NUANCE | WHAT'S NEXT BLOG

Contact Center AI, Kundeninteraktion auf allen Kanälen

Wie bewältigen Sie den durch Covid-19 gestiegenen Zulauf im Contact Center?

Tony Lorentzen | General Manager & Senior Vice President, Intelligent Engagement

21 April 2020

3 einfache Schritte, um den durch Covid-19 gestiegenen Zulauf im Contact Center zu bewältigen.

Die Coronavirus-Pandemie zwingt Unternehmen weltweit, ihre Mitarbeiter zu schützen und gleichzeitig Krisenpläne zu entwickeln, um den Geschäftsbetrieb aufrechtzuerhalten. Zudem bemühen sich die Unternehmen, ihren Kunden schnell die neuesten Informationen zu übermitteln, auch wenn sich die Situation und damit die Leitlinien ständig – manchmal stündlich – ändern.

Contact Center stehen bei diesen Bemühungen an vorderster Front. Die Unternehmen stützen sich dabei in hohem Maße auf automatisierte virtuelle Assistenten sowie ihre Mitarbeiter (die jetzt häufig vom Homeoffice arbeiten), um Fragen der Verbraucher zu beantworten und sie über Neuigkeiten zu informieren.

Zusammen mit unseren Kunden haben wir in den letzten Wochen Strategien entwickelt und umgesetzt, um Kapazitäten zu erhöhen, Gespräche zu automatisieren und es Agenten zu ermöglichen, effektiv und sicher remote zu arbeiten. Weiterhin haben wir den Unternehmen bewährte Vorgehensweisen empfohlen, mit denen sie die gestiegene Verbrauchernachfrage bewältigen können. Hier finden Sie 3 Schritte, wie Sie Spitzenbelastungen begegnen können:

1: Prüfen Sie Ihr aktuelles System und Angebot

- Nehmen Sie Ihre Einstellungen zum Agenten-Routing in Augenschein: Ihren Agenten müssen ggf. neue Aufgaben zugeteilt werden, sie sind von außerhalb tätig oder können im schlimmsten Fall gar nicht arbeiten: Deshalb sollten Sie ermitteln, ob Modifikationen erforderlich sind, um eingehende Anrufe oder Chats an ihre richtigen Ziele zu leiten. Unter Umständen müssen Sie Anrufer auf andere Kommunikationsformen umleiten (z. B. Chats in Ihrer App oder auf der Website).
- Prüfen Sie Ihre Informationen und Angebote: Möglicherweise sind die von Ihnen angebotenen Dienstleistungen nicht mehr aktuell. Falls Sie z. B. eine Apotheken-App anbieten und jetzt Ihren Betrieb auf Auslieferung oder Drive-through-Abholung umstellen, müssen Sie

evtl. die bestehenden Formulierungen oder Optionen in Ihrer App anpassen. Wenn Sie Ihren Kunden Ihre Öffnungszeiten mitteilen, stellen Sie sicher, dass diese noch korrekt sind.

2: Definieren Sie erforderliche aber realistische Änderungen

Arbeiten Sie mit Ihrem Conversational-AI-Team zusammen, um eingehende Anrufe und Nachrichten, die „Coronavirus" erwähnen, zu erkennen: Verwenden Sie natürliche Spracherkennung („Wie kann ich Ihnen heute helfen?")? Überprüfen Sie gemeinsam mit Ihrem Team, dass Ihr System auch abweichende Äußerungen wie „COVID", „COVID-19", „das Virus" oder „Corona" erkennt. Andernfalls können Sie eine einleitende Frage stellen, um Coronavirus-Anfragen zu erkennen.

Erwägen Sie, eingehende Anrufe auf ‚Digital' zu verlagern: Um dem hohen Anrufaufkommen gerecht zu werden, sollten Kunden nahtlos auf die digitalen Kanäle wechseln können. Dies kann durch eine einfache Ansage erfolgen, die den Kunden auf Ihre Website verweist. Noch bequemer ist es, einen Link per SMS an das Smartphone des Kunden zu senden, über den er die Kommunikationsform wechseln kann.

Nutzen Sie die Transkriptionstechnologie: Es ist gerade kein Kundenbetreuer frei? Mit der Echtzeit-Transkriptionstechnologie erstellen Sie ein Skript der Kundenanfrage, das Ihre Agenten bearbeiten können sobald sie Kapazitäten haben. Dabei wird ein proaktives Outbound-Kommunikationssystem verwendet, um dem Anrufer die erforderlichen Informationen per SMS oder E-Mail zu senden.

Halten Sie Ihre Nachricht kurz und knapp: Um zu gewährleisten, dass Ihre Nachricht auch gut ankommt, vermeiden Sie langes Reden. Die Verbraucher sind sich der aktuellen Situation bewusst: Konzentrieren Sie sich also auf Ihre Kernaussage. Wollen Sie Ihre Besorgnis zum Ausdruck bringen, genügt ein kurzer, einfacher Satz, um dann rasch zum informativen Teil überzugehen.

3: Überwachen und bewerten Sie neu

Wichtige Botschaften frühzeitig übermitteln: Welche wichtige Botschaft möchten Sie Ihren Kunden übermitteln? Nutzen Sie dazu die zur Zeit längeren Wartezeiten. Oder aber Sie haben konkrete Informationen, die die auflaufenden Gespräche für Ihren Agenten reduzieren könnten: z. B. „Wir erheben keine Stornierungs- oder Änderungsgebühren für Reservierungen, die vor dem [Datum] vorgenommen wurden."

Platzieren Sie Ihre aktualisierten Informationen strategisch: Wenn Sie mehr als eine Nachricht an die Anrufer übermitteln müssen, klären Sie mit Ihrem Business-Team, welche die höchste Priorität besitzt. Diese sollte die erste Mitteilung sein, die die Kunden hören. Sie können z. B. die Nachricht „längere Wartezeiten" einfach am Ende einfügen, kurz bevor der Anruf an einen Live-Agenten durchgestellt wird.

Halten Sie einen Sprecher zur Verfügung: Bei Sprechkanälen müssen neue Sprachnachrichten unter Umständen kurzfristig aufgenommen werden. Nicht selten steht der Sprecher dann jedoch nicht zur Verfügung. Dann ist es sinnvoll, einen Ersatz in einem professionellen Tonstudio einzusetzen. Dieser sollte der sonst verwendeten Stimme jedoch ähneln, um Verwirrung und Vertrauensverlust beim Anrufer zu vermeiden.

Sobald Sie Ihr System aktualisiert haben, überwachen Sie Logs und Reports, um zu sehen, ob weitere Änderungen notwendig sind. In normalen Zeiten ist es ratsam, Erweiterungen einige Wochen „aktiv" zu lassen, um zu beurteilen, wie der individuelle Anrufer reagiert. In der jetzigen außergewöhnlichen Situation müssen Sie Anpassungen möglicherweise schneller vornehmen. Verfolgen Sie deshalb fehlgeleitete und vorzeitig beendete Anrufe oder andere Anzeichen, um festzustellen ob Korrekturen erforderlich sein könnten.

Tags: Spracherkennung, Sprachtechnologie, Stimmbiometrie, Contact center strategie

More Information

Zusammen schaffen wir das

Hier finden Sie weitere Informationen, wie Sie mit Nuance die neuen Herausforderungen dieser ungewöhnlichen Zeiten bewältigen können.

Learn more

About Tony Lorentzen

Tony verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung im Technologiesektor davon die letzten 17 Jahre bei Nuance, wo er derzeit der Senior Vice President für Intelligent Engagement Lösungen innerhalb des Geschäftsbereichs Enterprise ist. Davor leitete er mehrere Teams bei Nuance, darunter in den Bereichen Sales Engineering, Business Consulting und Produktmanagement. Als erfahrener Leiter in der Zusammenarbeit mit den funktionsübergreifenden Teams verbindet Tony seine fundierten Kenntnisse, sowie seine Branchenexpertise in den Bereichen Unternehmensführung und Technologie, um die Lösungen von Nuance auf den Enterprise-Markt zu bringen. In Zusammenarbeit mit den Kunden stellt er sicher, dass die Implementierungen einen echten ROI erzielen. Vor seiner Tätigkeit bei Nuance war Tony bei Lucent und Verizon tätig, wo er Teams verantwortete, die die neuesten Technologien zur Lösung komplexer Geschäftsprobleme für große Unternehmen einsetzten. Tony hat einen Abschluss in Bachelor of Science von der Universität Villanova und einen MBA vom Dowling College.

View all posts by Tony Lorentzen