

VOICE-BOTS BEI PAY TV- UND KABELNETZ-BETREIBERN: 24/7 IM DIENST UND IMMER FREUNDLICH!

Sie ist eine der wichtigsten Kennzahlen im telefonischen Kundenservice von Unternehmen: die First Contact Resolution Rate (FCR). Sie gibt an, wie viele Kundenanliegen gleich beim ersten Kontakt gelöst werden konnten. Je höher die Quote, desto zufriedener sind die Kunden und desto geringer die Kosten im Service. Die Erstlösungsquote ist also ein deutlicher Indikator für eine gute Customer Experience. Aber wie lässt sich die FCR nachhaltig steigern? Ist der Einsatz moderner Voice-Bots der entscheidende Schritt in die richtige Richtung?

Im Fokus: Pay TV-Anbieter und Kabelnetzbetreiber

Um diese Fragen zu beantworten, haben wir uns den Einsatz von Sprachautomatisierung durch Voice-Bots in diesen besonders serviceintensiven Branchen einmal genauer angeschaut. Gerade Pay TV-Sender, Telekommunikations- und Kabelnetzbetreiber bieten ihren Kunden praktisch alles an, was an bunten und bewegten Bildern auf dem TV-Gerät, dem Smartphone, dem Notebook oder der Spielekonsole landet. Das Angebot reicht dabei von eigenen Serienproduktionen, Livesport- und Kino-Ereignissen bis hin zu Internet, Telefon und Kabelfernsehen aus einer Hand. Mit dieser Angebotsfülle wächst auch die Zahl der Kontakte zum Unternehmen – immer noch überwiegend per Telefon – und auch die Komplexität der Serviceerbringung insgesamt.

Neue Pay TV-Hotline: „Was kann ich für Sie tun?“

Um den Kunden besseren telefonischen Service zu bieten und natürlich auch, um die Selfservice-Quote zu erhöhen, hat sich der neue Voice-Bot eines großen Pay TV-Senders vor einigen Monaten von starren Menüs verabschiedet und beantwortet seitdem zuverlässig frei formulierte Eingaben der Anrufer. Die Begrüßung lautet jetzt ganz menschlich: „Was kann ich für Sie tun?“ Während der Anrufer bisher Ziffern zur Ansteuerung der verschiedenen Menüpunkte nennen musste, reichen jetzt – wie schon von Alexa oder dem Google Assistent gewohnt – einfache Sätze, um zum Beispiel Störungen oder Netzausfälle zu melden, Smartcards freizuschalten, Rechnungen abzurufen, eine neue Post- oder E-Mail-Adresse durchzugeben oder gebuchte Pakete oder Verträge zu kündigen.

Sprachautomatisierung durch moderne Voice-Bots steigert deutlich die First Contact Resolution Rate und reduziert die AHT.

So geht Customer Experience:

KI-basiertes Routing an über 70 Ziele

Ist der Kunde über seine Kundennummer identifiziert, wird der jeweilige Prozess direkt angestoßen. Je nach Komplexität des Anliegens erfolgt dann die Weiterleitung an einen Kundenberater oder in einen Selfservice-Prozess. In beiden Fällen kann der Kunde sein Anliegen in der Regel fallabschließend klären und sogar eine Smartcard direkt freischalten lassen. Ein großer Vorteil: Die KI-basierte Intelligent Routing Engine nimmt eine automatische Zuordnung vor und leitet das Gespräch punktgenau zu mehr als 70 unterschiedlichen, vorab spezifizierten Themengebieten. Damit konnte auch die Anzahl der Weiterleitungen aus dem Voice Portal an Contact Center-Agenten um rund zehn Prozent reduziert werden – eine beträchtliche Ressourcenersparnis.

KI-gestützte Sprachautomatisierung: VoiceBot erhöht Kundenzufriedenheit

Bereits seit 2012 war bei einem führenden Kabelnetzbetreiber ein CreaLog Voice-Bot im Einsatz. Um Nutzerzahlen



© Depositphotos

Wenn es beim Pay TV-Anbieter oder im Kabelnetz mal hakt, ist das Telefon nach wie vor die erste Wahl. Ein moderner Voice-Bot ist 24/7 verfügbar und immer freundlich.

und Kundenzufriedenheit weiter zu steigern, sollten im Rahmen einer Digitalisierungs-Initiative im telefonischen Kundenservice deutlich mehr Themen als bisher abgebildet werden. Mit einer starren Menüführung war diese Aufgabe aber nicht zu lösen, da das Unternehmen eine Fülle an Produkten und Services rund um TV, Internet, Telefon und Mobilfunk mit unterschiedlichsten Kombipaketen für Geschäfts- und Privatkunden bis hin zum Netzanschluss für Bauträger und Kommunen anbietet.

Startpunkt im telefonischen Kundenservice ist darum auch hier jetzt die offene Frage des Voice-Bots: „Was kann ich für Sie tun?“. Mit der Antwort des Anrufers lässt sich heute fast jeder Wunsch erkennen und bearbeiten. Einzige Voraussetzung: Das genannte Thema wurde vorab als gültiges Anliegen definiert. Handelt es sich um ein sehr komplexes oder beratungsintensives Thema, wird der Anrufer nach Vorab-Identifikation und Legitimation direkt an einen Servicemitarbeiter weitervermittelt. Außerdem werden notwendige Maßnahmen zur Kundenrückgewinnung direkt ausgelöst. Durch diese automatisierte Vorqualifikation und Klassifikation konnte die durchschnittliche Verweildauer bei den Servicemitarbeitern (AHT = Average Handling Time) merklich reduziert werden.

Ein klares Fazit: Sprachautomatisierung durch moderne Voice-Bots steigert deutlich die First Contact Resolution Rate und reduziert die AHT.

Vorausgesetzt allerdings, dass der Voice-Bot – wie bei den beiden beschriebenen CreaLog-Lösungen – freie Benutzer-

Eingaben versteht und der Kunde sein Anliegen tatsächlich fallabschließend klären kann. Gerade Pay TV-Anbieter, Telekommunikations- und Internetprovider oder Kabelnetzbetreiber mit ihren immens hohen Anruferolumina investieren daher stetig in die Weiterentwicklung ihrer KI-gestützten Voice-Bot und IVR-Systeme – weil deren Einsatz für glücklichere Kunden bei gleichzeitig sinkenden Kosten sorgt!
INFO www.crealog.com

AUTOR: THOMAS SIMONEIT

Vom 2. bis 4. März präsentiert CreaLog auf der CCW 2020 (www.ccw.eu) in Berlin die neuesten Lösungen für Voice-Bots, Recording und Speech Analytics. Dort erfahren Kundenservice-Fachleute unter anderem, wie sie durch Sprachdigitalisierung wertvolle Informationen zur Qualitätssicherung und Optimierung des Contact Centers gewinnen.

Sie finden den CreaLog-Stand in Halle 3, Stand D13/D15.