

DIE RENAISSANCE DER VERSCHRIFTUNG

Andreas Klug

MULTICHANNEL_Web 2.0 und Smartphones läuten einen Paradigmenwechsel in der modernen Service-Ökonomie ein. Dieser Trend macht Investitionen in wissensbasierte Softwarelösungen notwendig, um die Serviceprozesse weitestgehend zu automatisieren.



In Zeiten von Smartphones und Web 2.0 wird längst vom «schleichenden Tod» der Dokumente gesprochen – Callcentern und dem Telefon alleine gehört die Zukunft der Service-Ökonomie. Aktuelle Studien wie «Global Contactcenter Preference Report» (Avaya) und «Contactcenter Trends» (Aspect) widerlegen diesen Eindruck. Danach lehnen mehr als 50 Prozent der deutschen Verbraucher das Telefonat als Dialogweg zu Unternehmen schlichtweg ab. Gleichzeitig hat sich der Anteil der per E-Mail gestellten Kundenanfragen seit 2008 mehr als verdreifacht. Für 73 Prozent der deutschen Verbraucher ist die E-Mail mittlerweile sogar das beliebteste Medium, wenn es um die Kontaktaufnahme mit Unternehmen geht. Worin also liegen die Ursachen, wenn erste Analysten von einer «Renaissance der Verschriftung» im Kundenservice sprechen? Und vor allem: Welche Chancen bietet der Verschriftungstrend der Customer-Service-Industrie?

Service-Automatisierung per E-Mail und Web

Forrester Research sieht in der rasant wachsenden Bedeutung der mobilen Endgeräte eine Hauptursache. Ein Drittel der europäischen Kunden bevorzugt bereits Apps und Maildienste für Smartphones, wenn sie Fragen an den Kundenservice richten. Und für den vernetzten Verbraucher stellt «sofort» den einzig akzeptablen Zeitraumen für eine Reaktion auf seine Anliegen dar. Web und Smartphone bieten eine ganze Reihe komfortabler Kommunikationsmöglichkeiten, mit denen wir unsere «Ge-

schäfte» aus dem Zug oder von der Wohnzimmercouch aus erledigen.

Unternehmen sind allerdings weit entfernt davon, die Chancen der digitalen Service-Ökonomie für sich und ihre Kunden zu nutzen. Angesichts der exponentiell wachsenden Menge an Mitteilungen und Daten braucht es Lösungen mit einer zentralen, lernfähigen Wissensbasis.

Mitdenkende Systeme schlagen Antworten vor

Moderne Text Mining kann den Inhalt von E-Mails und Webanfragen analysieren und per Mustervergleich den zugrunde liegenden Geschäftsvorfall daraus ableiten. Ebenso ermöglichen die Lösungen eine automatisierte Erkennung und Extraktion von Fachdaten (Personen-, Vorgangs- und Adressdaten), um den Kontext zwischen Kundenmitteilungen und bestehenden Informationen festzustellen. Nicht nur wiederkehrende Inhalte können mit diesem übergreifenden ECM-Ansatz (Enterprise Content Management) für digitale Post, Web und klassische Post technisiert werden. Mittlerweile wurden im Versicherungsumfeld Lösungen realisiert, die sogar die Verarbeitung individueller, personenbezogener Schriftdokumente automatisiert meistern. In solchen Fällen können Bearbeitungszeiten um mehr als 90 Prozent gesenkt werden.

Wissen ist der Kern jeder Kundenbegeisterung

Moderne Software-Lösungen nutzen das Wissen, um die erlernten Textinhaltsmuster für suggestive Antworten in Web-Applikationen zu verwenden. Der Kunde erhält seine Information also gleich im Moment der Kontaktaufnahme «per Knopfdruck» – und die Serviceindustrie profitiert im Sinne einer Automatisierung der Geschäftsprozesse. Denn das Wissen um die Inhalte ist der Kern jeder Kundenbegeisterung. ■

ItyX Solutions AG
Telefon +49 (0)2203.899870
Mail andreas.klug@ityx.de
www.ityx.de

