Callcenters steigen auf VoIP um

Autor(en): **[s. n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology**

Band (Jahr): **83 (2005)**

Heft 4

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-877128

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Callcenters steigen auf VoIP um

Voice over IP spielt bei Call- und Contactcenters nach einer Marktanalyse des Stuttgarter IT-Dienstleisters Nextiraone (www.nextiraone.de) eine immer grössere Rolle. Schon in diesem Jahr planen viele grössere Unternehmen und die meisten Callcenters den Umstieg von der klassischen Telefonie auf Voice over IP.

(PT) Die Callcenters sind oftmals in Ländern mit niedrigem Lohnniveau stationiert und müssen die nationalen Gespräche international weiter verbinden. Was aber bei herkömmlichen Telefonleitungen unbezahlbar wäre, erledigt ein VoIP-Gateway zu einem Bruchteil der Kosten. Dabei werden Gespräche zu einer Hotline-Nummer als Voice over IP über eine Standleitung in die Service-Abteilung in Istanbul, Dublin, Bangkok oder Bangalore geschickt. Neben preiswerten Gesprächen rund um den Globus bietet VoIP zahlreiche Zusatzmöglichkeiten, die der klassischen Telefonie bislang fehlten, darunter die Mail-Anbindung, der automatisierte Zugriff auf die Anrufer-Datenbank oder die gleichzeitige Fernwartung eines PC über das Internet.

Verschiedene Kommunikationskanäle

Auch die Auswahl des richtigen Kommunikationskanals spielt eine grössere Rolle, wenn es um die Umverteilung des Telefonvolumens zugunsten anderer Medien gehe. Nextiraone sieht hier mehrere Entwicklungen: Die Multichannel-Kommunikation soll Kunden die Wahl zwischen möglichst vielen Kommunikationswegen lassen und damit die Erreichbarkeit und die Kundenzufriedenheit erhöhen. In Multichannel Contactcenters können die Agenten an multifunktionalen Arbeitsplätzen über unterschiedliche Kommunikationskanäle mit den Endkunden kommunizieren. Per Text-Chat, Call-Back-Button oder Voice-over-IP sprechen die Agenten etwa mit den Kunden, die ihr Einkäufe Online betätigen. Per Co-Browsing kann der Agent gemeinsam mit dem Kunden surfen und ihm beratend zur Seite stehen. Soll Multichannel-Marketing effizient sein, muss es allerdings für Zielgruppen den jeweils geeigneten Kanal bereitstellen, der optimale Kontaktkosten bringt. In der Praxis werden die Möglichkeiten des Multichannel-Marketings noch nicht immer optimal genutzt. Viele Contactcenters arbeiteten lediglich zu 20 bis 35% in der Kundengewinnung, zu 50 bis 60% in der Kundenbetreuung und zu 10 bis 20% in sonstigen Kommunikationsphasen.

Optimaler Kommunikationsmix

Gemäss Nexitraone hat das Medium Telefon dabei nach wie vor den grössten Anteil am Kommunikationsmix, ist aber auch der teuerste Kanal. Der Trend geht daher dahin, ein rentableres Handling für bestimmte Aufgaben zu finden. Hier geht es immer um ein Abwägen von Kosten gegen die Möglichkeiten, den direkten Dialog mit dem Kunden etwa für Cross-Selling zu nutzen. Customer Selfcare wird bei bestimmten Aufgaben zunehmend eingesetzt, sei es bei Adressänderungen oder Tarifwechsel. «Die Kommunikations- und Vermarktungsstrategie des Auftraggebers entscheidet über den am besten geeigneten Kommunikationskanal», sagt Helmut Reisinger von Nextiraone.

«Solidus eCare», die kompakte Callcenter-Lösung für kleine Budgets. *Ericsson*

Wachstumspotenziale

Nextiraone erwartet enorme Wachstumsraten beim Einsatz von Spracherkennungssystemen in Contact- und Callcenters. «Beläuft sich der Umsatz heute auf rund 540 Mio. US-$, so ist für 2007 mit rund 1,6 Mia. US-$ zu rechnen. Nachdem Spracherkennungssysteme einige Jahre eher experimentellen Charakter als tatsächliche Bedeutung in der Anwendung hatten, gab es in den vergangenen zwei Jahren sehr positive Innovationen. Schon die durchschnittliche Rechenleistung und Ausstattung eines handelsüblichen PC reicht mittlerweile aus, um mit einer professionellen Spracherkennungs-Software akzeptable Ergebnisse zu liefern. Die Studie zeigt weiter auf, dass Spracherkennung aber nur eine Komponente einer automatisierten Sprachanwendung ist. Die aktuellen Systeme ermöglichen es, bestehende Anwendungen, die noch über Agenten in Contactcenters oder über Webschnittstellen laufen, mit reinen Sprachschnittstellen auszustatten. Typische Anwendungen von solchen Sprachportalen sind im Telefon-Banking, im Customer-Selfservice und auch bei Mobilfunkanwendungen zu finden. ■