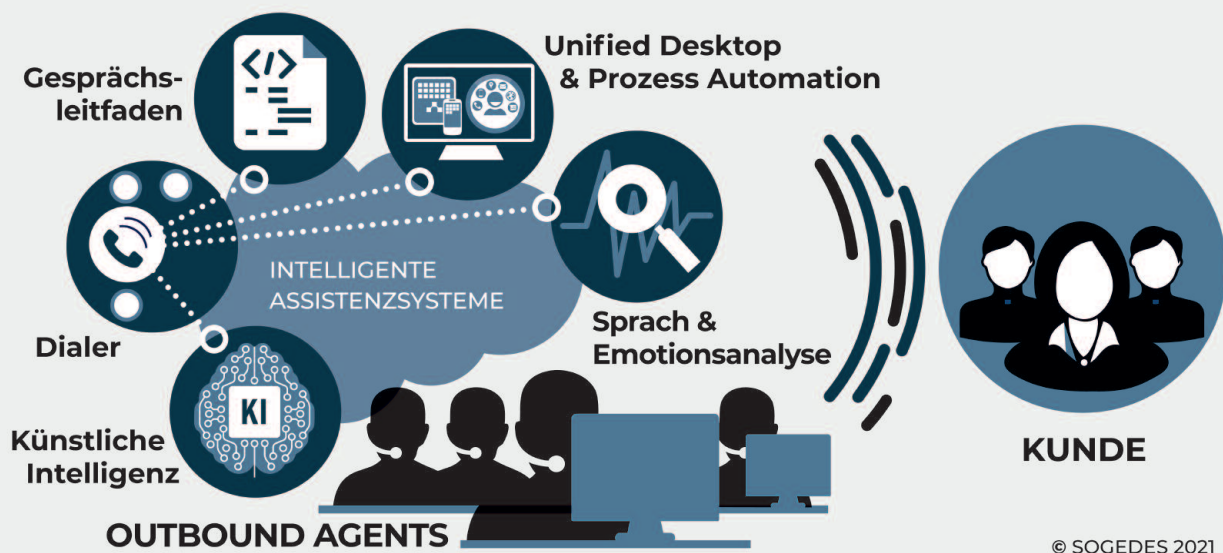


OUTBOUND MANAGEMENT

Moderne Dialing Features sind Pflicht -
erfolgreiche Kundengespräche die Kür!

Wie im Outbound erfolgreiche Gesprächsführung, Qualitäts- und Performance Management mit innovativen Technologien optimiert werden können.



© SOGEDES 2021

Die Praxis von Outbound Kampagnen via Telefon gibt es schon seit Jahrzehnten. Mit all seinen Höhen und Tiefen der letzten Jahre, den gesetzlichen Rahmenbedingungen und trotz der sogenannten „schwarzen Schafe“ der Branche ist Outbound nach wie vor ein erfolgreicher Weg, um Leads zu generieren und Services und Produkte zu verkaufen. Ermöglicht durch moderne, zum Teil neue Technologie sowie veränderten Kundenerwartungen entwickelt sich das Outbound Management kontinuierlich zu einem neuen Konzept, das Perspektiven und Potentiale eröffnet und einen positiven Beitrag zu verschiedenen Unternehmenszielen leisten kann.

Die Basics: moderne Dialing Features für ein effizientes Kampagnenmanagement

Die Grundlage bilden die inzwischen im Standard verfügbaren

Dialing Varianten, die ein effizientes Kampagnenmanagement mit einer signifikanten Steigerung von Nettogesprächszeit und Adressausschöpfung ermöglichen.

Im **Preview Dialing** initiiert der Mitarbeiter entweder selbst den nächsten Anruf, oder der Dialer startet den Anwahlversuch, sobald der Mitarbeiter ein Kundengespräch beendet hat. In beiden Fällen sieht der Mitarbeiter vor dem Kundengespräch den jeweiligen Datensatz des Angerufenen aus der Kundendatenbank auf seinem Bildschirm und hat damit Gelegenheit, sich auf das Gespräch vorzubereiten, indem er beispielsweise die Kontakthistorie einsehen kann.

Von **Progressive bzw. Power Dialing** spricht man, wenn das System nach Beendigung des Kundengesprächs bzw. abschließender Bearbeitung des Datensatzes automatisch die nächste Telefonverbindung aufbaut. Dabei kommt im Rahmen von Power Dialing ein „Overdial-Faktor“ zum Einsatz. Es werden mehrere

Telefonverbindungen pro Mitarbeiter aufgebaut, um die Wahrscheinlichkeit einer erfolgreichen Verbindung zu erhöhen und damit die Wartezeit für die Mitarbeiter zu verkürzen und die Produktivität zu erhöhen. Ist ein Kontakt erfolgreich hergestellt, werden weitere erfolgreiche Anwahlversuche nach Möglichkeit auf andere freie Mitarbeiter verteilt.

Predictive Dialing ist ein vorausschauendes, selbstregelndes Anwählen von Kontakten, bei dem die Anzahl der Anwahlversuche je Mitarbeiter unter Berücksichtigung der aktuellen und historischen Erreichbarkeit der Kunden und der durchschnittlichen Gesprächsdauer jedes Mitarbeiters erfolgt. Basierend auf mathematischen Verfahren (Algorithmen) werden daraus kontinuierlich abgeleitete Prognosen berechnet, um im Idealfall jeden aufgebauten Kundenkontakt ohne Wartezeit mit einem freien Mitarbeiter zusammen zu bringen. Ziel ist eine optimale Balance aus geringer Leerlaufzeit für Mitarbeiter und kleinstmöglicher Anzahl an abgebrochene Kunden Verbindungen (Lost- bzw. Dropped-Calls).

Wichtig in allen Wählmodi sind dabei auch die Möglichkeiten der **Rückrufbearbeitung** bzw. Wiedervorlage sowie die Einhaltung relevanter Vorschriften und des **Branchenkodex**. Relevante Parameter für die Anwahl sollten hierfür individuell einstellbar sein. Ebenfalls Standard sollte sein, besetzte Anschlüsse, Faxgeräte und Anrufbeantworter automatisiert zu erkennen und auszusortieren. Dadurch lässt sich die Effizienz des Outbound Teams weiter steigern, da keine Arbeitszeit für wertlose Telefonverbindungen verloren geht.

Einfache Steuerung – flexible Nutzung – schnelles Go-to-Market

Neben den verschiedenen Dialing Optionen sollte eine Outbound Management Lösung weitere Vorteile bieten:

Eine **Cloud-basierte Lösung** ermöglicht einen übergreifenden Einsatz mit zentralem Management aller Aktivitäten für verschiedene Standorte, separate Mandanten oder Home-Office Mitarbeiter. Variable Laufzeiten und eine flexible Kapazitätsnutzung verringert das Kostenrisiko und reduziert Einmalinvestitionen drastisch.

Dabei sollte die **Administration** der Kampagneneinrichtung einfach und ohne IT-Kenntnisse möglich sein, sodass schnell auf Wünsche und Anforderungen im Outbound Management reagiert werden kann. Dasselbe gilt für das laufende **Kampagnen- und Daten bzw. Listmanagement** und die operative Steuerung über ein aussagekräftiges **Reporting und Monitoring** mit einer Übersicht über alle Kampagnen, Gruppen und Mitarbeiter in Echtzeit.

Grafische Elemente unterstützen hierbei die Darstellung wichtiger, aktueller Kennzahlen. Ein Screen- und Call Monitoring ermöglicht einem Trainer, ausgewählte Telefonate mitzuhören, um während des Live-Gesprächs hilfreiche Hinweise per Chat zu übermitteln oder im Nachhinein ein qualifiziertes Feedback zu geben. **Screen- und Call-Recording**, automatisch startend oder durch Mitarbeiter initiiert, runden die Funktionalitäten ab.

Die Kür: ergänzende Technologien für erfolgreiche Kundengespräche

Um ein Gespräch zu einem erfolgreichen Gespräch werden zu lassen, sollte ein Mitarbeiter mit smarten Systemen bestmöglich entlastet und unterstützt werden.

Versetzen Sie Ihre Mitarbeiter mit Hilfe intelligenter **Gesprächsleitfäden** in die Lage, Gespräche noch besser zu lenken, **Next Best Action** Vorschläge zu nutzen und Compliance Anforderungen zu erfüllen. Das hilft nicht nur bei neuen Kampagnen und bei neuen Mitarbeitern, schneller produktiv zu werden. Ein **Unified Desktop** kann Informationen aus unterschiedlichsten Anwendungen in einer bedienerfreundlichen Benutzeroberfläche zusammenfassen und einheitlich darstellen. Damit kann der Mitarbeiter sich auf die relevante Information konzentrieren. Das spart Zeit, weil die Bedienung verschiedener und z.T. komplexer Anwendungen entfällt. Damit kann er sich stärker auf eine erfolgreiche Kommunikation mit dem Kunden fokussieren, was sich positiv auf Abschlussquoten und Customer Experience auswirkt.

Parallel können in einer gesamtheitlichen Betrachtung des Outbound Managements Teilprozesse mit Hilfe von **Intelligenter Prozess Automatisierung (IPA)** automatisiert werden. D.h. nachgelagerte oder im Hintergrund auszuführenden Prozesse wie die Übersendung von digitalen Formularen an Kunden, das Erstellen und Versenden von Bestätigungen, die Übertragung von Daten in Drittsysteme oder der Versand von Produkten können automatisch angestoßen und ausgeführt werden. Prozessautomatisierung reduziert Fehler und die Bearbeitungszeit und zahlt damit wiederum in eine erfolgreiche Kundenbeziehung und Wirtschaftlichkeit ein.

Eine neuere Technologie ist die **Sprach- und Emotionsanalyse**. Gespräche werden real-time oder in Form von Recordings transkribiert und mit Hilfe von Natural Language Understanding (NLU) „verstanden“, um darauf basierend Informationen für Agenten, Supervisoren und Trainer zur Verfügung zu stellen. Die automatische Anzeige hilfreicher Links oder Pop-Ups mit relevanten Informationen zur richtigen Zeit reduzieren die durchschnittliche Gesprächszeit von Mitarbeitern erheblich. Durch die Echtzeitanalyse können wertvolle Hinweise des Gesprächsverlaufs auf emotionale Aspekte, Wortwahl, Schlüsselbegriffe u.ä. gegeben werden. Mitarbeiter können selbstständig ihre persönlichen „weichen“ Faktoren trainieren, die als KPIs während des Trainings angezeigt werden und mit den automatisch ermittelten Werten echter Gespräche verglichen werden können. Diese KPIs sind eine neue Form des **Qualitäts- und Performance Managements**, was sich direkt auf Mitarbeitermotivation, Kompetenzentwicklung und erfolgreiche Kundengespräche auswirkt.

Last but not least erfolgt noch ein Hinweis zu einer **Omnichannel** Betrachtung des Outbound Managements. Dabei stehen die Outbound Anrufe im direkten Zusammenhang mit vor- und nachgelagerter Kundenkommunikation über unterschiedliche – auch digitale – Kanäle. Die Zeiten massenhafter und rücksichtsloser Outbound Telefonie sind vorbei. Heute punkten Strategien, die mit gut

qualifizierten und segmentierten Daten spezielle Themen und Zielgruppen hoch qualitativ im Rahmen einer ganzheitlichen Omnichannel Kommunikation kontaktieren. Voraussetzung hierfür ist, dass das Outbound System fester Bestandteil einer Omnichannel Plattform ist, um Blending in einer Kombination von Inbound, Outbound und digitalen Kanälen sowie einer 360 Grad Sicht auf den Kunden nahtlos zu ermöglichen.

Wie kann ich das alles umsetzen?

Die aktuellen Entwicklungen wie die rasante technologische Entwicklung, wachsende Kundenerwartungen, Veränderungen im Bereich Human Resources sowie betriebswirtschaftliche Zielgrößen und Parameter haben Chancen und Herausforderungen unterschiedlichster Art. Wie können Unternehmen dem begegnen? Drei Perspektiven können hier helfen:

Total Experience Management

Unter „Total Experience“ versteht man die Kombination bisher eher getrennt betrachteter Domänen wie Customer Experience (CX), Employee Experience (EX) und User Experience (UX).

Total Experience (TX) verknüpft diese, um so ein besseres Ergebnis für alle Beteiligten zu schaffen. In diesem Fall ist dann 1+1+1 nicht gleich 3, sondern mehr als das. Auch im Outbound Management ist es wichtig, diese Bereiche in einem Gesamtkonzept zu betrachten und neben Effizienzgewinnen des Dialers unterstützende Lösungen für die Mitarbeiter einzubeziehen, die neben deren höherer Zufriedenheit gleichzeitig das Kundenerlebnis verbessern. Zufriedene Mitarbeiter, die „empowered“ sind, sorgen nun mal für höhere Kundenzufriedenheit und größeren Erfolg – auch und vor allem im Outbound.

Experience Automation

Automatisierungspotentiale im Outbound Management beschränken sich heutzutage nicht mehr nur auf die Effizienzgewinne der Dialing Verfahren, wie vor allem beim Predictive Dialing.

Um Automatisierung im Kundenkontakt sinnvoll und umfassend umzusetzen ist es wichtig, von einer punktuellen Betrachtung hin zu einem ganzheitlichen Denken zu kommen, das im Sinne eines Systemdenkens die vor- und nachgelagerten Prozesse mit einbezieht. Ziel ist es durch die Automatisierung gleichzeitig die Zufriedenheit aller Prozessteilnehmer zu steigern. Also fragen Sie sich, wie Sie Mitarbeiter von langweiligen, sich wiederholenden Tätigkeiten entlasten können, wie die Usability im Rahmen des Outbound Management verbessert werden und wie Automatisierung sie im Kundengespräch unterstützen können. Und fragen Sie sich, wie die Customer Journey im Rahmen eines Outbound Projekts insgesamt gestaltet ist und an welcher Stelle auch im Sinne des Kunden intelligent automatisiert werden kann.

XaaS – Everything-as-a-Service

XaaS beschreibt ein Modell, alles als Service und in einer schlüssigen Kombination zur Verfügung zu stellen.

Everything-as-a-Service verlangt in unserem Zusammenhang eine Kombination aus Managed Services, insbesondere von verschiedenen und kombinierten Softwarelösungen aus der Cloud, Konzepten in Form von Beratungsleistungen, wie auch Integrationsleistungen in Form von Professional Services. Dazu benötigt es einen Anbieter mit Expertise in unterschiedlichsten Bereichen und Technologien, wie der Cloud Technologie, IT Security, Integrationsleistungen, Künstliche Intelligenz und Automatisierungstechnologie. Und es sind IT Know How, die Business Perspektive und profunde Kenntnisse der relevanten Geschäftsprozesse essentiell, um Kunden die passenden Lösungen bieten zu können.

Als einer der Pioniere von Cloud-basierten Outbound Lösungen haben wir langjährige Erfahrung in der Auswahl und Umsetzung passender Strategien und Lösungen. Sprechen Sie uns an!

WE BELIEVE IN A SUCCESSFUL COMBINATION OF HUMAN & TECHNOLOGY

ÜBER SOGEDES

Wir glauben an eine erfolgreiche Verbindung von Mensch & Technologie

SOGEDES unterstützt Sie bei der erfolgreichen Gestaltung und digitalen Transformation Ihrer Kundenkommunikation, Serviceprozesse und dem Management daran beteiligter Mitarbeiterressourcen. Dabei haben wir einen Fokus auf den Themen Experience Management, Automatisierung und Künstliche Intelligenz, um dadurch Mehrwerte für Kunden, Mitarbeiter und Unternehmen zu schaffen.



Martin Wild, CEO | SOGEDES
 T: +49 621 92108 300
 E: info@sogedes.com
 www.sogedes.com

SOGEDES
 CREATE YOUR DIGITAL TOMORROW