

Das baldige Ende der Kaltanrufe

Die **Digitalisierung der Telefonie** sorgt für eine bessere Erreichbarkeit in Service und Vertrieb.

ALEXANDER SCHAGEN

Eine optimale telefonische Erreichbarkeit fordert viele Unternehmen heraus. Während Kundinnen und Kunden mehr Qualität im persönlichen Kontakt erwarten, denken Unternehmen eher an Automatisierung und Kostensenkung. Die Digitalisierung soll helfen und das beste Kundenerlebnis zu geringen Kosten bieten. Wie passen da noch Warteschleifen im Kundenservice und Kaltanrufe im Vertrieb ins Bild?

Das St. Galler Startup ServiceOcean wurde auf Basis mehrjähriger Forschungsprojekte an der Universität St. Gallen (HSG) gegründet und digitalisiert seitdem die Telefonie in Kundenservice und Vertrieb.

Zu Beginn ist natürlich folgende Frage relevant: Wird heute überhaupt noch telefoniert? Oder geht der Trend nicht unaufhaltsam Richtung Bots und Self-services? Hier lässt sich feststellen, dass neue Kanäle an Bedeutung gewinnen. Allerdings reduzieren neue Kanäle nicht das Anrufvolumen. Das Gegenteil ist der Fall:

Warteschleifen und Kaltanrufe: Die Kundenbrille übersieht die Notwendigkeit.

Die absoluten Zahlen steigen auch in der Telefonie und es wird mehr telefoniert als noch vor zehn Jahren. Insofern geben neue Technologien einen frischen Schwung für die Telefonie. Gerade heute trägt eine perfekte Erreichbarkeit zur Differenzierung im Wettbewerb bei. Und auf eine ebenso gute wie effiziente Erreichbarkeit kommt es heute verstärkt an.

Vergebliche Kontaktversuche, egal ob im Kundenservice oder in der Vertriebstelefonie, stehen zunehmend in der Kritik und passen nicht mehr ins 21. Jahrhundert. Warteschleifen und Kaltanrufe schaden messbar zuerst den Kundenbeziehungen und dann dem Unternehmenserfolg. Warteschleifen und Kaltanrufe gehören also nicht mehr in unsere Zeit. Oder doch?

So weit, so gut, möchte man denken. Die Kundenbrille übersieht aber bisweilen die Notwendigkeit von Warteschleifen und Kaltanrufen. Denn mit Blick auf die Effizienz macht beides definitiv Sinn. Nur so ist garantiert, dass das Team kontinuierlich telefoniert, gut ausgelastet ist und der Kundenkontakt für die Unternehmen auch bezahlbar bleibt.

Wie so oft liegt die Wahrheit in der Mitte. Die Vorteile müssen mit den Nachteilen verrechnet werden. Wichtig ist der Zeitpunkt in der Telefonie, ab dem die Nachteile teurer sind als die Vorteile. Entscheidend für diesen Wendepunkt ist die Erreichbarkeit der Mitarbeitenden und Kundinnen und Kunden:

- Warteschleifen sind perfekt, wenn die Wartezeit maximal 60 Sekunden beträgt. Dieser Vorrat an Anrufern garantiert eine hohe Teamauslastung und eine geringe Auflegerquote. So stimmen sowohl die Kosteneffizienz als auch die Servicequalität.
- Kaltanrufe sind perfekt, wenn damit die Lücken zwischen terminierten Vertriebsanrufen gefüllt werden. In dieser Kombination stimmen die Teamauslastung und Kosteneffizienz sowie die Trefferquote und Kundenzufriedenheit.

Helvetia ersetzt lange Warteschleifen

Helvetia Versicherung verkürzt Warteschleifen im Schweizer Kundenservice bereits seit 2016 mit der ServiceOcean-Software. Seitdem entscheiden sich über 50 Prozent der Wartenden für einen auslastungsbasierten Termin-Rückruf zu einer Uhrzeit ihrer Wahl oder eine freiwillige Warteoption. Die Terminbuchung di- ▶

ANZEIGE

FH GR Fachhochschule Graubünden
University of Applied Sciences

Executive MBA

Smart and
Digital Marketing

Studienort:
Zürich
In unmittelbarer Nähe
vom Zürich HB

In diesem berufsbegleitenden Studium lernen Sie, die Strategien und Methoden des Digitalen Marketing erfolgreich anzuwenden.

Weitere Informationen:
fhgr.ch/embasdm

Bilden und forschen. **graubünden**



Callcenter

Banale Anfragen an den Chatbot, spannende zu den Menschen leiten.

GETTY IMAGES

Drei Tipps für Service und Vertrieb

1. Werten Sie die Auflegerstatistik im Kundenservice aus. Der Moment, wo die meisten Anrufer auflegen, ist der Zielwert für das Servicelevel. Wenn viele Kunden erst nach 60 Sekunden auflegen, dann macht das weitverbreitete Servicelevel von 80/20 keinen Sinn.
2. In der Vertriebstelefonie sind Trefferquoten und Anwahlversuche relevant. Wie viele Kunden erreichen Sie generell mit Kaltanrufen und wie viele Anwahlversuche benötigt Ihr Team pro Gespräch?
3. Berechnen Sie die Vorteile einer digitalisierten Telefonie im Kundenservice. Es liegen bis zu 30 Prozent mehr Erreichbarkeit und in der Vertriebstelefonie eine Verdoppelung der Erreichbarkeit der Zielkundinnen und -kunden drin.

► rekt in der Warteschleife ergänzt Helvetia mit der ServiceOcean-Online-Lösung für die Website. Viele Kunden besuchen zuerst die Website und suchen dort nach der richtigen Telefonnummer für den Kundenservice.

Entscheidend ist die Synchronisation der Software in Echtzeit. Rückruftermine, die beispielsweise in der Warteschleife gebucht werden, stehen auf der Website nicht mehr zur Verfügung. Erst, wenn das Problem der Mitarbeitenden gelöst ist und eingehende Anrufe die vorhandene Kapazität berücksichtigen, löst sich die Wartezeit der Kunden automatisch auf.

Über 90 Prozent der Rückrufe erreichen die Kundinnen und Kunden minutengenau zum vereinbarten Termin. Das Team schätzt die Gespräche mit begeisterten Kunden. Denn trotz Terminbuchung erwartet niemand den minutengenauen Rückruf von einem vorbereiteten Mitarbeitenden. Damit nutzt Helvetia den wichtigen Vorteil einer kurzen Warteschleife und lastet das Team optimal aus. Gleichzeitig erreicht die Warteschleife nie-

mals eine Länge, die den Kennzahlen und der Kundenzufriedenheit schadet.

Bank WIR ersetzt Kaltanrufe

Die Bank WIR setzt ServiceOcean seit Frühling 2020 in der Outbound-Telefonie ein und ersetzt Kaltanrufe durch Termin- einladungen. Vor dem Einsatz der ServiceOcean-Software hatten Mitarbeitende lange, unübersichtliche Telefonlisten von Kunden. Das Frustrationslevel war auf Mitarbeitenden- und Kundenseite aufgrund der unvorbereiteten Kaltanrufe hoch. Heute setzt die Bank WIR auf eine Vertriebstelefonie mit der ServiceOcean-Software.

Rechtzeitig vor dem Gespräch erhalten Kundinnen und Kunden eine Termineinladung via E-Mail oder SMS. Somit kennen sie vorab den Grund und die Uhrzeit des Anrufs. Sollte der vorgeschlagene Termin nicht passen, können sie ihn umbuchen oder stornieren. Kunden und Mitarbeitende werden pünktlich vollautomatisch miteinander verbunden.

«Daraus ergibt sich ein enormer Effizienzgewinn. In der Neukundengewinnung errei-

chen wir 40 Prozent der Zielkunden. Zudem sparen wir etwa 30 Prozent des Aufwands – somit kann das Team mehr Zeit in weitere Gespräche investieren», sagt Bastian Lips, Leiter des Beratungszentrums der Bank WIR.

Den Mitarbeitenden macht es mehr Freude, morgens in den Kalender zu schauen und zu wissen, was auf sie zukommt. Die Bereitschaft und die Vorbereitung auf das Gespräch sind, anders als bei einem klassischen Kaltanruf, beidseitig vorhanden. Die Gespräche verlaufen auf einem anderen Niveau und das Frustrationslevel der Mitarbeitenden ist deutlich gesunken. Die neue Kundenorientierung wirkt sich positiv auf die Mitarbeitenden aus.

Abschliessend lohnt ein Vergleich zwischen der eigenen Perspektive im Management und den Kunden. Die aktuelle Umfrage im Schweizer Service Excellence Cockpit (Rémon Elsten) zeigt, dass 80 Prozent der Schweizer CEO ein ausgezeichnetes Kundenerlebnis bescheinigen. Nur 8 Prozent der Kunden bestätigen diese Einschätzung. In diesem Sinne ist Erreichbarkeit nicht alles. Aber ohne Erreichbarkeit ist alles nichts.

Alexander Schagen, Co-Gründer und -Geschäftsführer, ServiceOcean, St. Gallen/Köln.