

Agent Guidance -

VOM HELDEN ZUM SUPERHELDEN

Hinter dem Buzzword verbirgt sich weder eine neue, agile Führungsmethode für Call Center noch ein aufgemotzter Gesprächsleitfaden zur perfekten Einwandbehandlung. Vielmehr ist Agent Guidance der nächste strategische Schritt, um Contact Center zukunftsfähig zu machen.

Agent Guidance beschreibt ganz allgemein die Unterstützung der Mitarbeiter:innen in Service und Vertrieb. Doch was bedeutet das genau und was ist neu an Agent Guidance im Vergleich zum altbewährten Gesprächsleitfaden? Tatsächlich ist das Thema sehr vielschichtig und beginnt, na klar, beim guten alten Skript. Doch es geht um mehr: Es geht darum, Menschen wirklich durch das Gespräch zu begleiten und sie dabei zu unterstützen, die richtigen Aktionen anzustoßen. Nur so gelingt es, das Gespräch in adäquater Zeit zu einem zufriedenstellenden Ergebnis zu führen. Dabei spielen nicht nur die klassischen KPIs AHT und FCR eine Rolle, sondern natürlich auch die Kundenzufriedenheit und die klassischen Vertriebskennzahlen Cross- und Upselling. Vor allen Dingen müssen dazu die richtigen Informationen bereitgestellt werden. So kann es beispielsweise gelingen, einen sanften Übergang vom Self-Service zum Agentenservice zu schaffen. Das ist essentiell, um etwa die

Gesprächsdauer im Griff zu haben, aber auch, um zu verhindern, dass Informationen mehrfach wiederholt werden müssen. Das braucht wirklich niemand!

Technologie statt Magie

Agent Guidance ist natürlich Technologie und keine Magie. Das beginnt schon beim Routing: Eine moderne ACD und eine IVR können heute weit mehr, als nur einen Anruf korrekt durchzustellen oder ihn rudimentär zu klassifizieren. Aus dem guten alten Sprachportal, auch IVR genannt, ist ein einfacher und per natürlicher Sprache zu bedienender virtueller Assistent geworden, auch Chatbot genannt. „Smartes Routing“ ist das Stichwort, denn es ist wichtig, dass ein Anliegen an passende Mitarbeiter:innen durchgestellt wird. Hinzu kommen natürlich alle bisher im Dialog gesammelten Informationen sowie Daten aus Drittsystemen. Diese dann zu visualisieren und im nächsten Schritt Entscheidungshilfen oder gar eine nächste Aktion, wie z. B. ein Upselling, zu präsentieren, macht den Kundenservice zu einem Erlebnis.

Autor: Marco Kerwitz

Marco Kerwitz ist Product Owner bei VIER und begleitet die technologische Entwicklung von Contact Center-Lösungen seit vielen Jahren.
Kontakt: marco.kerwitz@vier.ai



Der „empowered Agent“!

Das Ziel von Agent Guidance ist der so genannte „empowered Agent“. Das heißt, wir müssen mehr und mehr der Technologie vertrauen und sie nutzen, um den Agent:innen mehr Entscheidungskompetenz zu geben.



VIER

VIER GmbH

VIER denkt Kundendialog und Kommunikation neu. Mit den Angeboten „enrich“, „engage“ und „evolve“ macht VIER kontaktbasierte Geschäftsvorgänge effizienter. Die Lösungen und Produkte von VIER verbessern die Customer Experience und die User Experience. Die VIER GmbH betreibt neben dem Hauptsitz in Hannover weitere Niederlassungen in Berlin, Hamm und Karlsruhe. Geführt wird das Unternehmen von CEO Rainer Holler.

Den Rahmen hierfür gibt die Technologie vor, denn über sie können Mitarbeiter:innen die eigenen Aktivitäten und Handlungen verifizieren. Das Spektrum ist natürlich groß, und es sollte klar sein, dass ein Contact Center nur sehr selten komplett aus „Superhelden“ besteht: Wer gerade erst angefangen hat, im Contact Center zu arbeiten, erhält natürlich weniger Spielraum als ein Vollprofi, und darüber sind Anfänger:innen sicherlich auch froh. Echte Profis mit langjähriger Erfahrung können ihren Spielraum dagegen nutzen, erhalten aber dennoch eine Bestätigung für die Richtigkeit ihrer Arbeit. KI-basierte Lösungen können genau hier ansetzen!

Kompetenzlevel und Serviceniveau

Dabei bleiben Training oder Coaching aber weiterhin wichtige Bestandteile, damit Agent:innen perfekten Service liefern können. Denn nur so können jene, die bisher „ganz gut“ sind, innerhalb kürzester Zeit wirklich

„sehr gut“ werden und den Service auf ein neues, höheres Niveau heben. Wollen wir nicht alle erreichen, dass in unserem Kundenservice mehr Superhelden arbeiten? An dieser Stelle sei Matthias Riveiro, Partner Customer Practice bei PwC Deutschland, zitiert: „Ein moderner, zukunftsfähiger Kundenservice benötigt beides: Service-Agent:innen aus Fleisch und Blut sowie softwarebasierte Service-Roboter und Bots.“ Dem ist nichts hinzuzufügen.