

Herr Wild, im Markt gibt es eine große Auswahl an Contact Center Lösungen. Was raten Sie Unternehmen, die eine passende Lösung suchen, worauf sollten sie achten?

Unsere Erfahrung zeigt, dass sich Kunden üblicherweise sehr stark an Features orientieren. Sie schauen sich die Lösung an, wie sind die Funktionen, wie die Nutzerfreundlichkeit? Bei kleineren Budgets wird stärker auf spezielle Eigenschaften fokussiert, bei größeren muss „alles enthalten sein“. Dann kommt am Schluss die Preisfrage. Insgesamt wird viel Energie in den Bereich Marktanalyse und Feature Vergleich investiert. Was meiner Meinung nach intensiver betrachtet werden sollte, ist der Teil davor: Welche Zielsetzung habe ich mit der Anschaffung, welche Strategie verfolge ich, welches konkrete Problem soll gelöst werden, welche Prozesse sind betroffen? Es ist wichtig, diese Fragen zu beantworten und Energie und Zeit in eine umfangreiche Anforderungsanalyse zu investieren. Das heißt vor allem auch, sich über Begrifflichkeiten und deren Bedeutung Klarheit zu verschaffen. Gerade bei Schlagworten wie KI, Cloud oder Omnichannel gibt es eine unglaubliche Spannweite an Umsetzungsmöglichkeiten.

Omnichannel ist ein gutes Stichwort. Was gilt es, beim Thema Omnichannel zu beachten?

Omnichannel besagt, dass alle Kanäle gleichzeitig bedient werden. Entscheidend ist aber, wie ist das Kommunikationskonzept und wie soll es in der Zukunft aussehen? Es ist wichtig, bei der Lösungsauswahl bereits am Anfang den richtigen Ansatz zu finden, anstelle im Nachhinein blockiert zu sein. Bei

„Wichtig ist, Energie und Zeit in eine umfangreiche Anforderungsanalyse zu investieren.“

OMNICHANNEL CONTACT CENTER LÖSUNGEN

Wer die Wahl hat, hat die Qual!

Was Unternehmen bei der Wahl einer passenden Lösung beachten sollten.

Omnichannel ist auch die Frage entscheidend, wie es in die Umgebungslösung eingebaut wird. Welche Rolle spielt die vorhandene PBX oder UC Lösung, wie z. B. Microsoft Teams? Sind digitale Kanäle enthalten und wenn ja, in welcher Form? Welcher Kanal ist für mein Unternehmen und meine Strategie zentral? Welche Lösungs-Strategie verfolge ich dabei – heißt: wähle ich „Best of Suite“, und verwalte alle Kanäle über eine zentrale Plattform oder „Best of Breed“ und suche mir für bestimmte Kanäle die jeweils beste Lösung und nehme zusätzlichen Integrationsaufwand in Kauf?

Wenn wir über das Kommunikationskonzept sprechen, sind wir schnell beim Kunden. Welche Bedeutung hat die Customer Journey bei der Systemauswahl?

Wenn Sie mich so fragen: sie ist zentral. Wir empfehlen unseren Kunden, sich auf die Prozesse zu fokussieren. Heißt, weg von einer statischen Funktionsliste, hin zur End-to-End Prozess-Betrachtung. Hierbei gibt es zwei Perspektiven: Einerseits die Customer Journey, aber genauso wichtig ist die Mitarbeiterseite. Wenn ich die Customer Journey betrachte, dann habe ich unterschiedliche Touchpoints und teilweise Medienbrüche, die ich auflösen muss. Ich habe synchrone und asynchrone Kommunikation, und es geht auch um die Frage „was kostet mich Geld, wo verdiene ich Geld“. Zentral ist

„Beim Channel-Management geht es auch um die Frage ‘was kostet mich Geld, wo verdiene ich Geld‘.“

hierbei das Channel-Management und die Möglichkeit, die Customer Journey bewusst neu zu gestalten. Der Teufel liegt hierbei im Detail: es gilt, die Prozesse und unterschiedlichen User-Rollen und Aufgaben End-to-End zu verstehen und zu beschreiben.

Die End-to-End Betrachtung führt uns unweigerlich zur Infrastruktur. Welche Rolle spielt die vorhandene Infrastruktur und Lösungsumgebung?

Eine Contact Center Lösung kann Stand-Alone für eine bestimmte Abteilung zur Verfügung gestellt sein, oder aber als Querschnittstechnologie dienen, wenn sie ins Unternehmen eingebunden ist. Dann geht es um viel mehr, als eine Software-Lösung und man muss sich mit der Lösungsumgebung auseinandersetzen. In einem Shared Service Konzept geht es um ganz andere Fragestellungen wie: die Einbindung verschiedener

Applikationen oder die Anbindung von Dienstleistern im Ausland wird ebenso relevant wie die Anbindung der Telefonie oder vorhandener Lösungen. Neben der Applikations-Ebene geht es dann auch um die Frage des Data-Centers, des Service Providers und um die Gesamtarchitektur.

Wie sollen die Unternehmen das passende Betriebsmodell wählen, wie wichtig ist die Frage einer Gesamtarchitektur?

Hier empfehlen wir die richtige Balance zwischen den Anforderungen und Wünschen auf der einen Seite und Kosten auf der anderen Seite: will ich den Maßanzug oder kaufe ich von der Stange mit den jeweiligen Vor- oder Nachteilen? On-Premise, Infrastructure as a Service (IaaS) oder Cloud ist auch eine Frage der Größenordnung. Bei – ich sage mal – bis zu 100 Usern wollen Kunden einen schnellen Go-to-Market, einfache Anbindung an Schnittstellen, sichere Zertifizierungen, Kosteneffizienz und kein ausgeprägtes notwendiges Inhouse IT-Know-how. Bei Usern zwischen 100-500 spielt Omnichannel eine wichtigere Rolle, muss aber einfach zu managen sein. Solche Lösungen sind anspruchsvoller, aber noch überschaubar in der Umsetzung. Wenn es um größere Omnichannel Plattformen geht, d.h. skalierbar in 500er Schritten, dann rückt das Thema Architektur stärker in den Fokus. Hier steigt schnell die Komplexität durch Shared Service Architektur, Near-Shore Anbindung, oder aufgrund von spezifischen Anforderungen im Bereich Compliance, Security oder Mitbestimmung durch Betriebsräte.

Wie unterstützt Sogedes Unternehmen bei der Auswahl einer Contact Center Lösung?

„Wir unterstützen in der Konzeptphase sowie bei der Veredelung von Lösungen und beim Customizing.“



Martin Wild ist Geschäftsführer und Co-Founder von SOGEDES

Sprechen Sie mit uns und lernen Sie die Zukunft der Technologie im Service Management kennen!

Als erstes möchte ich hier die Freiheit für unsere Kunden nennen, die sie mit unseren unterschiedlichen Lösungsangeboten haben: von kosteneffizienten Lösungen für weniger komplexe Projekte bis hin zu Omnichannel-Management-Plattformen für Corporates inkl. individuellem Hosting, um auf spezielle Anforderungen eingehen zu können.

Aber wir unterstützen auch in der Konzeptphase bei den oben genannten Fragestellungen. Sind die Anforderungen durch eine kurze Feature-Liste zu beschreiben, dann ist das in der Regel sehr unkompliziert. Bei übergreifenden Fragestellungen oder Fragen der Gesamtarchitektur in einem Shared Service Betrieb oder der Nutzung von KI und Automatisierungspotentialen stehen wir aber auch bereit.

Außerdem unterstützen wir bei der Veredelung von Lösungen: Keine Standardlösung bietet genau alles, was der Kunde haben will. Wir bieten Ergänzungen, Integrationen,

und gestalten Anpassungen, d.h. Customizing so für den Kunden, dass es für ihn optimal passt.

Die komplexeren Fragestellungen bei der Lösungsauswahl erfordern Expertise in unterschiedlichsten Technologiebereichen – sei es Cloud, IT Security, Integration, KI oder Automatisierung. Sogedes als IT-Systemdienstleister bietet genau diese Bandbreite und verfügt gleichzeitig über gutes Prozess Knowhow im Customer Service und im Contact Center Bereich. Am Ende profitiert der Kunde von unserer Erfahrung und unserem breiten Lösungsangebot.

SOGEDES

Havellandstraße 14, 68309 Mannheim
Tel: +49 621 92108 300
E: contact@sogedes.com
www.sogedes.com

CREATE YOUR DIGITAL TOMORROW