



Quality Monitoring

Optimale Ergebnisse aus jedem Kundenkontakt
„Erfolgreiches Call Center“ Kongress Park Hanau
28. Oktober 2008

Axel Schwarz-Scholten
Senior Account Manager

Markus Eckhoff
Business Consultant

Quality Monitoring

Agenda

Qualität im Call Center

- Studienergebnisse
- Fazit

Quality Management als Maßnahme zur Qualitäts- und Kundenzufriedenheitssteigerung

- Quality Monitoring
 - Voice und Screenrecording
 - Evaluation und Eigenkontrolle
 - eLearning
 - Analytics
- Add on´s
 - Quiztools
 - Wordspotting
 - Kundenbefragung- Customer Survey
 - Mystery Calls

Praxisbeispiele

almato

Gründung im November 2002

Standorte

- Stuttgart
- Zürich
- Duisburg
- Wien

Spezialisierung auf Softwarelösungen für Contact Center

- Focus auf Optimierung der Kundeninteraktionen
- nachweisbarer ROI

Die klare Nummer 1 für Quality Monitoring in Deutschland!

Sprechen Sie mit unseren Kunden!



Quality Monitoring

Agenda

Qualität im Call Center

- Studienergebnisse
- Fazit

Quality Management als Maßnahme zur Qualitäts- und Kundenzufriedenheitssteigerung

- Quality Monitoring
 - Voice und Screenrecording
 - Evaluation und Eigenkontrolle
 - eLearning
 - Analytics
- Add on´s
 - Quiztools
 - Wordspotting
 - Kundenbefragung- Customer Survey
 - Mystery Calls

Praxisbeispiele

Studienergebnisse

These

„Die erlebte Qualität im Kundenkontakt definiert die Kundenzufriedenheit, oder entspricht derselben“

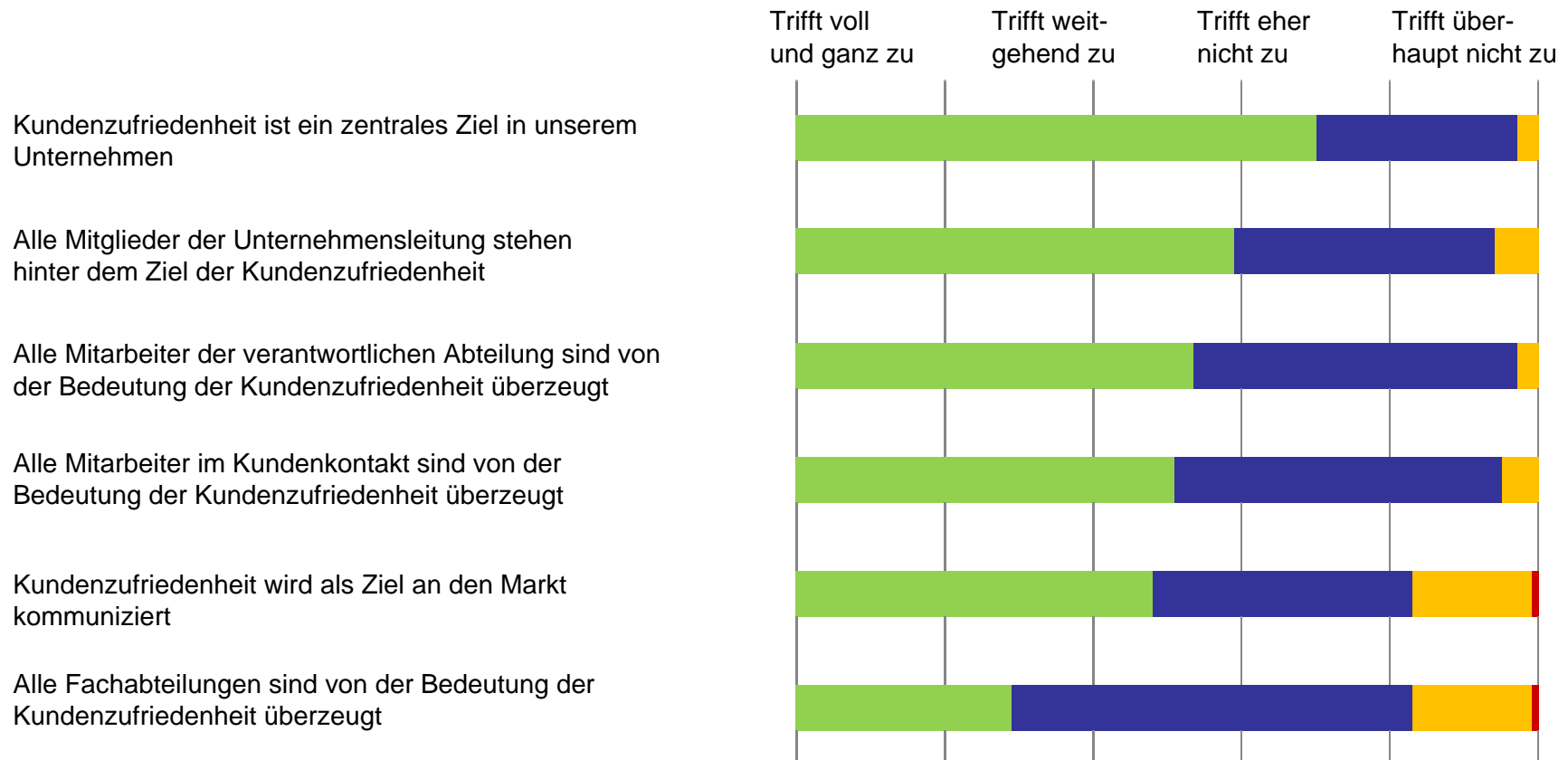
Qualität: Kauft ein Kunde ein Produkt oder eine Dienstleistung und erfüllen diese ihre Zwecke für den Kunden, so haben sie im allgemeinen Sprachgebrauch eine „gute Qualität“.

Kundenzufriedenheit: Wenn ein Kunde seine Erwartungen an die Leistung erfüllt sieht, also der Ist-Zustand dem Soll-Zustand entspricht, ist der Kunde zufrieden.

Studienergebnisse

Kundenzufriedenheit stellt auch in deutschen Unternehmen ein zentrales Ziel dar

„Bitte charakterisieren Sie die **Bedeutung von Kundenzufriedenheit** in Ihrem Unternehmen anhand der folgenden Aussagen!“

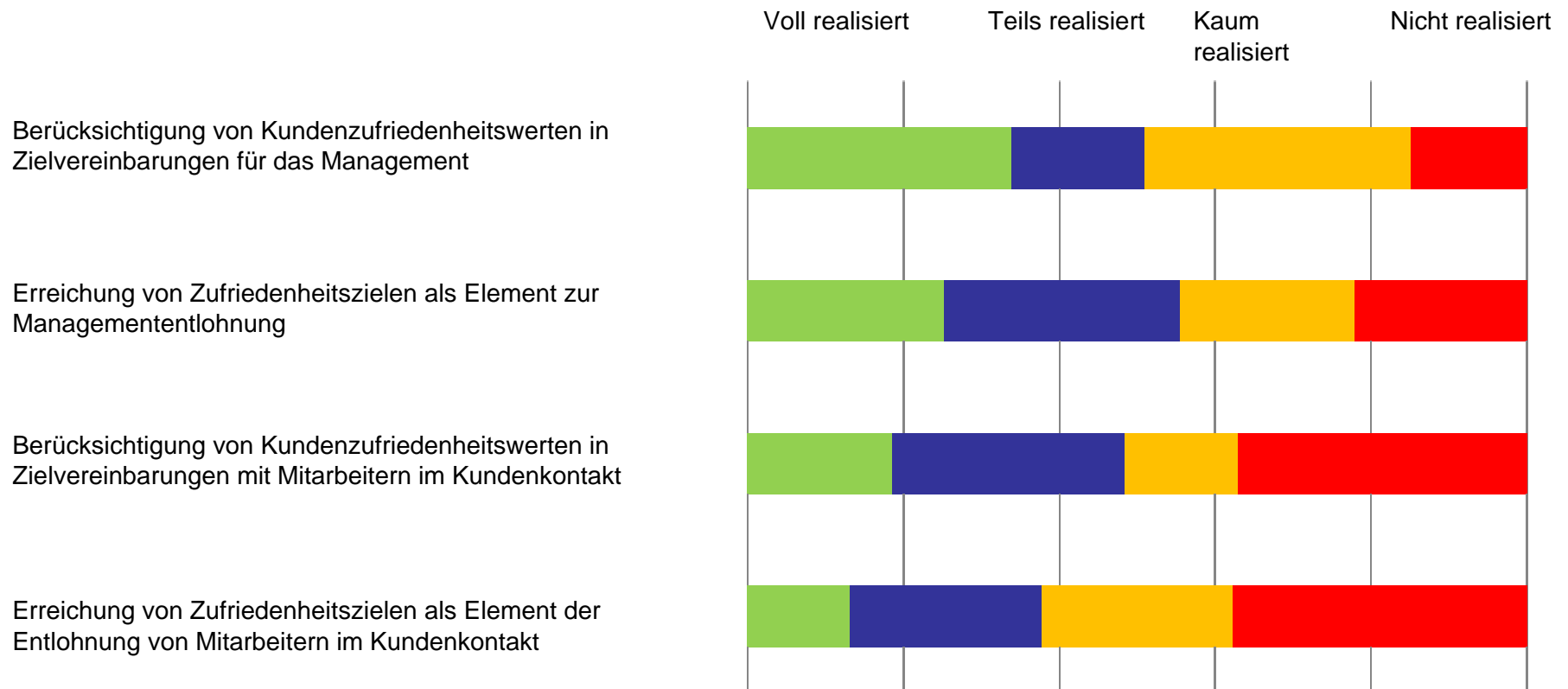


Quelle: Stauss, B./Dornach, F./Coenen, C. (2006): Zufriedenheitsmanagement in Deutschland – Von der Messung zur Unternehmenssteuerung – Vortrag Prof. Dr. Stauss v. 22.10.2008

Studienergebnisse

Relativ geringe Verwendung der Ergebnisse zur Steuerung des Verhaltens von Managern & Mitarbeitern

„Wie beurteilen Sie die Umsetzung folgender Aspekte zur **innerbetrieblichen Verhaltenssteuerung** in Ihrem Unternehmen?“

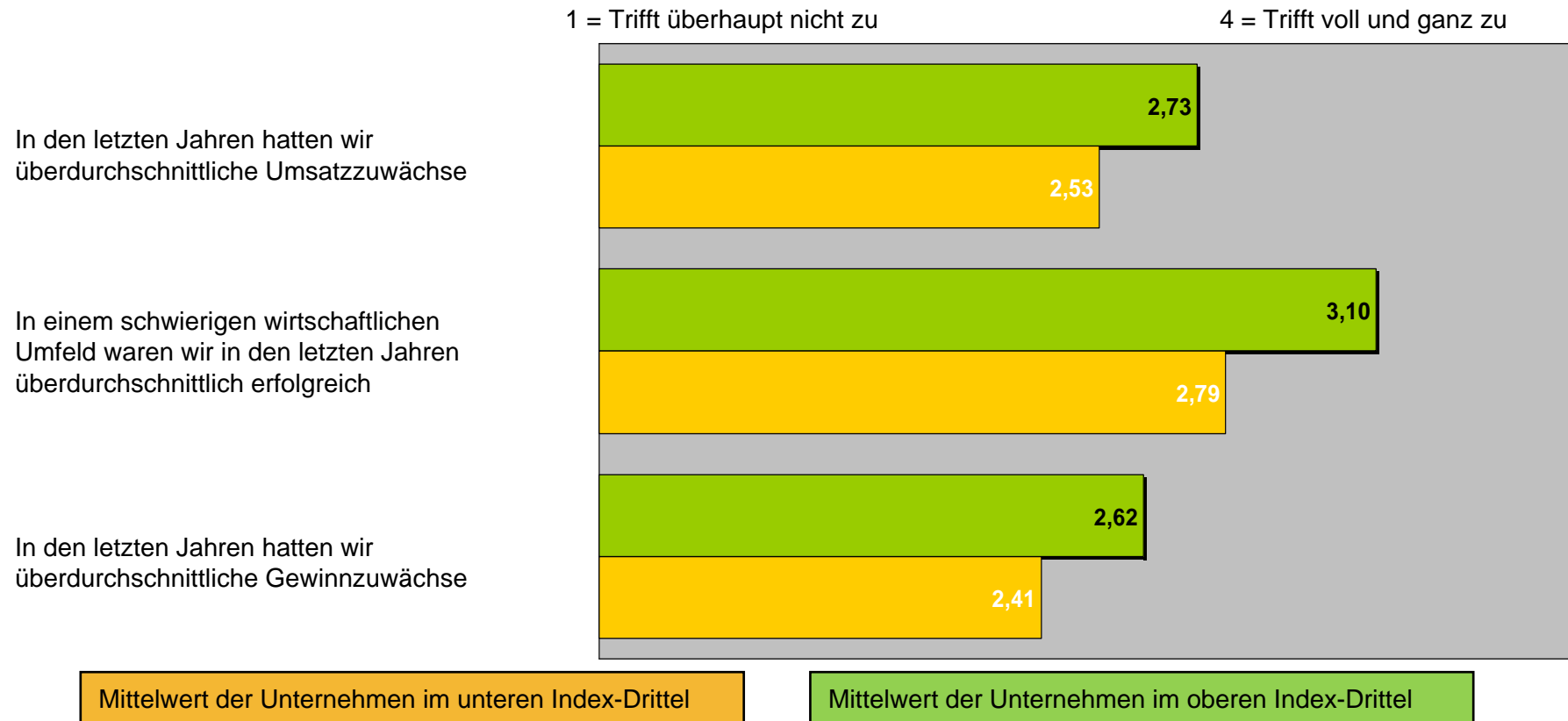


Quelle: Stauss, B./Dornach, F./Coenen, C. (2006): Zufriedenheitsmanagement – Konzept und Realisierung, in: Hinterhuber, H.H./Matzler, K. (Hrsg.): Kundenorientierte Unternehmensführung, 5. Auflage, Wiesbaden, S. 555. – Folie: Vortrag Prof. Dr. Stauss v. 22.10.2008

Studienergebnisse

Eine Behebung der Defizite ist ökonomisch sinnvoll

„Bitte charakterisieren Sie Ihr Unternehmen und Ihre Kunden anhand der folgenden Aussagen.“



Quelle: Stauss, B./Coenen, C. (2006): Kundenzufriedenheitsmanagement in Deutschland – Nicht nur drüber reden!, in: QZ, 51. Jg., Ausgabe 9, S. 27. – fFolie: Vortrag Prof. Dr. Stauss v. 22.10.2008

Studienergebnisse

Zufriedenheitsmanagement

„Wie groß ist der erfasste **Kundenkreis**?“

Filter: Falls Zufriedenheitserhebung ausgewählter Kundensegmente (n=102)



Quelle: Stauss, B./Dornach, F./Coenen, C. (2006): Zufriedenheitsmanagement in Deutschland - Von der Messung zur Unternehmenssteuerung, München, S. 24. - Vortrag Prof. Dr. Stauss v. 22.10.2008

Studienergebnisse

Kundenbewegungsbilanz vs. Nettowachstumsrechnung

Nettowachstums-Rechnung

Kundenendbestand	840.000
------------------	---------

– Kundenanfangsbestand	800.000
------------------------	---------

= Netto-Kundenwachstum	40.000
-------------------------------	---------------

Kundenbewegungsbilanz

Kundenanfangsbestand	800.000
----------------------	---------

– Verlorene Kunden	80.000
--------------------	--------

= Verbleibende Kunden	720.000
-----------------------	---------

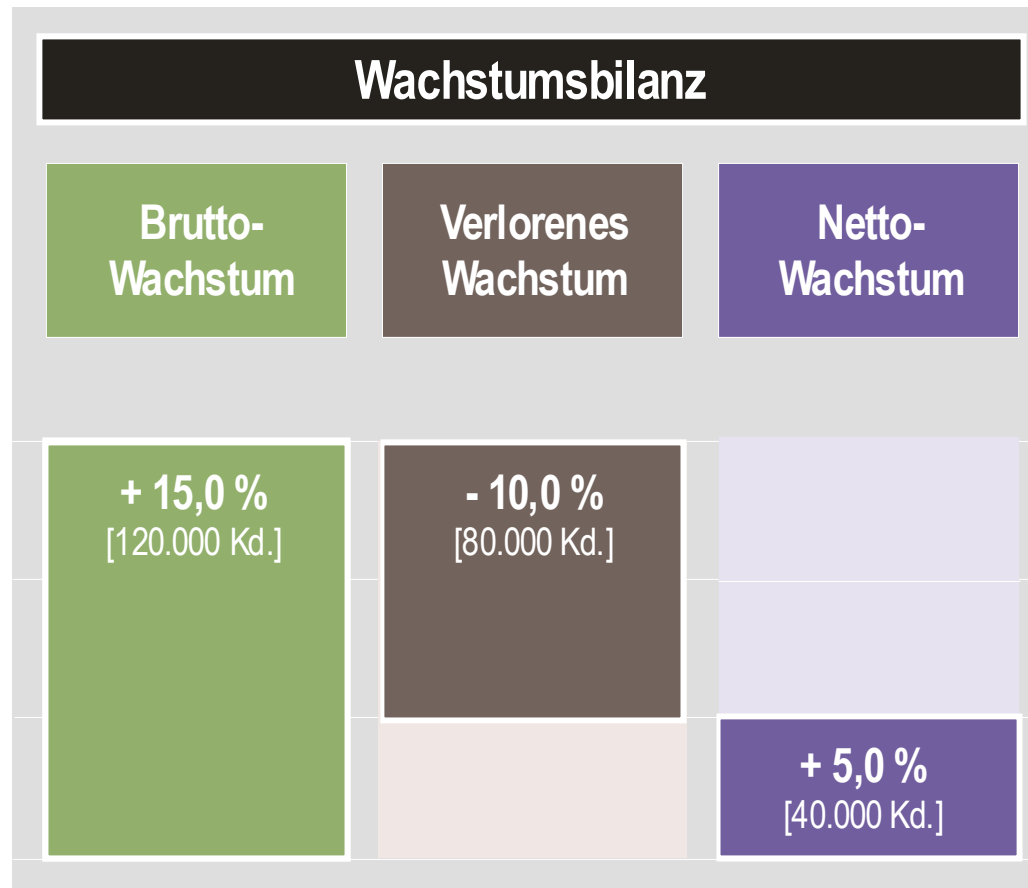
+ Neu gewonnene Kunden	120.000
-------------------------------	----------------

= Kundenbestand	840.000
-----------------	---------

Quelle: Seidel, W. (2007): Customer-at-Risk Management, in Gouthier, M.H.J. et al. (Hrsg.): Service Excellence als Impulsgeber, Wiesbaden, S. 527-547. – Folie: Vortrag Prof. Dr. Stauss v. 22.10.2008

Studienergebnisse

Verlorenes Wachstum als Minderung des Brutto-Wachstums durch Kundenverluste



Quelle: Seidel, W. (2007): Customer-at-Risk Management, in Gouthier, M.H.J. et al. (Hrsg.): Service Excellence als Impulsgeber, Wiesbaden, S. 527-547. – Folie: Vortrag Prof. Dr. Stauss v. 22.10.2008

Studienergebnisse

Fazit

- Kundenzufriedenheit und Servicequalität bleiben zentrale Zielsetzungen der Unternehmen
- Das Ziel der Kundenzufriedenheit verlangt mehr als nur Messung: Notwendig ist ein umfassendes Zufriedenheits- bzw. Qualitätsmanagement
- Die Vermeidung von Kundenunzufriedenheit hat Priorität
- Wichtig ist die klare Definition von Zielen, wie z.B. die Steigerung des Zufriedenheitsindex um x Prozent

Quality Monitoring

Agenda

Qualität im Call Center

- Studienergebnisse
- Fazit

Quality Management als Maßnahme zur Qualitäts- und Kundenzufriedenheitssteigerung

- Quality Monitoring
 - Voice und Screenrecording
 - Evaluation und Eigenkontrolle
 - eLearning
 - Analytics
- Add on´s
 - Quiztools
 - Wordspotting
 - Kundenbefragung- Customer Survey
 - Mystery Calls

Praxisbeispiele

Qualitätskontrolle in der Industrie

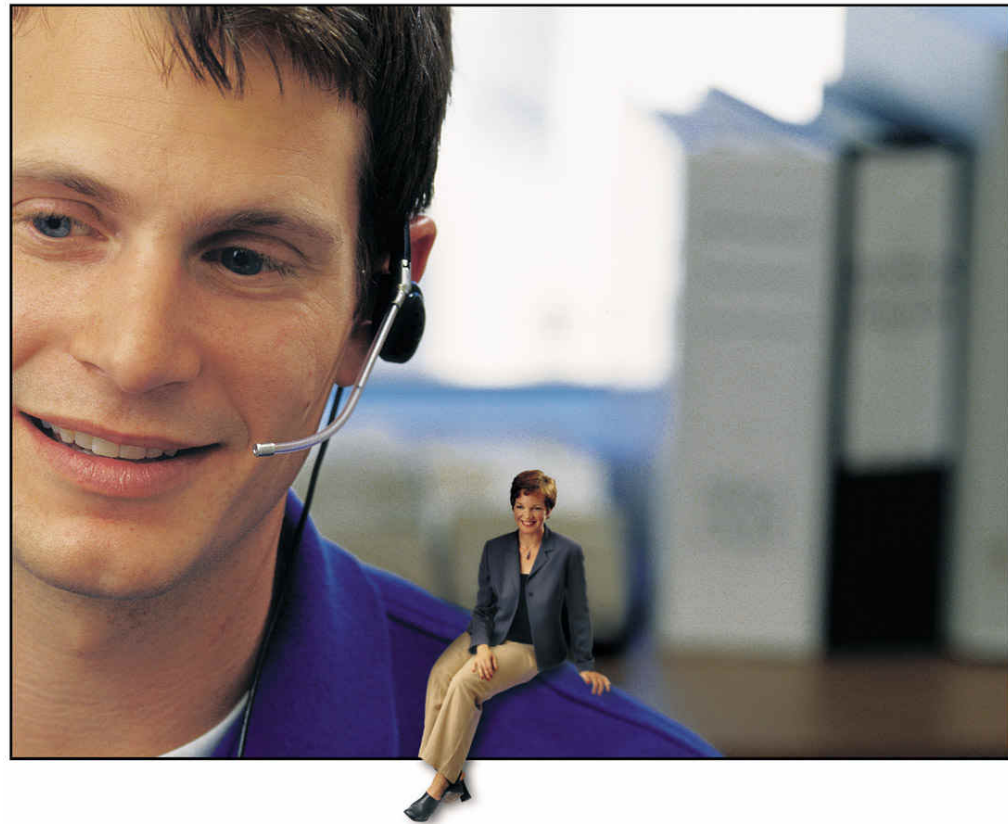
- Stichprobenziehung
- Einhaltung von Vorgaben
- Analyse der Gründe bei Abweichungen
- Training der Verantwortlichen
- Anpassung von Prozessen



Der Anruf ist das Werkstück der Call Center Industrie!

Lösungsansätze im Call Center

- Side by Side Coaching
- Silent Monitoring
- After Call Befragungen
- Quality Monitoring



Rechtliche Rahmenbedingungen

Aufzeichnung von Gesprächen ist nach § 4 BDSG zustimmungspflichtig

- **Zustimmung des Anrufers durch Schaltung einer Ansage und konkludentes Handeln**

„Zur Sicherung unserer Servicequalität können einzelne Gespräche aufgezeichnet werden.

Wenn sie uns zu Gesprächsbeginn einen Hinweis geben, verzichten wir auf diese Möglichkeit.“

- **Zustimmung des Agenten durch individuelle Einwilligung oder in Form einer Betriebsvereinbarung durch den Betriebsrat, stellvertretend für die Beschäftigten**

Click2Coach – Die integrierte Lösung

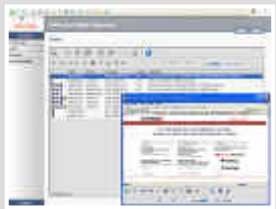
Qualitätssicherung
und Evaluierung



Feedback



Direkte Verfügbarkeit
am Agenten-
arbeitsplatz



„Right Time
Coaching™“

Datenanalyse über alle Systeme

Analytics

Anreicherung der Kundenkontakte

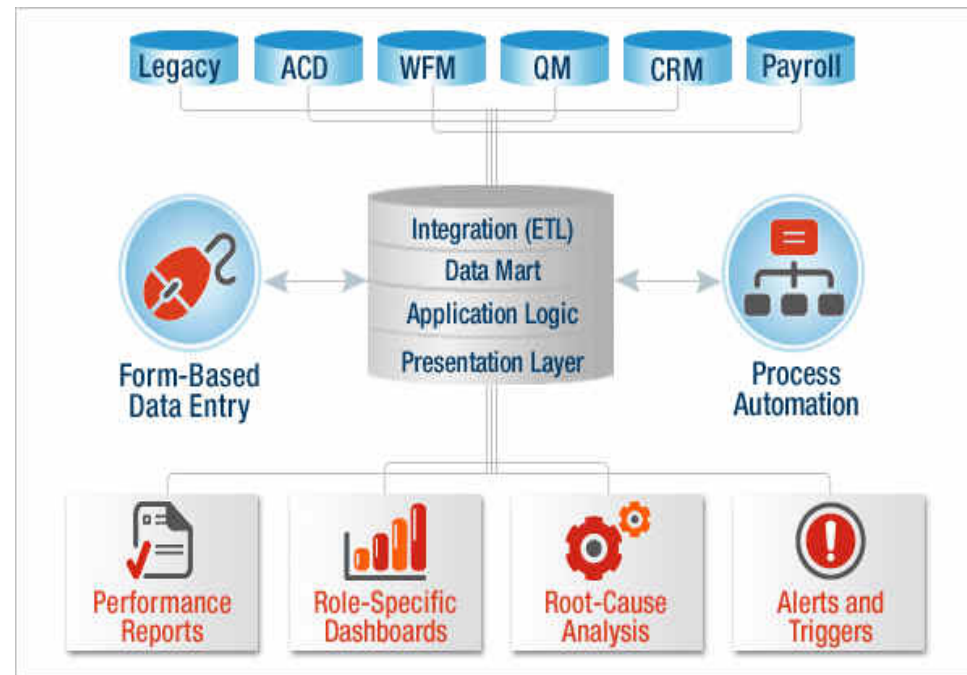
- CTI Daten (ACD und PBX Rufdaten)
- Sprachanalyse (almato wordSPOT)
- Kundenbefragung (almato feedBACK)
- CRM Informationen
- Individuelle Datenfelder

Abonnierung projekt- und aufgabenrelevanter Daten

Segmentierung von Kundenkontakten

Informationsbasis

- Marketingkampagnen
- Service Level
- Produktentwicklung
- Kundenbindungsprogramme



Gesprächsanalyse und was dann?

Add on's – almato quizTOOL

- Überprüfung von Lerninhalten und Wissensständen mit almato quizTOOL

almato
contact center solutions

aus jedem Kundenkontakt

User F

Schiedsrichter und Kommentatoren

Carmen Thomas war die erste Frau im "Aktuellen Sportstudio". Welche Versprecher führte zu Ihrer umgehenden Suspendierung?

Sie hatte Franz Beckenbauer kurzerhand zum Spieler des HSV gemacht

Bei einem Eckstoß vermutete Sie einen Spieler im Abseits

Bei der Verlesung der Tabellensituation erwähnte Sie Schalke 05

Zitate

Welche Aussagen sind dem Ausnahmekopfballspieler Horst Hrubesch zuzuordnen?

Mailand oder Madrid, Hauptsache Italien

Ich sage nur ein Wort: Vielen Dank

Wenn wir alle schlagen können wir es schaffen

Manni Bananenflanke, ich Kopf, Tor

Da hab ich gedacht, ich tu ihn ihm rein, in ihm sein Tor

Siege - Niederlagen - Titel

Welche Mannschaften standen sich im Endspiel der WM 2006 gegenüber und wie lautete das Endergebnis?

almato
contact center solutions

Kundenbefragung

Add on's – Customer Survey mit almato feedBACK

- Einbeziehung der Kundensicht in die Gesprächsanalyse
- Schnelle und einfache Erstellung und Verwaltung von Kundenumfragen
- Sprachsteuerung oder Tastatursteuerung (DTMF)
- „Out of the box“ Lösung für automatisierte Kundenumfragen

almato
feedBACK

Automatisierte telefonische Kundenbefragung

Kunde

[Almato GmbH](#)

Administration

[Benutzer verwalten](#)
[Befragungen verwalten](#)
[Befragung aktivieren](#)
[Audiodateien verwalten](#)

Teilnehmer

[Tagesreport](#)
[Wochenreport](#)
[Monatsreport](#)
[Jahresreport](#)

Befragung

[Tagesreport](#)
[Wochenreport](#)
[Monatsreport](#)
[Jahresreport](#)

Export

[Teilnehmerzahlen](#)
[Befragungsergebnisse](#)













Sitzung

Angemeldet als:
[Peter Beckschäfer](#)
[Abmelden](#)

Administration

Befragungen verwalten - Befragungsdetails

Befragung: almato feedBACK

Nr.	Fragetyp	Einleitung / Frage / Überleitung	Aktionen
1	Schulnoten (DE)	 Beginnen wir mit der ersten Frage.  Welchen Gesamteindruck haben Sie von unserem Conta...  Gut.	
2	Schulnoten (DE)	 Anhören Und nun die zweite Frage.  Wie zufrieden waren Sie mit der Wartezeit auf eine...  Okay.	
3	Schulnoten (DE)	 Frage drei.  Wie gut hat Ihnen unser Mitarbeiter zugehört?  Vielen Dank.	

Quality Monitoring

Agenda

Qualität im Call Center

- Studienergebnisse
- Fazit

Quality Management als Maßnahme zur Qualitäts- und Kundenzufriedenheitssteigerung

- Quality Monitoring
 - Voice und Screenrecording
 - Evaluation und Eigenkontrolle
 - eLearning
 - Analytics
- Add on´s
 - Quiztools
 - Wordspotting
 - Kundenbefragung- Customer Survey
 - Mystery Calls

Praxisbeispiele

Praxisbeispiel - L´TUR Tourismus

L´TUR Tourismus AG

Fakten:

Marktführer Last Minute Reisen

Ca. 100 Agenten

Aspect ACD

Permanente Weiterbildung

Umfangreiches Produkt Know-How

Ergebnisse:

Abschlussquote + 50%

Coachings pro Agent: + 100%

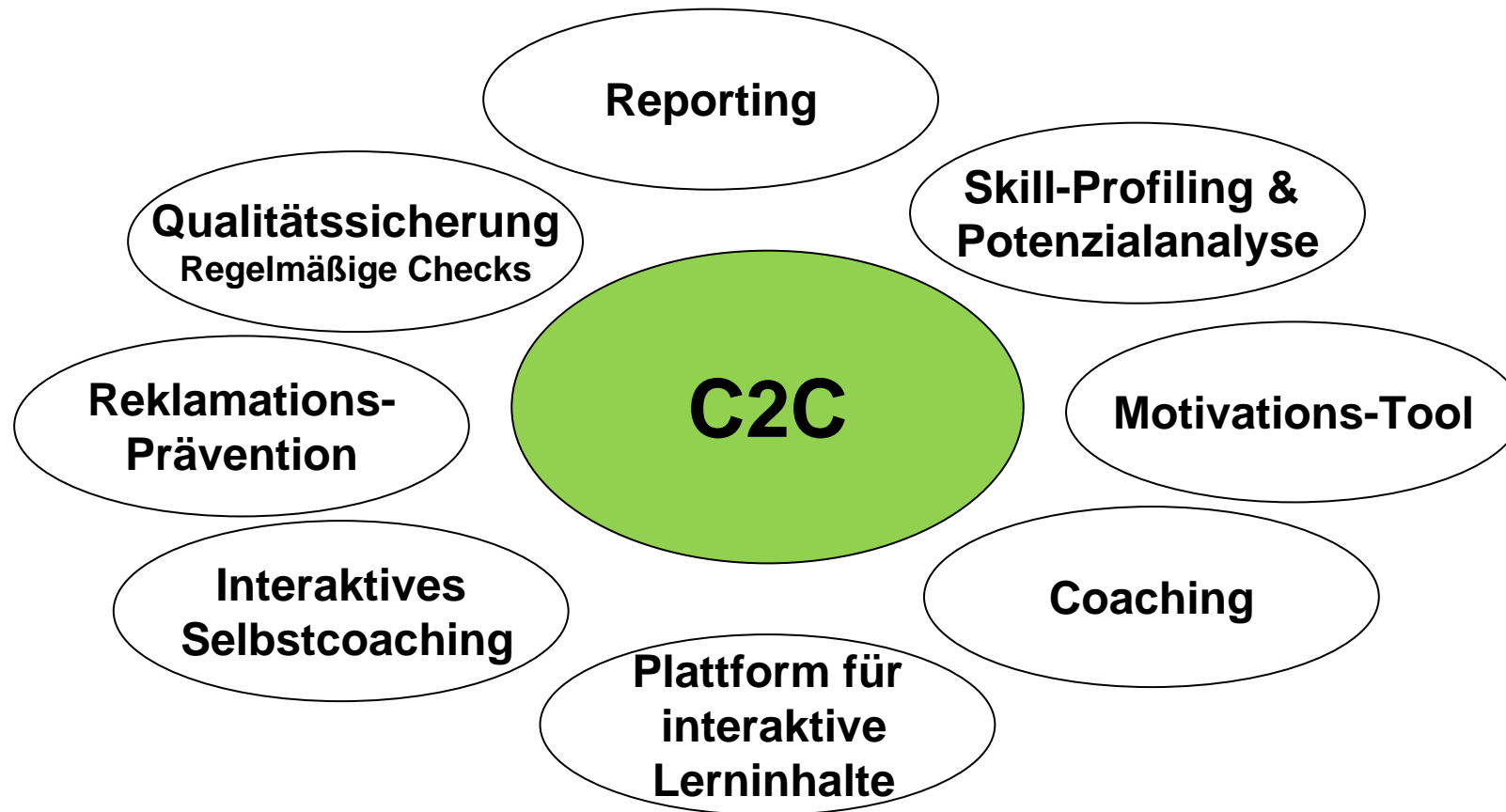
Gesprächsdauer: - 11%

Verkürzung der Nachbearbeitung

Reduzierung eingabebedingter Fehler

Service-Qualitätssiegel TÜV SÜD

Praxisbeispiel - L'TUR Tourismus



Praxisbeispiel - L'TUR Tourismus



„almato hat Click2Coach innerhalb einer Woche in unsere IT- und Aspect-Umgebung integriert, sowie unsere Coaches und Agents trainiert. In der darauf folgenden Woche konnten wir unsere neue Coachinglösung bereits erfolgreich im Tagesgeschäft nutzen.“

Alexandra Schulze Niehoff
Leitung Communication Center, L'TUR Tourismus AG

Praxisbeispiel – Lufthansa Global Telesales



- **Lufthansa GlobalTeleSales (LH GTS)** ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der **Deutschen Lufthansa AG**
- **Neun** Call Center Standorte
- Über 1.300 Mitarbeiter
- Kundenservice-Aktivitäten für **24 Länder**

Praxisbeispiel – Lufthansa Global Telesales

Qualitätsverbesserung

- **Quality Coaching (Monitoring) objektiver**
- **Live Coaching & Feedback transparenter**
- **Self Coaching (Anrufe zuschicken, Selbstaufnahme, Bombendrohung)**
- **Produkt Coaching (Helpline)**
- **Datenbank Best Practice calls**

Leistungsmessung

- **Globale Evaluierungen (Lufthansa Scorecard)**
- **Globales Reporting**
- **Globale Kommunikation**
- **E-Learning (Training, blended learning, Infos, neue Software,...)**

Praxisbeispiel – Lufthansa Global Telesales



"Nach eingehender Prüfung des Wettbewerbsumfeldes waren die volle Integration in unsere bestehende ACD- und IT-Umgebung und die Vorteile der MultiSite Version bei verteilten Standorten für unsere Entscheidung ausschlaggebend. Das bedeutete für uns eine kurze Implementierungszeit und schnelle Realisierung, sowie geringste Betriebskosten und einfache Administration."

Felix Boos

Managing Director Lufthansa GlobalTeleSales

Quality Monitoring

Zitat



Gottfried Keller, Dichter

* 19. 07. 1819 - Zürich

† 15. 07. 1890 - Zürich

„Wir bleiben nicht gut, wenn wir nicht immer besser zu werden trachten.“

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Kontaktetails

Axel Schwarz-Scholten
Senior Account Manager

almato GmbH
Hornbergstraße 39
70794 Filderstadt

telefon +49 (711) 707084-85
fax +49 (711) 707084-88
mobil +49 (175) 266 4023
email axel.schwarz-scholten@almato.de
web www.almato.de

Markus Eckhoff
Business Consultant

almato GmbH
Hornbergstraße 39
70794 Filderstadt

telefon +49 (711) 707084-77
fax +49 (711) 707084-88
mobil +49 (175)
email markus.eckhoff@almato.de
web www.almato.de