

Wie Disruption zum Wandel der Sprachkanäle beitragen kann

Der Zustand von IVRs weltweit seit Anfang 2020 – und wie Krisen positive Veränderungen vorantreiben können.

Inhaltsverzeichnis

- 3 Umfrage zum Status der IVRs
- 4 Kunden und deren Anliegen erkennen
- 5 Begrüßungen personalisieren
- 5 Kunden authentifizieren
- 6 Kunden zum besten Kanal weiterleiten
- 6 Anpassung an neue Bedürfnisse und Anforderungen
- 7 Der Blick nach vorn: IVR-Entwicklung im Wandel der Zeit
- 8 Sprache während Disruption: Was hat sich für Sie verändert?

In Zeiten allgemeiner Unruhen – ob natürliche oder vom Menschen gemacht – können Contact Center für Kunden lebenswichtig sein.

Das hat die erste Hälfte des Jahres 2020 gezeigt. Zahlreiche Unternehmen sahen in ihren Contact Centern einen plötzlichen Anstieg des Anrufaufkommens auf ein noch nie dagewesenes Niveau. Zugleich wurden die Kapazitäten in vielen Fällen durch krankheitsbedingte Ausfälle von Mitarbeitern, Social-Distancing-Maßnahmen und die Herausforderungen des Homeoffice dezimiert.

Für CX-Manager, die durch solche Krisen hervorgerufene Herausforderungen lösen müssen, kann eine smarte IVR (Interactive Voice Response) ein unschätzbare Verbündeter werden.

Anrufer werden mit einer personalisierten Nachricht begrüßt, ihre Fragen erkannt und diese entsprechend ohne weitere Eskalation gelöst. IVR-Systeme können dazu beitragen zunehmende Betrugsfälle einzudämmen, indem sie überlastete Serviceteams von der Bürde der Kundenauthentifizierung befreien. Zudem können sie Kunden mittels einer einfachen Textnachricht auf digitale Kanäle umleiten, um einen schnelleren Service zu bieten.

Derartige IVRs sind dennoch längst nicht die Norm. Unsere Daten zeigen, dass zu Jahresbeginn nur sehr wenige IVR-Systeme über diese intelligenten Fähigkeiten verfügten. Im Allgemeinen waren die IVRs nicht darauf vorbereitet, strategisch angemessen auf die rasanten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umbrüche zu reagieren.

Umfrage zum Status der IVRs

Über 160 Unternehmen aus aller Welt haben an einer Online-Umfrage teilgenommen, um den Leistungsstand ihrer IVR zu beurteilen.

In diesem Bericht erfahren Sie mehr über den Zustand der IVR-Systeme weltweit – bevor sie wie so viele Contact Center von der neuen Realität erfasst wurden.

Grundlegende Erkenntnis:

Nur sehr wenige IVRs waren darauf vorbereitet, strategisch angemessen auf die rasanten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umbrüche zu reagieren.

Teilnehmer

- Über 160 Organisationen

Berufsbezeichnungen

- Customer-Experience-Direktoren/VPs
- CTOs, CIOs, und COOs
- Contact Center Manager
- Enterprise Architects
- Entwickler
- Andere

Standorte

- Über 25 Länder weltweit (exkl. China und Japan)

Branchen

- Bildungswesen
- Finanzwesen
- Gastgewerbe
- Gesundheitswesen
- Handel
- Medien
- Produktion
- Regierungsbehörden
- Technologie
- Telekommunikation
- Transportwesen
- Versicherungen

Wir zeigen auch, wie derartige Störungen als Katalysator für die Evolution der IVR dienen können, und erzählen die Geschichten von Organisationen, die ihre Sprachkanäle schnell angepasst haben, um so den beispiellosen Herausforderungen zu begegnen.

Unsere Erkenntnisse decken fünf Kernbereiche ab:

- Kunden und deren Anliegen erkennen
- Begrüßungen personalisieren
- Kunden authentifizieren
- Kunden zum besten Kanal weiterleiten
- Anpassung an neue Bedürfnisse und Anforderungen

Kunden und deren Anliegen erkennen

In unruhigen Zeiten ist es wichtiger denn je, Anrufer zu identifizieren und deren Gründe für die Kontaktaufnahme zu erkennen.

Dies ermöglicht es Kundenbedürfnisse auf intelligente und effiziente Weise zu erfüllen, Wartezeiten der Kunden zu minimieren und potenziell reduzierte Serviceteams bestmöglich einzusetzen.

Wer ruft an

Anfang 2020 nutzen die meisten der teilnehmenden Unternehmen lediglich einen einfachen Abgleich mit der automatischen Nummernerkennung (Automatic Number Identification, ANI), und rund ein Viertel der Teilnehmer (28 %) integrierte Daten aus deren Kundenprogrammen.

1
von
3

Organisationen weltweit hatte zu Jahresbeginn 2020 keine Möglichkeit, Anrufer zu identifizieren.

Anliegen analysieren

Der Anruferidentifizierung hatten sich die meisten Unternehmen zwar bereits angenommen, ganz anders sah es aber bei der Analyse der Anruferintention aus.

Bitte wählen Sie die Aussage, die am besten veranschaulicht, wie Ihre Organisation Daten oder Analysen verwendet, um vorherzusagen, warum jemand anruft.

61%

Wir verwenden keine Daten, um die Gründe für einen Anruf vorherzusagen.

29%

Wir geben den Agenten Empfehlungen, die auf Erkenntnissen aus früheren Interaktionen basieren.

10%

Wir verwenden Daten, um vorherzusagen, warum jemand anruft, und passen die IVR-Menüs entsprechend an.

Lediglich 39 % der befragten Unternehmen außerhalb der USA nutzten bereits Daten zur Vorhersage der Anruferintention – und sogar nur 30 % aller Organisationen in Nordamerika.

Weltweit personalisierte nur jedes zehnte Unternehmen die IVR-Menüs auf der Grundlage der Bedürfnisse ihrer Anrufer.

Nur 1
von
10

Organisationen nutzte zu Jahresbeginn 2020 personalisierte IVR-Menüs auf Grundlage der Anruferintention.

Begrüßungen personalisieren

Die namentliche Begrüßung Ihrer Kunden ist eine einfache, aber wirkungsvolle Möglichkeit, ihre Bedeutsamkeit für Ihr Unternehmen auszudrücken, was auch immer gerade in der Welt geschieht.

Noch wirkungsvoller ist es, bei der Begrüßung Bezug zu deren jüngsten Kontobewegungen zu nehmen, sodass Sie die Lösungsoptionen auf Ihre Kunden zuschneiden und schneller auf ihre Bedürfnisse eingehen können.

Vier von fünf nordamerikanischen Unternehmen gaben an, gar keine oder nur eine sehr begrenzte Personalisierung von IVR-Begrüßungen vorzunehmen, während weniger als eine von zwanzig Organisationen eine umfangreiche Personalisierung vornahm.

Im Rest der Welt war die Personalisierung auf Grundlage der Telefonnummer eines Anrufers mehr als doppelt so häufig. Trotzdem verblieben die Organisationen, die überhaupt personalisierten, in der Minderheit.

1
von
4

Unternehmen weltweit nutzte eine IVR, die Anrufer mit ihrem Namen begrüßte.

Personalisierte Begrüßung basierend auf proaktiver Kommunikation

In Zeiten, in denen "Business as usual" zum Erliegen kommt, müssen Unternehmen oft proaktiv mit den Kunden kommunizieren – sei es, um über geänderte Servicezeiten zu informieren, die Möglichkeit eines Zahlungsaufschubs anzubieten oder ganz einfach um Vertrauen zu stärken.

Ein intelligentes IVR-System, das fest in die Text- oder E-Mail-Kommunikation integriert ist, kann die Anruferintention effektiver analysieren und die Ansagen auf den Kunden personalisieren.

Wie angesichts der allgemein gering genutzten Begrüßungspersonalisierung bereits zu erwarten war, wurden solche Technologien zu Jahresbeginn selten eingesetzt.

Wie gut ist Ihre proaktive Kommunikation in Ihr Inbound-IVR-System integriert?

73%

Wir haben keine Möglichkeiten für proaktives Engagement und dessen Integration.

24%

Partielle Integration – Mitarbeiter wissen, dass der Anrufer eine Benachrichtigung erhalten hat.

2%

Tiefgehende Integration – die IVR weiß, dass der Anrufer kürzlich eine Text- oder E-Mail-Benachrichtigung erhalten hat und personalisiert die Begrüßung entsprechend.*

*Prozentsätze summieren sich aufgrund von Rundungen auf 99 %.

1
von
4

Unternehmen weltweit hat zumindest eine partielle Integration zwischen ihrer proaktiven Kommunikation und ihrem Inbound-IVR-System.

Kunden authentifizieren

PINs und Passwörter sind die traditionelle Form der Authentifizierung – aber sie sind schnell vergessen oder gehackt. In unruhigen Zeiten blühen Betrüger auf, indem sie die Ängste der Öffentlichkeit ausnutzen und überlastete und unbeaufsichtigte Serviceteams attackieren. Intelligente IVRs können auf zwei Wegen helfen, dieses erhöhte Betrugsrisiko zu bekämpfen.

Erstens können sie den Servicemitarbeitern die Last der Kundenauthentifizierung abnehmen, indem sie die Kunden bereits im Vorfeld verifizieren. Zweitens können sie durch die Nutzung von Stimmbiometrie gewährleisten, dass die Kunden persönlich identifizierbare Informationen (PII) nicht über das Telefon wiederholen müssen – was die Möglichkeiten eines PII- und ID-Diebstahls minimiert.

Laut den uns vorliegenden Daten sind Länder außerhalb Nordamerikas bei der Authentifizierung einen Schritt voraus: 55 % der Unternehmen authentifizieren ihre Kunden innerhalb ihrer IVRs. Gleichzeitig ist anzumerken, dass nordamerikanische Unternehmen doppelt so häufig Stimmbiometrie in der IVR einsetzen.

Fast jede
2 Organisation weltweit authentifiziert Anrufer per IVR.

Nur
7% schützen sich und ihre Kunden mit In-IVR-Stimmbiometrie.

Kunden zum besten Kanal weiterleiten

Wenn Kunden dringend Informationen benötigen, greifen sie immer noch instinktiv zum Telefon. In Zeiten sozialer und wirtschaftlicher Disruption kann dies zu einem extremen Anrufvolumen führen, gerade bei solchen Unternehmen, von denen Kunden abhängig sind, wie Banken, Telekommunikation oder Versicherungen.

Zu Erkennen welche Anrufer auf digitalen Kanälen besser bedient werden können, diese dann schnell und reibungslos umzuleiten, ist von entscheidender Bedeutung, um ein positives Kunden- und Mitarbeitererlebnis zu gewährleisten – insbesondere, wenn die Kapazitäten Ihres Serviceteams reduziert sind.

Kunden in die digitale Welt umleiten

Anfang 2020 waren bereits nahtlose Übergangsprozesse von Sprach- zur Digitalkanal im Einsatz, doch nur vereinzelt.

Nicht einmal
6% der Unternehmen weltweit verfügten über eine IVR, mit der Anrufer auf digitale Kanäle umgeleitet werden können.

Anpassung an neue Bedürfnisse und Anforderungen

Bei Störungen jeglicher Art stellen Contact Center oft fest, dass ihre Kunden, plötzlich andere Bedürfnisse und neue Fragen haben.

Zudem kann sich das Anrufmuster dramatisch verändern, mit enormen Spitzen oder Rekordtiefs – je nachdem, wie sich die Störung auf die jeweilige Branche auswirkt.

In all diesen Fällen ist eine flexible, skalierbare IVR ein entscheidender Vorteil. Vor allem dann, wenn sie von einem Anbieter gehandhabt wird, der über die Ressourcen und das nötige Fachwissen verfügt, um das System schnell an geänderte Kundenanfragen anzupassen.

Flexibilität der Erfahrung

Anfang des Jahres 2020 war Tonwahl bzw. DTMF (Dual Tone Multiple Frequency) in Nordamerika noch immer Standard in IVR-Systemen. 34 % der teilnehmenden Unternehmen kombinierten DTMF mit grundlegenden Spracherkennungsfunktionen, nur 14 % gingen gänzlich neue Wege, um ihren Kunden mit KI und Natural Language Processing ein umfassenderes Gesprächserlebnis zu bieten.

In allen anderen Ländern zeigt sich eine ausgeprägte Kluft, so setzen z.B. nur 8 % eine Mischung aus DTMF und Spracherkennung ein.

Welche Aussage beschreibt Ihr aktuelles IVR-System am besten?

78% Tonwahlverfahren (DTMF)

8% Eine Mischung aus DTMF und einfacher Sprachsteuerung (Anrufer können immer nur ein Wort sprechen).

14% Vollständig konversationsfähig (alle Anwendungen mit natürlicher Sprache steuerbar)

Angesichts dieser starken Abhängigkeit von der DTMF-Technologie überrascht es nicht, dass 7 von 10 Unternehmen Anrufer entlang festgelegter Pfade leiten, statt offene Wahlmöglichkeiten anzubieten oder ihnen zu erlauben, ihre Bedürfnisse mit eigenen Worten auszudrücken.

7
von
10

Unternehmen weltweit fordern die Anrufer auf, aus vorgefertigten Menüoptionen zu wählen und festgelegten Pfaden zu folgen.

Einfache Bereitstellung

In Bezug auf die Einführung von Cloud-gestützten IVRs haben US-Unternehmen eine Vorreiterrolle übernommen. Anfang 2020 gaben 40 % an, über Cloud- oder Hybrid-Cloud-IVRs zu verfügen, verglichen mit 20 % außerhalb der USA.

6
von
10

Organisationen weltweit verwalteten ihre eigenen IVRs vor Ort.

Der Blick nach vorn: IVR-Entwicklung im Wandel der Zeit

In den vergangenen sechs Monaten haben wir unzählige Beispiele gesehen, in denen Unternehmen ihr IVR-System in schwierigen Zeiten an die Bedürfnisse ihrer Kunden – und ihres Unternehmens – angepasst haben.

BEISPIEL 1 – Anpassung an höhere Anrufvolumen

Ein Finanzdienstleister verzeichnete ein Rekordvolumen an Anrufen, als sich Kunden mit Fragen zu Hypothekenzahlungen und Versicherungsprämien an ihn wandten.

Bereits einige Jahre vorher hatte das Unternehmen die Notwendigkeit erkannt eingehende Anrufvolumen über Zeiträume mit hohem und niedrigem Anrufaufkommen auszugleichen. Das Unternehmen arbeitete mit

seinem IVR-Anbieter zusammen, um Anrufern in der Warteschleife die Möglichkeit zu bieten, zu einem festgelegten späteren Zeitpunkt kontaktiert zu werden, sobald ein Mitarbeiter verfügbar wird.

Diese Funktion wurde bereits mehrmals erfolgreich genutzt – unter anderem während des Shutdowns der US-Bundesregierung im Jahr 2018/19. Zu Beginn der COVID-19-Pandemie 2020 wurden 5,8 Mio. Anrufminuten in nur sieben Tagen gezählt. Dank der weiterentwickelten IVR-Funktionalität konnte nun ein besseres Kundenerlebnis geboten sowie die Effizienz im Contact-Center gesteigert werden.

BEISPIEL 2 – Entlastung der Mitarbeiter

Anfang 2020 waren weniger Fahrzeuge unterwegs, wodurch ein großer Autoversicherer einen allgemeinen Rückgang des Anrufvolumens verzeichnete. Dennoch verringerten die neuen Arbeitsstrukturen der Mitarbeiter aus dem Homeoffice die Kapazität des Serviceteams so weit, dass die durchschnittlichen Anrufwarteschlangen teilweise das 100-fache ihres normalen Umfangs erreichten.

Das Unternehmen setzte sich mit seinem IVR-Anbieter in Verbindung, und umgehend erstellten sie gemeinsam eine neue IVR-Mitteilung. Nach nur zwei Arbeitstagen war die Nachricht einsetzbar, die dynamisch zu Stoßzeiten aktiviert werden kann. So können Anrufer über die voraussichtlichen Wartezeiten informiert und gleichzeitig zur Weiterleitung auf Online-Kanäle animiert werden, um rascher bedient zu werden.

BEISPIEL 3 – Unterstützung neuer Kundenfragen

In unruhigen Zeiten ändert sich nicht nur unser Leben – sondern auch unser Wortschatz.

Ein großes Finanzinstitut musste im März 2020 feststellen, dass COVID-19-bezogene Anrufe seiner Kunden von seinem IVR-System nicht effizient weitergeleitet wurden. Grund dafür war, dass die Kunden andere Fragen stellten und dabei neue Wörter verwendeten.

Das Unternehmen machte sich die Flexibilität seiner IVR-Lösungen zunutze und arbeitete mit seinem Anbieter an der raschen Aktualisierung seiner Natural-Language-Understanding-Systeme für unterschiedliche Geschäftszweige und mehrere Sprachen. In nur vier Tagen konnten acht Systeme aktualisiert werden, was die Weiterleitung der Anrufer auf geeignete Selfservice- und Mitarbeiterressourcen möglich machte.

Sprache während Disruption: Was hat sich für Sie verändert?

Zu Jahresbeginn 2020 waren die IVR-Systeme rund um den Globus noch nicht auf die Herausforderungen vorbereitet, die die sozialen und wirtschaftlichen Erschütterungen mit sich brachten. Seitdem hat sich jedoch Vieles verändert.

Für zahlreiche Unternehmen haben sich die Veränderungen als Katalysator des Wandels im Kundenservice erwiesen. Nuance hat CX-Manager und ihre Teams unter anderem dabei unterstützt, ihren IVR-Funktionsumfang auszubauen, Kanalwechsel zu vereinfachen und proaktive Kommunikation zu implementieren.

Wie dynamisch ist Ihr IVR-System? Führen Sie diesen kurzen Selbsttest anhand einiger Fragen durch. Anschließend erhalten Sie einen individuellen Bericht, in dem Ihre aktuellen Stärken sowie praktische Schritte zur Verbesserung der vorhandenen Problembereiche aufgeführt sind.

[ÜBERPRÜFEN SIE JETZT IHRE IVR](#)



Über Nuance Communications, Inc.

[Nuance Communications](#), Inc. (Nuance) ist Technologie-Pionier und Marktführer im Bereich der dialogorientierten KI und Ambient Intelligence. 90 Prozent der Krankenhäuser in den USA und 85 Prozent aller Fortune-100 Unternehmen weltweit vertrauen Nuance als Full-Service-Partner. Wir liefern intuitive Lösungen, die Menschen ermöglichen, andere zu unterstützen.