



ECHTE QUALITÄTSFAKTOREN: REPORTING UND ANALYSE

Wie gut arbeitet das Service Center? Um im Tagesgeschäft reagieren zu können, brauchen Serviceverantwortliche eine schnelle Antwort. Doch die Zusammenführung, Darstellung & Analyse einer Vielzahl an Daten aus unterschiedlichsten Quellen braucht Zeit. Es geht aber auch anders.

Die Begriffe „Servicequalität“ und „Qualitätsmanagement“ sind in den vergangenen Jahren im Bereich Kundenservice stärker propagiert und strapaziert worden als alle anderen. Einigkeit herrscht hinsichtlich der Tatsache, dass sie der Schlüssel für dauerhafte Kundenzufriedenheit, dauerhafte Kundenbindung und dauerhaften Erfolg sind. Einigkeit herrscht auch hinsichtlich der Methoden und Instrumente zur Sicherung der Servicequalität, wie etwa dem Monitoring, regel-

mäßigen Kundenbefragungen, Gesprächsaufzeichnungen, dem Coaching und natürlich der Nutzung der Daten der TK-Anlage. Alle diese Instrumente werden längst genutzt, wenn auch in unterschiedlicher Ausprägung. Einigkeit herrscht allerdings auch, wenn es darum geht, dass umfassendes Reporting und aussagekräftige Statistik und Analyse mühsam, zeitaufwendig und nicht selten nur manuell zu bewältigen sind. Echtes Optimierungspotenzial erschließt sich so nur schwer.

Kommen zudem isolierte Einzellösungen zum Einsatz, lassen sich die wertvollen Ergebnisse leider kaum oder gar nicht miteinander verknüpfen und in Beziehung zueinander setzen. Doch was nützen negative Bewertungen des telefonischen Kundenservice, wenn nur vordergründige Anlässe, nicht aber hintergründige Ursachen deutlich werden? Was sagen die Daten einer ACD über die überraschend vielen Einzelfaktoren eines Servicevorgangs, die jeder für sich über Gelingen oder Scheitern entscheiden? Wieviel Opti-

mierung lässt sich damit erzielen? Und selbst wenn nach Tagen oder Wochen umfassende Reportings zur Verfügung stehen: Sie ermöglichen zwar einen interessanten Blick zurück – schnelle Reaktionen und Aktionen im Hier und Jetzt begünstigen sie nicht. Zielführender ist es, die aktuelle Serviceleistung mit wenigen Klicks sofort zu überblicken. Dazu sind aussagekräftige Grafiken, Tabellen oder Diagramme natürlich hilfreicher als lange Zahlenkolonnen – sofern man sie denn hat. Wie das geht, zeigen Lösungen wie das 4Com Cockpit.

Zentral, integriert, aussagekräftig

Als Analysezentrum ist das 4Com Cockpit vollständig in die cloudbasierte 4Com Suite integriert. Es stellt sämtliche Daten aller Module in einem einzigen Tool bereit. Das Cockpit ist dabei sowohl für die Auswertung von Voice als auch von Non-Voice-Kanälen ausgelegt, also neben Anrufen auch für E-Mails, Faxe, SMS, Briefe, Vorgänge, Meldungen aus Facebook und Twitter. Alle Kanäle sind in einer Multikanalkontakthistorie zusammenführbar.

Das Cockpit bietet eine völlig neue Art der Analytik: Es ermöglicht die übersichtliche, freie Gestaltung professioneller Statistiken und Diagramme zur Analyse, zur Darstellung aktueller Monitoring- und Wallboard-Daten und dient als Business Intelligence-Dashboard auch zur Intraday-Steuerung. Die gewünschten Supervisor-Kennzahlen werden individuell zusammengestellt, lassen sich einfach, schnell und übersichtlich bündeln, anzeigen, grafisch darstellen, auswerten und per E-Mail versenden. Das heißt: Serviceverantwortliche können sich sämtliche Reports, Charts und Ansichten schnell selbst erstellen, auch im eigenen Corporate Design. Bedingte Formatierungen, etwa farbliche Markierungen für wichtige Schwellwerte, erleichtern die Übersicht. Darüber hinaus können ganze Bereiche von Tabellen „eingeklappt“ werden, so dass ausschließlich die aktuell relevanten Informationen zu sehen sind. Im Statistikgenerator lassen sich alle individuellen Daten aus unterschiedlichsten Datenbeständen zusammenführen. Sie werden auf einen Blick angezeigt und ausgewertet – wofür herkömmliche Analyse-Werk-

zeuge nicht selten Stunden, Tage oder Wochen benötigen.

Für die Intraday-Steuerung werden alle Kennzahlen der jeweils angeschlossenen 4Com-Lösungen aktuell im Tagesverlauf im Business Intelligence-Dashboard dargestellt. Das Dashboard ermöglicht den sofortigen Überblick über die wichtigsten Daten, Charts und Ansichten, die zusätzlich direkt auf einem 4Com Wallboard den Mitarbeitern angezeigt werden können – etwa die Erreichbarkeit der Servicehotline. Der Clou: Mit nur einem Klick wechselt der Nutzer vom Reporting-Tool direkt zur Konfiguration der jeweiligen Lösung, nimmt notwendige Veränderungen vor und wechselt zurück ins Reporting.

Das Cockpit bietet zudem spezielle Business Intelligence-Funktionen wie etwa Drilldown und Filter. Damit „zoomen“ sich Serviceverantwortliche per Klick spielerisch in Tabellen und Grafiken. Sie präzisieren also den gewünschten Bereich oder Punkt, etwa bestimmte Zeiträume, Kampagnen, Gruppen oder bestimmte Themen wie der Nutzung von Klassifikatoren für E-Mails oder die Verwendung von Textbausteinen. Alle Objekte auf dem Dashboard passen sich automatisch dem neuen Bereich an und werden aktualisiert. So sind Serviceverantwortliche in der Lage, werthaltige Schwachstellen des Kundenservice zu entdecken, die ihnen sonst verborgen bleiben: Sie stellen beispielsweise fest, dass vorgegebene Textbausteine nicht verwendet werden, also Schulungsbedarf besteht oder benötigte Textbausteine schlichtweg fehlen. Oder dass E-Mails zu bestimmten klassifizierten, komplexen Themen nur an bestimmten Tagen eingehen. Diese Erkenntnis kann die Personalplanung deutlich verändern.

360-Grad-Betrachtung einzelner Vorgänge

Neben der zentralen Auswertung aller Daten ist auch eine 360-Grad-Sicht auf diese Daten möglich. Das bedeutet, dass sich einzelne Servicevorgänge gezielt End-to-End und aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten lassen: Ein Anruf etwa wird detailliert vom Eingang auf der jeweiligen Servicenummer über die Anrufvorqualifizierung im IVR und die Verteilung über die ACD verfolgt. Zu sehen ist der genutzte Ausgang, die Gruppe,

der er zugewiesen wurde und welcher Mitarbeiter ihn bearbeitet hat. Hinzu kommen Angaben zur Dauer der Verbindung und der Nachbearbeitungszeit. Durch die Integration des Cockpits mit weiteren 4Com-Modulen – neben der Multichannel ACD und dem 4Com IVR etwa dem 4Com Screen- und Call-Recording, dem 4Com Customer Feedback, dem Gesprächsbewertungs-Tool und dem 4Com Customer Data Manager als CRM – sind darüber hinaus sämtliche weiteren Aktionen und Details des Vorgangs direkt ansteuerbar: So lässt sich im Cockpit per Mausklick sofort eine erfolgte Gesprächsaufzeichnung sowie Bewertung des Kunden im Rahmen einer erfolgten Kundenbefragung im Anschluss an das Gespräch anhören, eine gegebenenfalls vorhandene Trainerbewertung des Gesprächs einsehen sowie der

ECHTZEIT-ANSICHTEN

Das 4Com Cockpit bietet, wie Excel, sämtliche Freiheitsgrade bei der Berechnung, Erstellung und Gestaltung. Die gewünschten Schlüsselkennzahlen des jeweiligen 4Com-Produkts werden innerhalb einer Minute regelmäßig synchronisiert und über einen Server zur Verfügung gestellt. Somit lassen sich Daten nahezu in Echtzeit verfolgen. Auch ist die Erstellung passender Ansichten für alle Ausgabemedien möglich, etwa für PCs, Wallboards, Tablets und Smartphones. Externe Datenquellen, wie die TK-Anlage oder ein CRM-System, lassen sich über die Rohdatenebene in die Auswertungen und Ansichten einbinden.

betreffenden Datensatz im CRM öffnen. Sämtliche Einzelschritte und Aktionen des Servicevorgangs sind lückenlos nachvollziehbar. Der Bearbeitungsablauf wird transparent, Optimierungspotenzial sofort sichtbar – ohne jeden Aufwand. Der Vorteil einer integrierten Gesamtlösung gegenüber Einzellösungen ist damit beim Reporting besonders deutlich: Ein Plus für die Qualität!

Holger Klewe



Holger Klewe
4Com-Geschäftsführer
holger.klewe@4Com.de