

25.09. 2019

Spitch hilft gegen „Drücken Sie 1-2-3-Telefonhorror“

Von PPS

„Bitte schildern Sie Ihr Anliegen“ statt „Drücken Sie 1 für bla, 2 für blabla oder 3 für blablabla“

(Zürich)(PPS) Millionen von Anrufern quälen sich durch 1-2-3-Telefonmenüs von Service-Hotlines. Bis sie endlich bei einem menschlichen Gesprächspartner angekommen sind, ist der Frust meistens schon hoch, zumal man häufig gar nicht den fachlich richtigen Ansprechpartner am Hörer hat. Dagegen will die Schweizer Spitch AG mit einem System ankämpfen, bei dem Anrufer ihr Anliegen in natürlicher Sprache schildern und danach direkt mit dem passenden Ansprechpartner verbunden werden. Beim Anruf meldet sich das System „Herzlich willkommen. Bitte schildern Sie uns Ihr Anliegen“ und man kann „frei von der Leber“ sagen, was man will.

„Das ist keine Zukunftsmusik, sondern heute schon mit unserer Technologie bei Unternehmen im Einsatz“, betont Bernd Martin, Deutschland-Verantwortlicher bei Spitch. Er erklärt: „Jede Firma, die ihren Kunden und ihren Beschäftigten heute den 1-2-3-Telefonhorror zumutet, kann binnen drei bis vier Monaten auf ein Sprachsystem wechseln.“ Der Zeitraum wird benötigt, damit das Spitch-System das Fachvokabular des jeweiligen Unternehmens erlernen kann und danach die Anrufer auf Anhieb versteht.

Trefferquote über 90 Prozent

Einmal antrainiert, erkennt das Spitch-System anhand der gesprochenen Sprache des Anrufers, worum es geht, und verbindet direkt zum zuständigen Ansprechpartner.

„Die Trefferquote liegt bei über 90 Prozent“, versichert Bernd Martin, und erläutert: „Das bedeutet im Call Center, dass der Kunde beinahe immer beim thematisch richtigen Agenten landet. Dieser sieht zudem auf seinem Bildschirm, was der Anrufer gesagt hat. Damit ist ein für beide Seiten gutes und zielführendes Telefonat schon vorprogrammiert.“ Dieses Verfahren steht im Gegensatz zur heutigen Situation, bei der Anrufer in der Regel nach mühseligem 1-2-3-Tippen mit dem nächsten freien Mitarbeiter verbunden werden, unabhängig von ihren Anliegen. „Weil den Kunden 1-2-3 ein Gräuel ist, wählen sie in der Regel einfach nur die Ziffern, bei denen sie glauben, dass sie am schnellsten mit einem Menschen verbunden werden“, weiß Bernd Martin aus vielen Gesprächen mit Telefonzentralen. Er verweist auf Untersuchungen, wonach rund ein Drittel der Anrufer falsch durchgestellt wird. Bei Firmen, die mit mehrstufigen oder gar mit 1-2-3-4-Auswahlmenüs arbeiten, liegt die Fehlerquote bei deutlich über 50 Prozent. „Säße ein Affe in der Telefonvermittlung, der wahllos verbindet, wäre die Trefferquote rein statistisch ähnlich hoch wie bei einem mehrstufigen 1-2-3-4-Auswahlmenü“, sagt Bernd Martin sarkastisch.

Zehn bis 15 Kategorien

Grundlage für die neue Art der Telefonweiterleitung ist eine Unterteilung in zehn bis 15 Kategorien, beispielsweise Bestellung aufgeben, Flug buchen, Kreditkarte beantragen usw. Je nachdem, was der Anrufer auf die Aufforderung „Schildern Sie uns Ihr Anliegen“ sagt, wird er mit einem Gesprächspartner aus einer dieser Kategorien verbunden. Dieser ist fachlich auf das jeweilige Thema bestens vorbereitet und erhält zudem eine Transkription dessen, was gesagt wurde, auf den Bildschirm, bevor er abhebt. „Diese Texteinblendung kurz vor Annahme des Anrufs ist entscheidend für beide Seiten, weil der Mitarbeiter von Anfang an sofort auf das Anliegen des Anrufers eingehen kann“, erklärt Bernd Martin: „Das führt zu einer deutlichen Erhöhung der Kunden- und der Mitarbeiterzufriedenheit, weil beide ein viel besseres Gespräch erleben.“

Durch die Kategorisierung aller Anrufe vorab spart das Unternehmen erfahrungsgemäß 20 Prozent Gesprächszeit. Diese Zeit steht für eine bessere Gesprächsqualität und somit mehr Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit zur Verfügung, weiß Spitch aus Projekterfahrungen.

Anschaffung ab 500 Anrufen täglich

Die Anschaffung des Spitch-Systems lohnt sich nach Angaben des Anbieters für jedes Unternehmen, das durchschnittlich mehr als 500 Anrufe am Tag erhält. „Bei mehr als 2000 Anrufen ist es unverantwortlich, Kunden und Kollegen den 1-2-3-Telefonhorror zuzumuten, statt eine Schildern-Sie-Ihr-Anliegen-Lösung einzuführen“, sagt Bernd Martin.

Die Kategorisierung gleich im ersten Schritt erlaubt zudem eine deutlich bessere Auswertung im Hinblick auf die Frage, warum Kunden anrufen, weist Bernd Martin auf einen weiteren Vorteil der Spitch-Lösung hin. Es macht einen Unterschied, ob die Anrufer nur eine Adressenänderung durchgeben, ein Hotel reservieren oder ein Problem beim Einsatz einer Kreditkarte bei einer Akzeptanzstelle melden wollen, veranschaulicht Spitch. „Die Analyse der Gründe für einen Anruf ist für viele Unternehmen verblüffend und ermöglicht eine viel gezieltere Aufteilung der Beschäftigten auf die verschiedenen Kompetenzfelder“, erläutert der Deutschland-Verantwortliche Bernd Martin.

„Es geht nicht darum, dem Kunden ein Robotergespräch aufzuzwängen, sondern ihn schneller mit dem für sein Anliegen richtigen Menschen zu verbinden“, betont Bernd Martin. Er ergänzt: „Für Unternehmen, die voll- oder teilautomatisieren wollen, schafft die korrekte Anrufgrunderkennung von über 90 Prozent durch Spitch natürlich ebenfalls eine gute Voraussetzung, denn nur bei einer hohen Erkennungsrate ist dies erfolgsversprechend. Beispielsweise erscheint die automatische Abfrage einer Kundennummer bei über 90 Prozent Trefferquote wesentlich sinnvoller, als bei 70 Prozent oder weniger. Die Gefahr von Irrläufern und damit potenziell verärgerten Anrufern dürfte hier zu hoch sein.“

Seite oder Saite - die Branche macht den Unterschied

Vor der Einführung ist laut Spitch eine Trainingszeit von drei bis vier Monaten unumgänglich, um das kundenspezifische Vokabular in das System zu bringen. Bernd Martin bringt ein anschauliches Beispiel: „Die Worte Seite und Saite sind im Klang nicht zu unterscheiden, aber der Unterschied ist leicht zu erkennen, wenn das System weiß, ob es für einen Buchversand oder eine Musikalienhandlung arbeitet. Dieses Muster lässt sich auf alle Branchen und alle Unternehmen übertragen.“

Kontext und Fachvokabular sind entscheidend

Warum erst jetzt Alternativen zum 1-2-3-Telefonhorror aufkommen, erklärt Spitch damit, dass die Sprachsysteme erst seit Kurzem technisch in der Lage sind, die Antworten auf „Schildern Sie Ihr Anliegen“ so präzise zu verstehen, dass eine qualifizierte Weiterleitung an die richtige Kategorie überhaupt möglich ist. Bernd Martin erläutert die Technik dahinter: „Es genügt nicht, die phonetischen Silben der Sprache zu verstehen und mit einem Wörterbuch abzugleichen, wie das die großen US-amerikanischen Anbieter tun. Damit es funktioniert, muss das Ergebnis aus Phonetik und Wörterbuch zusätzlich mit dem branchen- und firmenspezifischen Kontext und Fachvokabular des jeweiligen Unternehmens verknüpft werden – und genau das macht kaum ein Anbieter außer Spitch.“

Für die meisten deutschen Unternehmen kommt zudem ein US-Anbieter, bei dem Kundengespräche in einer amerikanischen Cloud gespeichert werden, allein schon aus Datenschutz- und Sicherheitsgründen ohnehin nicht in Frage, hat Spitch in zahlreichen Projekten festgestellt. „Die Daten unserer Kunden bleiben im Haus des Kunden oder an einem Ort seiner Wahl in Europa“, betont Bernd Martin die beinahe einzigartige Stellung von Spitch im deutschen Markt.

Pressekontakt:

Spitch AG
Kreuzstrasse 54
8008 Zürich

Tel. + 41 44 542 82 66
E-Mail: info @ spitch.ch

Kategorie

Medien & Telekommunikation

Source URL: <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/spitch-hilft-druecken-sie-1-2-3-telefonhorror>