

DIALOG



EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,



mit „Dialog“ stellen wir Ihnen unseren brandneuen Newsletter für Kunden und Geschäftspartner vor. Die erste Ausgabe berichtet über unsere Partnerschaft mit Studenten der Technischen Universität München sowie aktuelle Projekte, Trends und kommende Veranstaltungen. Darüber hinaus erfahren Sie, was sich intern bei uns getan hat: Mit der Schaffung der neuen Position „Business Development“ wollen wir den Herausforderungen am Markt begegnen und neue Geschäftspotenziale erschließen.

„Yes, we can!“ – Lassen Sie uns ein wenig an der Aufbruchstimmung teilhaben und der Rezessionslethargie hierzulande trotzen. Die CallCenterWorld als Leitmesse macht es schließlich vor und wartet mit einem neuen Ausstellerrekord auf – wenn das kein positives Signal ist!

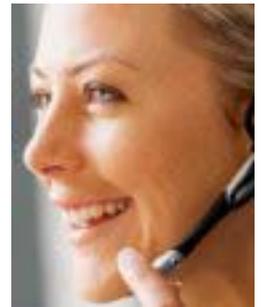
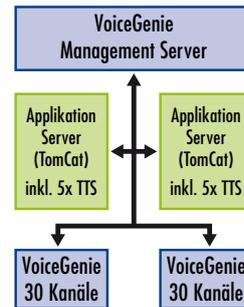
Angeregte Lektüre wünscht Ihr

Jörg Emonts
Leiter Vertrieb und Geschäftsführer

Neue Voice-Plattform für 1822direkt

Die 1822direkt Bank, eine Tochtergesellschaft der Frankfurter Sparkasse, bietet ihren Kunden neben dem Internet- auch ein Telefonportal, über das Kontostand und Umsätze abgefragt, Überweisungen getätigt oder Geheimzahlen geändert werden können. Um als moderne Direktbank auch weiterhin das starke Kundenwachstum verarbeiten zu können, ließ 1822direkt kürzlich die gesamte TK-Infrastruktur und dabei auch das IVR modernisieren. NextiraOne als Generalunternehmer hat Telenet für die Portierung und Inbetriebnahme der Sprachdialoge auf die Genesys VoiceGenie-Plattform sowie die Installation und Konfiguration der Systeme beauftragt. Die besondere Herausforderung des Projektes lag in einer extrem kurzen Projektlaufzeit.

Die Genesys VoiceGenie-Plattform basiert auf modernen Standards wie VoiceXML und Web-Technologien und ließ sich aufgrund seiner Linux-Basis nahtlos in die bestehende IT-Landschaft der Bank integrieren. Auch die Sprachapplikationen fügen sich nun problemlos in die übrige IT-Landschaft, da sie wie die übrigen Applikationen der 1822direkt javabasiert sind. Telenet leitete das Projektmanagement für die Portierung der Sprachdialoge auf das neue System. Die Anbindung an die komplexen Backendsysteme des Finanzdienstleisters sowie eine Integration in die Geschäftsabläufe sichern kundenfreundliche Gespräche mit dem Agenten. Sofort bei der Vermittlung erhält der Berater sämtliche Daten des Kunden auf seinen Bildschirm



und muss Standardfragen nicht erneut stellen. Für den Ablauf jedes Gesprächs lässt sich ein ausführlicher Bericht erstellen.

Wettbewerbsfaktor „Rund um die Uhr Service“

Für eine Direktbank ist einfache und zügige Erreichbarkeit ein grundlegender Wettbewerbsfaktor. Neben dem Internet spielt dabei das Telefon eine entscheidende Rolle. Dieser Kommunikationskanal ist vor allem für Kunden von Bedeutung, die keinen Internetanschluss besitzen oder das Telefon bevorzugen. Bei der 1822direkt können Kunden rund um die Uhr Kontostand und Umsätze abfragen, Überweisungen tätigen oder Geheimzahlen ändern. Die Dienste erfolgen automatisiert per Sprachdialog. Persönliche telefonische Beratungsgespräche werden an kompetente Kundenberater vermittelt.

Business Development – Herausforderungen der Zukunft meistern

Schon in wenigen Jahren werden IT, Telekommunikation und Anwendungen zu einer Welt verschmelzen und ein völlig neuer Markt wird entstehen. Eine Chance und Herausforderung für die Telenet – und für mich.

Seit Anfang Dezember 2008 stelle ich für die Telenet Analysen zu bestehenden und möglichen neuen Märkten, Kunden und Wettbewerbern bis hin zum Trendradar für die nächsten Jahre auf. Parallel erarbeite ich mit den Mitarbeitern des Unternehmens eine interne Aufstellung aller Stärken und Schwächen, die in der zukünftigen Ausrichtung des Unternehmens Anwendung finden werden.

Ich habe keine klassische Ausbildung zum Business Development Manager, sondern bringe eine passende Sammlung an Kenntnissen und Fertigkeiten mit, die mich für diesen Job

qualifizieren. Als langjährige Marketingleiterin und Pressesprecherin für mittelständige Unternehmen im IT-Umfeld und Produktmanagerin für ein großes Verlagshaus habe ich schon früh gelernt, über den Tellerand zu schauen und mit Kreativität und Branchenwissen neue Ansätze zu schaffen und umzusetzen.

Was mich an dieser Aufgabenstellung reizt? Insbesondere der interdisziplinäre Ansatz: Meine Erfahrungen aus dem Marketing, Public Relations, Lobbyismus und die klassischen betriebswirtschaftlichen Kenntnisse zu vereinen und auch bestehende Denkmuster in Frage stellen zu dürfen.



Anja Bonelli, Business Development Executive

INHALT

Editorial	S. 1
Einblicke	S. 1
■ NeueVoice-Plattform für 1822direkt	
■ Business Development – Herausforderungen der Zukunft meistern	
Einblicke	S. 2
■ „Multimodale Anwendungen“ – wo sich Alltag und Innovation vereinen	
Einblicke	S. 3
■ Bei Störungen im Betrieb – Anruf genügt	
Seitenblicke	S. 3
■ Woher kommt der Begriff Avatar?	
■ Blick in die Kristallkugel	
■ „Self Service“ – automatisierter Komfort	
Ausblick	S. 4
■ Telenet auf der CallCenterWorld 2009	
■ Radvision „Webinar“	
Impressum	S. 4

„Multimodale Anwendungen“ – wo sich Alltag und Innovation vereinen

Über den Tellerrand blicken – Gemeinsames Projekt von Telenet und UnternehmerTUM

Kombiniert man mehrere Kommunikationskanäle wie Sprache, Text und Bilder, spricht man von multimodalen Interaktionen. Vor allem bei mobilen Dienstleistungen erscheint der Einsatz multimodaler Anwendungen außerordentlich interessant. Der fulminante Erfolg des iPhones von Apple beispielsweise lässt einmal mehr aufhorchen, wie hoch das Interesse und die Akzeptanz an (fast) grenzenloser Mobilität von Sprache, Text und Bildern beim Endanwender ist. Wichtigstes Kriterium dabei bildet die einfache und intuitive Bedienbarkeit sowie Benutzerfreundlichkeit. Multimodale Anwendungen dienen in erster Linie dazu, dem Kunden einen Mehrwert an Service zu bieten und fungieren dadurch nicht zuletzt auch als Marketing-Tool. Die Nutzung von Sprachtechnologie gestattet dabei permanent neue Möglichkeiten. Für den Sprachdialog-Spezialisten Telenet GmbH Kommunikationssysteme ist die Auseinandersetzung mit multimodalen Anwendungen daher ein wichtiger Innovationstreiber.

Um bei der Identifikation neuer multimedialer Anwendungsfelder nicht in der Sackgasse der viel zitierten Betriebsblindheit stecken zu bleiben, entschloss sich Telenet für eine Zusammenarbeit mit der UnternehmerTUM GmbH, Zentrum für Innovation und Gründung an der TU München im Rahmen des Förderprogramms Manage&More. „Wir versprechen uns fruchtbare Anregungen und setzen gleichzeitig auf den jungen und ideenreichen Unternehmergeist der TU-Studenten“, kommentiert Jörg Emonts, Geschäftsführer und Vertriebsleiter der Telenet die Zusammenarbeit.

Manage&More – greifbare Innovationen statt Luftschlösser

Kürzlich erfolgte die Zwischenpräsentation des Manage&More Projektes in den Räumen der UnternehmerTUM in Garching bei München. Erläutert wurden 15 Ansätze aus der 77 Ideen starken Sammlung, die die interdisziplinär zusammengesetzten Projektteams binnen fünf Wochen zusammengetragen hatten. Die Vertreter von Telenet waren vor allem von der Praxisnähe der innovativen Vorschläge begeistert:

„Blickt man über den eigenen unternehmerischen Tellerrand, ergibt sich ein fulminanter Ideenpool an Möglichkeiten, wie uns das Manage&More Team eindrucksvoll aufgezeigt hat. Unter den aufgeführten Möglichkeiten finden sich Lösungen, an die wir selbst überhaupt noch nicht gedacht haben“, lobt Emonts die Arbeit des Manage&More Teams „Unsere Partnerschaft ist das beste Beispiel für die fruchtbare Zusammenarbeit zwischen Unternehmensveteranen und studentischem Nachwuchs.“



Fünf der zahlreichen vielversprechenden Ansätze werden derzeit von Studenten weiter ausgearbeitet und mit Hilfe von Prototypen/Modellen am Markt evaluiert. Der Projektabschluss ist für Ende Februar 2009 terminiert.

Ziel des Telenet-Projektes ist die Identifikation von Dienstleistungsangeboten aus dem Bereich der multimodalen Anwendungen. Dabei geht es für die Studierenden nicht in erster Linie darum „auf Teufel komm raus“ Innovationshypes zu identifizieren, sondern durch Recherche, Beobachtung, Interviews und nicht zuletzt Selbsterfahrung im Alltag in unterschiedlichsten Bereichen umsetzungs- und tragfähige Geschäftspotenziale auszumachen. Im Mittelpunkt sollen dabei realer Bedarf und Kundennutzen stehen. Ihre gesammelten Vorschläge fassten die Studenten in einem Ideenbuch für Telenet zusammen, darunter fanden sich Anwendungen wie Kommunikation auf Skipisten, interaktives Fernsehen, Parkuhr per Sprachsteuerung, mobile Einkaufshilfe, Parkplatzreservierung über Handy oder die Kinokartenbestellung einfach über das Mobiltelefon erledigen. Im Zuge des derzeit heiß diskutierten „Behördentelefon 115“ hatten die Studenten auch einen multimodalen Vorschlag zur Zeitersparnis bei Behördengängen in petto.

Spracherkennung – Schlüssel zur Multimodalität

Die Spracherkennung ist seit Jahren in diversen Branchen und Anwendungen im Einsatz, sei es bei Finanzdienstleistern, Fluggesellschaften, Logistikunternehmen

und dergleichen. Die Mensch-Maschine Interaktion lässt den Computer verstehen, was der Benutzer sagt und kann so Datenbanken in Echtzeit abfragen, um dem Benutzer schnell und effektiv Auskunft zu erteilen. Multimodal wird es dann, wenn zusätzlich Bilder transportiert oder gesprochene Nachrichten per eMail weitergeleitet werden. Damit der Nutzer das System gerne und häufig in Anspruch nimmt, bedarf es adäquater Schnittstellen, die das System intelligent und intuitiv steuern.

Abhängig davon, ob eine Lösung für die Finanzwirtschaft, für das Segment Freizeit und Unterhaltung oder als Glied in einer Prozesskette eines produzierenden Unternehmens konzipiert ist, muss auch der Ansatz gestaltet werden. Grundsätzlich gilt: Jede Anwendung ist anders, greift auf völlig verschiedenen Datenbanken zu und verfolgt unterschiedliche Service-Intentionen. „Multimodalität erfordert eine genaue Analyse der erforderlichen sprachlichen und technischen Schnittstellen. Fast alles ist möglich, dennoch ist die Umsetzung kein Kinderspiel und es empfiehlt sich in jedem Fall die Wahl eines versierten Integrationspartners, damit aus dem Mehrwert zur Kundenbindung kein Fallstrick wird“, resümiert Jörg Emonts.

So intuitiv der Mensch Sprache, Gestik und Mimik zur Kommunikation mit seinesgleichen verwendet, so umständlich ist die traditionelle Kommunikation mit dem Computer über Tastatur und Maus. Multimodalität macht das Leben buchstäblich leichter und eröffnet Unternehmen neue Horizonte in punkto Kundenservice.

Bei Störungen im Betrieb – Anruf genügt

Unternehmen mit verteilten Liegenschaften – so beispielsweise Handelsketten mit Kaufhäusern und Supermärkten oder Mineralölgesellschaften mit einem Netz von Tankstellen – müssen täglich eine Vielzahl von Störungsmeldungen bearbeiten. Oberste Prämisse dabei ist, Störungen möglichst umgehend zu beheben und deren Auswirkungen auf Betriebsabläufe zu minimieren.



Die wichtigsten Fragestellungen beim Störfallmanagement sind:

- Wer ist zu informieren und welcher Servicepartner erhält den Auftrag?
- Mit welcher Priorität und in welcher Zeit ist die Störung zu beheben?
- Wurde die vereinbarte Zeit für die Reparatur eingehalten?
- Welche Informationen sind für die Abrechnung bereitzustellen?

Ein Störfallmanagement erfasst die notwendigen Daten ohne Umweg direkt am Ort des Geschehens – und zwar in maschinengerechter Form. Und es schreibt diesen Datensatz Schritt für Schritt bis zur endgültigen Fehlerbehebung fort.

Das geht am einfachsten und kostengünstigsten per Telefon und Sprachdialog, wie das von Telenet für das Tankstellennetz von Total realisierte Störfallkonzept zeigt:

- Der Tankstellenpächter ruft gebührenfrei die 800er Servicrufnummer an, legitimiert sich und meldet die Störung im Sprachdialog.
- Es folgt automatisiert eine Auswahl des Servicepartners, der per Fax zur Störungsbeseitigung beauftragt wird, ebenfalls automatisiert.
- Der Tankstellenpächter erhält parallel das gleiche Fax und ist damit informiert, welcher Servicepartner zur Reparatur erscheinen wird.
- Nachdem die Störung beseitigt ist, quittieren nach dem Vieraugenprinzip beide per Telefon und Sprachdialog den Auftrag als erledigt.
- Der komplette Datensatz zu jedem Störfall geht an ein SAP-Backend zur weiteren kommerziellen Bearbeitung.

Kostengünstig bei hohem Servicegrad

Die Lösung basiert auf dezentral vorhandenen Telefonen für die Datenerfassung und Datenpflege. Weder online Verbindung, noch teure Infrastruktur für die jeweiligen Tankstellenfilialen sind erforderlich. Die Übermittlung des Störfalles erfolgt rein per Sprache über eine kostenfreie 0800 Rufnummer an den 7x24 Stunden erreichbaren Sprachdialog. Durch Tracking der Störungsbeseitigung lassen sich die Zeitabläufe problemlos nachvollziehen. Eine Kombination mit Web-basierter Datenerfassung über Standardbrowser (Firefox, Internet Explorer, etc.) ist optional ebenfalls möglich.

SEITENBLICKE

Gewusst? Woher kommt der Begriff Avatar?

Bekanntermaßen bezeichnet der Begriff Avatar im Voice-Umfeld virtuelle Ansprechpartner in Sprachdialogsystemen. Avatare fungieren sozusagen als Schnittstelle bei der Kommunikation mit technischen Systemen.

Das Wort Avatar leitet sich ursprünglich aus dem Sanskrit ab. Dort bedeutet Avatāra „Abstieg“. Das bezieht sich auf das Herabsteigen einer Gottheit in irdische Sphären. Der Begriff wird im Hinduismus hauptsächlich für Inkarnationen Vishnus verwendet.

Blick in die Kristallkugel

Im Jahr 2020 werden Menschen größtenteils mit mobilen Endgerätegeräten auf das Internet zugreifen, lautet die Prognose des US-amerikanischen Forschungsinstitutes Pew Internet & American Life Project anlässlich einer zusammen mit der Elon University durchgeführten Studie zur Zukunft des Internets.

Für die Studie befragte das Institut insgesamt 1.196 Personen, die sehr versiert im Umgang mit der Nutzung des Internets sind. Als wichtigen Trend der kommenden Jahre sehen die befragten Experten unter anderem eine Zunahme zur Tastatur alternativer Eingabemöglichkeiten wie die Spracherkennung.

Self Service – automatisierter Komfort

Online, telefonisch oder lieber „live“ einkaufen oder den Kontostand abfragen? Die Mischung macht's – je nach Anliegen priorisiert der Endverbraucher anders. Dies ergab auch eine Studie, die der ITK-Hersteller Fujitsu zum Thema „Self Service“ vor Kurzem europaweit durchgeführt hat. Danach erwartet der Kunde durchaus, dass sein Dienstleister oder Händler Self Service anbietet. Und er hat dabei den Anspruch, dass die Self-Service-Technologie einfach und bequem zu bedienen ist. Ist dies nicht der Fall, folgen eher Frust als Lust auf ein wiederholtes Einkaufserlebnis.

Die Fujitsu-Studie belegt einmal mehr, dass Self Services mittlerweile große Bedeutung haben und generell positiv gesehen werden. Konsumenten schätzen die Geschwindigkeit, den Komfort und die Flexibilität, die sich für sie durch Self Service eröffnet, indem sie die Verkaufskanäle wählen können, die sich für sie je nach Situation am besten eignen.

Zögerten die Befragten bei der Nutzung von Self Service, dann meist aufgrund von Bedenken bezüglich der Sicherheit ihrer persönlichen Daten und ihrer Abneigung, die gleichen Informationen mehrfach eingeben zu müssen.

Der Faktor Mensch bleibt aber weiterhin wichtiger Bestandteil eines ganzheitlichen Vertriebskonzeptes. So gab eine deutliche Mehrheit der in der Studie Befragten den Wunsch nach einem persönlichen Ansprechpartner an, der beispielsweise bei Problemen weiterhilft.

Diese und zahlreiche weitere Studien sind sich einig: Konsumenten erwarten das gleiche Einkaufserlebnis unabhängig davon, welchen Vertriebskanal sie wählen. Die Vielzahl der Vertriebskanäle stellt nicht nur den Kunden vor die Qual der Wahl, sondern birgt eine enorme Herausforderung für Unternehmen in Handel und Dienstleistung: Sie müssen durchweg in allen Vertriebskanälen für ein stringent positives Kundenerlebnis sorgen. Denn wer sich per Telefon durch einen schlechten Sprachdialog kämpfen muss, dem ist es schließlich egal, ob das online Portal desselben Unternehmens „Top State of the Art“ ist. Er wird aller Voraussicht nach das nächste Mal woanders shoppen ...

Telenet auf der CallCenterWorld 2009 17. bis 19. Februar, Estrel Convention Center, Berlin

Stand 2A14: Optimaler Kundenservice und geringere Kosten durch Self Service

Sprachautomation und Qualitätssicherung von Contact Centern mittels Testlösungen und maßgeschneiderten Dienstleistungen stehen im Mittelpunkt der diesjährigen CallCenterWorld Messepräsenz von Telenet GmbH Kommunikationssysteme (Stand 2A14). Kundenzufriedenheit bei gleichzeitigen Kosteneinsparungen durch einen höheren Grad an Automatisierung versprechen die Schlagworte „Voice Self Service“ und „Managed Service“. Wie sich solche Dienstleistungen optimal in die Praxis umsetzen lassen, präsentiert Telenet auf der CallCenterWorld 2009 anhand von Beispielen aus unterschiedlichen Anwendungsbereichen.

Innovative und kundenfreundliche Sprachdialoglösungen für die Finanzbranche zeigt Telenet mit dem Referenzbeispiel der Direktbank 1822direkt. Unter dem Aspekt „Störfallmanagement per Telefon“ erläutert Telenet, wie sich Störfälle einfach und kostengünstig per Sprachdialog verwalten lassen.

Dass Sprachapplikationen auch für kleine und mittelständische Unternehmen erschwinglich sind, dafür sorgt die „Automatisierte Kundenbefragung“ mittels Voice Web Portal (VWP), eine leistungsfähige Plattform zur Realisierung anspruchsvoller Sprachdienste „für Jedermann“. Kostspielige Investitionen zum Aufbau einer eigenen Infrastruktur sind nicht erforderlich. Stichwörter für die Spracherkennung und Dialoge sind individuell und einfach konfigurierbar.

Wie die Stimme zum Schlüssel der Authentifizierung am Telefon wird, zeigt Telenet mit Voicident, einem System zur biometrischen Stimmerkennung. Es lässt



sich einfach in bestehende Call-Center-Lösungen integrieren und ist vom Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik in seiner Zuverlässigkeit bestätigt worden. Weitere Demo-Beispiele erwarten den Messebesucher auf dem Telenet-Stand unter anderem zum Thema „Kundenbindung durch Voice & Web Marketing“ sowie eine „Bürgertelefon-115-Anwendung“ bei der Hochwasserzentrale Sachsen-Anhalt.

Im Geschäftsbereich Testsysteme präsentiert Telenet als Distributor, Projektpartner und Systemintegrator für die Test-Produkte der Unternehmen Empirix und Radvision „Geprüfte Sicherheit“ auf der CallCenterWorld. Im Mittelpunkt der Live-Demonstrationen stehen Anrufersimulation, Agentensimulation und Monitorlösungen.

Radvision „Webinar“: Testlösungen ermöglichen objektive und subjektive Bewertungsoptionen von Video- und Voice-Qualität

Neben den bereits am Markt etablierten Möglichkeiten der Qualitätsbewertung von Voice und Video über MOS-Werte (Mean Opinion Score) bietet Radvision mit seinen



Testlösungen von Radvision decken Mängel bei der Video- und Voicequalität auf.

Testlösungen ProLab Test Suite und eVident eine neue Methode, die Videoübertragung sowohl objektiv über MOS-Werte als auch in Kombination mit subjektiver Erfahrung zu beurteilen. Probleme im Betrieb lassen sich in Echtzeit diagnostizieren und analysieren. Zudem wird die Netzwerkqualität ständig überwacht.

Details zu Technologie und Einsatzmöglichkeiten der Produkte erläutert Eli Cohen, Product Manager bei Radvision in einem online Webinar am XX.XX.2009. Das Webinar richtet sich an Systemintegratoren, technische Einkäufer und Entscheider.

Für Ihre Zugangsdaten zum Webinar wenden Sie sich bitte an

Herrn Markus Kesting:
m.kesting@telenet.de

Herrn Ingo Weber:
i.weber@telenet.de

IMPRESSUM

Herausgeber Telenet GmbH Kommunikationssysteme
Marsstraße 33, 80335 München
Telefon: +49 (0) 89 36073-0
Fax: +49 (0) 89 36073-125
E-Mail: info@telenet.de
www.telenet.de

Redaktion Karin Zühlke, Fachjournalistin
PR Kontakt Anja Bonelli, a.bonelli@telenet.de