaten:

Vorstand:

Peter Samuelsen
Peter Wiedekamm

Gründung: 1999

Mitarbeiter: > 80

Entwickler: > 60

Betätigungsfeld:

Als führender Anbieter innovativer Lösungen für die digitale Kundenkommunikation bietet die novomind AG Softwarelösungen für einen serviceorientierten und personalisierten Umgang mit dem Kunden. Die Kommunikationslösungen sind multikanalfähig und enthalten alle für ein Contact Center notwendigen Kommunikationsmodule.

Kernprodukte:

Mail Management (novomind iMAIL™), Live Chat (novomind iCHAT™), Softphone (novomind iCALL™), Self Service Solutions (novomind iQ™).

Referenzen:

Citibank, Dt. Bundestag, Elster, EnBW, Lufthansa, mobile.de, Otto, ricardo, SEB, Sixt, The Phone House, UKV, Union Investment, Yello Strom u.v.m.

Ihr Ansprechpartner:

Christiane Scholz

Tel.: +49 40 / 808071-0
Fax: +49 40 / 808071-100
E-Mail: info@novomind.com
Internet: www.novomind.de

novomind iAGENT™ - der ergonomische Desktop für Ihre Agenten

Verschafft Ihnen entscheidende Vorteile

- **Usability.** Sorgt für ein schnelles Einarbeiten neuer Mitarbeiter.
- **Blended Agent.** Reduziert Leerlaufzeiten und senkt Ticketkosten.
- **Integrationsfähigkeit.** Operative CRM-Systeme werden direkt angesteuert.
- **Zentrale Wissensbasis.** Konsistente Antworten auf alle Kundenanfragen.
- **Produktivität.** Weniger Bearbeitungsaufwand durch (Teil-) Automatisierungen.
- **Geschwindigkeit.** Schnellere Antworten trotz steigendem Kontaktvolumen.

**Lesen.
Wissen.
Profitieren.**

Fachwissen aus erster Hand:

Das kostenlose

TeleTalk-Newsletter-Abo.

Jetzt bestellen:

www.teletalk.de/newsletter

TeleTalk
KUNDENDIALOG FÜR PROFIS