

Voice Days plus 2009

Kundeninteraktion: Themen und Trends



Der Autor dieses Beitrags, Dr. Ingo Bors, ibostar consulting, ist Berater und Experte für Kundenservicemanagement.

Was bedeutet erfolgreiche Kundenkommunikation? Welche Technologien, Methoden und Konzepte werden in der Zukunft benötigt, um zielgerichtet mit Kunden in Kontakt zu treten? Das war Thema der Voice Days plus 2009 mit dem Schwerpunkt „Customer Contact Technologies“. Der aus Rundfunk und Fernsehen bekannte Wissenschaftsjournalist Ranga Yogeshwar verdeutlichte: Bereits jetzt haben wir technologische Veränderung und immensen Wissenszuwachs im Minutentakt - und das Tempo wird sich noch verschärfen.

Die größte Herausforderung in der Kundenkommunikation wird in den kommenden Jahren der Wechsel von der unternehmensgesteuerten Kommunikation hin zur kundengesteuerten Kommunikation sein. Zunehmend wichtige Aspekte liefert das Web 2.0 in Form von Foren, Blogs, Facebook, Twitter etc. Hier findet Kundenkommunikation in virtuellen Räumen statt. Wie können Unternehmen dies zum eigenen Vorteil nutzen? Zum einen sollten sie die Informationen und Bewertungen aktiv nutzen, die über ihr Unternehmen, ihre Produkte und Dienstleistungen zunehmend im Internet veröffentlicht werden. Zum anderen können sie ihre eigenen Services wie die Kundenbetreuung über unternehmenseigene Foren mit dem Web 2.0 verknüpfen.

Spracherkennung in der Kundenkommunikation

Auch im Hinblick auf die Spracherkennung gibt es interessante Neuigkeiten - und Unternehmen werden mutiger, diese einzusetzen. Es sind kleine, aber äußerst wirkungsvolle und daher mit dem Voice Award prämierte Möglichkeiten: So können Anrufer beispielsweise auf die of-

fene Eingangsfrage des Sprachcomputers „Guten Morgen, womit kann ich Ihnen helfen?“ ihre Antwort frei formulieren. Eine weitere, aus meiner Sicht ganz wesentliche Entwicklung betrifft die Stimme als biometrisches Merkmal. So wie Fingerabdruck oder Iris-Scan ist die Stimme ein unverwechselbares, eindeutiges Kennzeichen eines Menschen. Und sie hat einen entscheidenden Vorteil: Sie kann ortsunabhängig eingesetzt werden.

Sprache und Daten verquicken

Somit besteht die erfreuliche Aussicht, die inflationäre Zahl von Passwörtern und PINs mittels Stimmprofil bequem und vor allem sicher zu verwalten und sie eventuell sogar ganz abzulösen, so dass sich niemand mehr unzählige Geheimnummern merken oder notieren muss. Im Live Contest, dem Innovationswettbewerb der Veranstaltung, wurde deutlich, wie sehr die Grenzen zwischen Sprachwelt und Datenwelt verschwimmen. Speziell für mobile Endgeräte (Smart Phones wie das iPhone) entwickelte Serviceangebote nutzen Sprachsteuerung, Texterstellung mittels Diktier-

anwendungen oder klassisches Eintippen, visuelle Darstellung und Auswahl über Touchscreens und unter Umständen auch noch die Telefonie. Das alles ist parallel für den Kunden nutzbar - multimodal, so der Fachbegriff. Dabei ist es auch unerheblich, ob die dahinterliegenden Informationen auf dem Endgerät oder im globalen Datennetz verteilt abgelegt sind.

Kundenbetreuer direkt vor Augen

Sieger des Innovationswettbewerbs wurde die Anwendung eines Medienunternehmens, das sich bei der Gestaltung von Webauftritten auf Videoinhalte konzentriert: Vertriebs- und Serviceprozesse werden optisch durch Videosequenzen unterstützt, mit denen der Nutzer über die bestehende Internetverbindung einen Sprachdialog führt. Stellen Sie sich dazu einen Kundenberater im Video vor, dem Sie ganz natürlich per Sprache antworten und der dann entsprechend reagiert.

Die Technik ist weit vorangeschritten ... nun bleibt noch eine wesentliche Herausforderung: Die zahlreichen verschiedenen Systeme kundenorientiert zu kombinieren und im Einklang mit der Unternehmenskommunikation einzusetzen. Die Gestaltung des Dialogs zwischen Kunden und Unternehmen zu meistern, stellt eine der großen Chancen der nächsten Jahre dar.

www.ibostar.de
www.voicedays.com