

Einfach und Effektiv: Der Einsatz flexibler Sprachanalyse im Contact Center



Whitepaper

1 Einleitung

Contact Center setzen Sprachanalyse erfolgreich dazu ein, vermeidbare Anrufe zu reduzieren, die Self-Service-Möglichkeiten zu verbessern, die Einhaltung von Verträgen und Verordnungen zu gewährleisten, den Umsatz zu steigern und gezielt die Ausbildung des Personals zu verbessern.

Die Vorstellung, dass ein Sprachanalyse-Werkzeug zu teuer für die meisten Contact Center ist, oder dass Sprachanalyse ohne den Aufbau einer massiven Infrastruktur nicht sinnvoll wäre, ist nicht mehr richtig.

Sprachanalyse hat sich zu einem praktikablen Werkzeug für alle bis auf die kleinsten Contact Center entwickelt. Contact Center können vor allem in drei verschiedenen Bereichen sehr gute Ergebnisse durch den Einsatz von Sprachanalyse erzielen: zur Klassifizierung von Kundenanfragen, als Werkzeug für die Untersuchung von bestehenden Möglichkeiten und für die automatisierte Überwachung des Anrufaufkommens.

Dieses Papier zeigt auf, wie Sprachanalyse in Contact Centern in einer kosten-effektiven Weise eingesetzt werden können, um wertvolles Wissen darüber aufzubauen, was in der eigenen Organisation und darüber hinaus vorgeht.

2 Wesentliche Elemente des Erfolgs

Eine erfolgreiche IT-Implementierung beinhaltet:

- Ein klares Ziel,
- Die richtige Technologie,
- Die richtigen Leute,
- Die richtigen Prozesse und
- Einen Weg, um die Fortschritte und den Erfolg zu messen.

3 Ein klares Ziel

Die Möglichkeit durch Sprachanalyse jedes Telefongespräch automatisch auf dessen Inhalt zu prüfen ist enorm mächtig. Contact Center können dadurch vermeidbare Anrufe reduzieren, Self-Service-Angebote verbessern, die Einhaltung rechtlicher Vorschriften sicherstellen, Möglichkeiten zur Umsatzsteigerung identifizieren und die Zielorientierung in der Ausbildung des Personals verbessern.

Doch mit so vielen möglichen Vorteilen ist es leicht den Fokus aus den Augen zu verlieren und am Ende die verfolgten Ziele zu verfehlen. Um diese Gefahr zu vermeiden, sollte ein Sprachanalyseprojekt von Anfang an mit klar definierten Zielen starten. Diese Ziele können später erweitert werden, sofern jedes einzelne davon erreicht wurde, und die Erfahrung mit der Zeit gewachsen ist. Die Versuchung, ein Projekt von Anfang an mit zu vielen Zielen zu überladen, muss vermieden werden.

Was kann ein Contact Center durch den Einsatz einer solchen neuen und leistungsfähigen Technologie erwarten?

Ausgangspunkt: Sie sollten ein Sprachanalyse-Projekt mit der *Bedarfsanalyse* beginnen, indem Sie die Gründe für 90-95% aller Anrufe klassifizieren. Die Bedarfsanalyse klingt zunächst nach einer elementaren Aufgabe, aber es ist erstaunlich, welche Möglichkeiten sich eröffnen, wenn diese „Übung“ richtig ausgeführt wird.

Warum 90 bis 95-Prozent der Gespräche? Ein Analyst erstellt Gesprächskategorien anhand in den Anrufen zu erwartender Wörter und Sätze. Der Klassifizierungs-Prozentsatz bestimmt letztendlich, ob der Analyst wirklich die relevanten Suchbegriffe verwendet hat, um die Anrufe richtig zu kategorisieren.

Ein kleiner Prozentsatz der Anrufe wird in keine spezifische Kategorie passen, aber dieser Wert sollte die 5-Prozent-Marke nicht überschreiten. Wenn das Volumen der nicht klassifizierten Anrufe zu groß ist oder zu wachsen beginnt, muss der Analyst die Datenbank erneut untersuchen, und die Suchterme aktualisieren, um zu sehen, welche neuen Themen diskutiert werden.

Nächste Frage: Es ist oft erstaunlich zu erfahren, warum Kunden anrufen. Manager wissen vielleicht, dass die meisten Anrufe zum Thema „technischer Support“ in der IVR eingehen, aber wie viel wertvoller wäre es zu erkennen, dass 50 Prozent der Anrufe beim technischen Support sich auf das Thema "Passwort zurücksetzen" beziehen? Was ist wenn sich heraus stellt, dass 90 Prozent der "Passwort zurücksetzen"-Anfragen gestellt werden, nachdem der Kunde bereits versucht hat, dies über die Webseite zu tun?

Webseiten-Administratoren können diese Informationen nutzen, um die Kundenzufriedenheit zu verbessern und die Arbeitsbelastung im Contact Center zu reduzieren.

Sobald ein klare "Karte" der Kundenanfragen gezeichnet wurde, könnte folgende Frage aufkommen:

"Im Bereich der Kundenanfragen: Wie viele der Anrufe sind Service-Anfragen, die am besten im Contact Center behandelt werden, wie viele Anrufe würde sowohl der Kunde, also auch wir lieber vermeiden? Und wie viele Anrufe könnten auf unsere Self-Service-Plattform verschoben werden?"

Diese sehr einfachen Fragen sind der Ausgangspunkt für einen signifikanten *Return on Investment*.

4 Die richtige Technologie

Die Sprachanalysetechnologie kann grob in drei Arten eingeteilt werden: Keyword Spotting (KWS), phonetisch-basierte Analyse (PBA) und transkriptions-basierte Analyse (TBA).

Um mehr über die zugrunde liegenden Technologien zu erfahren, lesen Sie bitte das ASC Whitepaper, das die verschiedenen Ansätze im Detail beschreibt:

http://www.asctelecomuk.com/english/WP_Speech-Analytics_order.html

Sowohl KWS als auch PBA verarbeiten Sprachaufnahmen durch die Einteilung der Sprache in Phoneme. Zwar gibt es einige Unterschiede zwischen KWS und PBA, jedoch bieten beide schnelle und flexible Sprachanalyse, basierend auf der phonetischen Analyse von einzelnen Wörtern oder Phrasen.

Vorteile: Sehr schnell – kann in Echtzeit genutzt werden, um Thematiken während eines Gesprächs ohne viel Rechenleistung zu markieren. Anrufe können sehr schnell nach Wörtern und Phrasen durchsucht werden. PBA ist nicht von der gegebenen Sprache abhängig. Die Umsetzung und Pflege ist relativ einfach im Vergleich zu Technologien, die auf komplexen Wörterbüchern basieren.

Nachteile: Den Analysten wird nicht automatisch eine Transkription oder „Wortwolke“ der Konversation angezeigt, um auf bisher unbekannte Anhaltspunkte hingewiesen zu werden. Stattdessen muss der Analyst Suchbegriffe im Voraus kennen. Der Kontext der Worte wird nicht berücksichtigt.

Transkriptions-basierte Analyse (TBA) wandelt mit massiver Rechenleistung und großen Referenzwörterbüchern Sprache in Text um, so dass im Vergleich zum Erkennen von einzelnen bekannten Schlüsselwörtern auch neue Wörter, Phrasen und Bedeutungen erkannt werden können.

Vorteile: TBA erstellt automatisch eine Textversion des Anrufs, welche unbegrenzte Textsuchen ermöglicht. Das ist ein leistungsfähiges Werkzeug auf der Suche nach der Ursache von Problemen. Der Kontext der Worte kann berücksichtigt werden um falsche Positive zu vermeiden.

Die Textversion eines Anrufs ermöglicht außerdem die Datenverarbeitung mit anderen Techniken, wie Data Mining. TBA können die Analysten auch automatisch alarmieren, um auf neue Themen für die Trendanalyse aufmerksam zu machen.

Nachteile: TBA erfordert eine erhebliche Verarbeitungsleistung, so dass eine erhebliche Investition in Technologie und Hardware erforderlich ist. Es erfordert auch erhebliche Mühen das System zu "trainieren" und die hinterlegten Wörterbücher zu pflegen. Ein Wörterbuch wird für jede Sprache benötigt, die verarbeitet werden soll.

ASC bietet alle Arten von Sprachanalyse-Technologien an, je nach den Bedürfnissen des Kunden. Auf den folgenden Seiten konzentriert sich dieses Papier auf die flexiblen phonetisch-basierten Ansätze.

Aber wo soll der Analytiker starten, ohne die Transkriptionen, die ihm sagt, welche Worte vom Anrufer benutzt werden? In einer Geschäftsumgebung wie einem Contact Center, wo eine Vielzahl von Informationen über das Kundenverhalten bereits vorhanden ist, ist es am einfachsten, wenn Sie einfach die Leute fragen, die mit den Kunden im Gespräch sind – die Agenten. Die Kosten- und Geschwindigkeitsvorteile von phonetisch-basierten Ansätzen überwiegen diese anfänglichen Hürden später um ein Vielfaches.

Wie man eine Analyse am besten angeht, wird im Abschnitt "Der richtige Prozess" des Whitepapers diskutiert werden.

5 Die richtigen Leute

Sprachanalyse ist ein Werkzeug, das ähnlich der Tabellenkalkulation jemanden braucht, der es richtig anwenden kann. Jemand muss in der Lage sein es zu benutzen und jemand muss mit den Informationen, die erzeugt werden, umgehen können.

Überwachungsmodus: Sprachanalyse überwacht Anrufe effektiv und erfasst Anrufvolumen in vordefinierten Kategorien. Es hilft somit, Spitzen in verschiedenen Anrufrkategorien automatisch zu erkennen und entsprechend zu reagieren. Außerdem kann erkannt werden, wenn nicht klassifizierte Anrufe zunehmen: ein Indikator dafür, dass neue Trend-Themen diskutiert werden. Auch die Auswirkungen betrieblicher Veränderungen werden messbar: *"Jetzt, da der Fehler auf der Webseite behoben wurde, hat sich die Zahl der Anrufe zum "Zurücksetzen von Kennwörtern" reduziert?"*.

In dieser Überwachungsrolle braucht das Sprachanalyse-Tool nicht mehr, als eine periodische Kontrolle und Administration, während Vorgesetzte und Führungskräfte jederzeit aktuelle Berichte verwenden können.

Untersuchungen: Was passiert, wenn ein Anstieg der Anrufe erkannt wird? Wenn die Zahl der nicht klassifizierten Anrufe plötzlich steigt? Wenn ein Manager Antworten auf eine bestimmte Frage verlangt?

Recherchen zu spezifischen Fragestellungen können schnell ein paar Stunden Arbeit bedeuten.

Kleinere Organisationen haben oft schwer damit zu kämpfen jemanden zu finden, der genug Zeit für die Untersuchung und die Klassifizierung von Anrufen hat, vor allem, um die Ursache von Problemen zu erkennen.

Wenn Ihr Contact Center das Glück hat solche Menschen zu beschäftigen, dann halten Sie sie fest!

Wenn nicht, dann gibt es einige Anbieter und Beratern, die gerne ihren Beitrag zu Ihrem Vorhaben leisten.

Das Finden der richtigen Mitarbeiter ist ein wesentlicher Bestandteil des erfolgreichen Einsatz von Sprachanalyse – oder jeder anderen Informationstechnologie dieser Art.

6 Der richtige Prozess

Das Entwerfen eines Prozess ist so einfach wie das Stellen einiger einfacher Fragen: Was versuchen wir zu erreichen? Wie funktioniert das Ganze? Wer macht was? Was machen wir mit den Informationen?

Mit klaren Zielen, der richtigen Technologie und den richtigen Leuten an der Hand können diese Fragen ziemlich schnell beantwortet werden. Behutsamer sollte über den speziellen Einsatz eines Sprachanalyse-Werkzeugs in Ihrer Umgebung nachgedacht werden.

Das folgende Beispiel demonstriert die Verwendung von Sprachanalyse, mit dem Ziel die Kundenanforderung zu verstehen.

Zu Beginn: Wie bereits erwähnt bietet die Phonetik-basierte Analyse keine Verschriftung oder Wort-Wolken zur Analyse. Stattdessen muss der Analyst einen Ausgangspunkt finden. Hier sind drei Möglichkeiten, wie dies geschehen kann:

Eine Frage wird gestellt. Eine Frage kann zum Beispiel von einem Anstieg des Gesprächsvolumens herrühren, einer Änderung in der Kundenanforderung oder aus einer Frage von einem Vorgesetzten oder Manager. Jedes dieser Ereignisse stellt einen Ausgangspunkt für die weitere Analyse dar.

Anrufe anhören. Damit konfrontiert ohne einen wirklichen Ausgangspunkt 20.000 Anrufe zu analysieren, kann der Analyst nicht viel mehr tun, als einige Anrufe anzuhören, sich Notizen zu machen und die Anrufe auf Basis dessen zu klassifizieren. Dieser Prozess kann sehr zeitaufwändig sein, aber für Analysten mit minimalen Contact-Center Erfahrungen oder für Sprachanalyse-Neulinge funktioniert es vergleichsweise gut. Für erfahrene Anwender ist die nächste Option oft effektiver.

Vermuten wir mal. Keine reine Vermutung natürlich! Die Geschwindigkeit der Suche und der Ergebnisausgabe eines Phonetik-basierten Tools sind schnell genug, um einem Analysten zu erlauben über die Art der Anrufe Vermutungen anzustellen, diese Vermutung auf ihren Wahrheitsgehalt zu testen, Anpassungen vorzunehmen und die Thematik sehr schnell auf den Punkt zu bringen. In der gleichen Zeit müssten andere Leute hunderte Gespräche anhören, während ein talentierter und gut ausgebildeter „Rater“ in der gleichen Zeit tausende von Anrufen klassifizieren kann.

Verbessern: Die Suche nach Wörtern und Phrasen in einer Schlüsselwortliste oder in einem

phonetischen Index ist schnell, und dank Google haben viele Benutzer bereits gelernt, wie man die richtigen Suchbegriffe wählt. Ein Analyst kann den „Test-Verbessern-Test-Verbessern“-Prozess beliebig oft wiederholen. Es ist sehr nützlich das analysierte Umfeld zu kennen und ein gutes Ohr für die Umgangssprache zu haben. Dieser Schritt beinhaltet auch das Anhören von identifizierten Anrufen, um sich ein Bild von den verschiedenen Arten zu machen, wie unterschiedliche Kunden ein und dieselbe Sache umschreiben.

Check #1 – Unklassifizierte Anrufe: Sobald eine Anruf-Klassifizierung erfolgt, sollten Sie das Verhältnis der klassifizierten und nicht-klassifizierten Gespräche überprüfen, um festzustellen, ob Sie die meisten Themen weitgehend abgedeckt haben. Wenn zum Beispiel 30 Prozent der Anrufe in einer Gruppe nicht klassifiziert sind, dann stimmen die gewählten Suchbegriffe oft nicht mit den Worten in den Anrufen überein und andere Kategorien müssen gefunden werden.

Check #2 – Falsch-positive Ergebnisse: Sobald Sie glauben, dass eine Gruppe richtig klassifiziert wurde, sollten Sie nach "falschen Positiven" Ausschau halten, also nach Suchworten, die zwar im Gespräch auftauchen, aber im falschen Kontext. Mit den phonetisch-basierten Ansätzen sind aufgrund des fehlenden Kontexts falsche Positive unvermeidlich, aber deren Einfluss kann in der Regel minimiert werden. Das Überprüfen einer Klasse von Anrufen, um die falschen Positiven quantifizieren zu können, erfordert das Anhören einer repräsentativen Stichprobe und das Zählen von Treffern und Fehlschüssen. Zum Glück markiert das Sprachanalyse-Tool die Lage von Wörtern und Phrasen in jedem Gespräch, so dass keine ganzen Gespräche angehört werden müssen. Dies ist ein wichtiger Teil des Prozesses.

Sprachanalyse, wie in diesem flexiblen Ansatz beschrieben, bietet nützliche Informationen durch das Zählen von Anrufen, die in bestimmte Kategorien fallen. Danach kann die Kundenerfahrung verbessert werden, Kosten können gesenkt oder Einnahmen erhöht werden, im dem mit der guten alten menschlichen Intelligenz genau ermittelt wird, warum so viele Anrufe ausgerechnet in eine bestimmte Kategorie fallen und was dagegen getan werden kann. Der nächste Schritt in unserem Prozess beinhaltet also die Untersuchung.

Untersuchung: Sobald Analysten eine große Anzahl von Anrufen über ein bestimmtes Thema gefunden haben, müssen sie dem auf den Grund gehen. Hier kann die Sprachanalyse-Suchfunktion helfen, eine Theorie schnell zu beweisen oder zu widerlegen.

Beispiel:

- Ein Anstieg der technischen Rufnummern zeigt einen plötzlichen Anstieg der Anfragen über das "Zurücksetzen von Kennwörtern".
- Analysten fragen sich, warum die Leute nicht die automatisierte „Passwort-Reset-Funktion“ auf der Website nutzen, und sich stattdessen nach "Website, Web, Webseite und Internet" erkundigen.

- Viele der Anrufe enthalten diese Worte, so dass die Analysten ein paar davon anhören und erfahren, dass viele Menschen versucht haben die Website-Funktion zu nutzen, jedoch ohne Erfolg.
- Nun, da der Kern des Problems identifiziert wurde (und der Web-Administrator es beheben kann), dehnt der Analyst die Suche auf Anrufe der vorherigen Woche aus. An diesen kann er sehen, dass das Wachstum der Zahl der Anrufe, in denen die Worte "Passwort" und "Webseite" vorkommen am Samstagmorgen begonnen hat.
- Wahrscheinlich wurde die Webseiten-Software Freitagnacht ge-updatet.

Bonusfrage: Ein neugieriger Analytiker könnte auch prüfen, warum die Leute ihre Passwörter zum ersten Mal zurücksetzten. Ist das Niveau der Aktivität normal, oder hat das Unternehmen etwas getan, das Menschen, die normalerweise nicht sehr oft ihre Accounts nutzen, plötzlich so reagieren?

Beobachten: Sobald eine Kundenanfrage klassifiziert wurde, ist die phonetisch-basierte Sprachanalyse ein leistungsfähiges Werkzeug zur Verfolgung von Trends. Aufbauend auf dem Beispiel von oben kann die Sprachanalyse das Anrufaufkommen beim technischen Support weiter überwachen, nachdem der Web-Administrator über das Problem informiert wurde, um zu überprüfen, ob Kunden immer noch aus demselben Grund anrufen.

Sobald ein phonetisch-basierter Ansatz in alltägliche Aufgaben integriert wird, kann diese Überwachungsfunktion auf Contact-Center-Management Probleme hinweisen, bevor diese zu ernsthaften Problemen heranwachsen können.

7 Die Messung des Fortschritts & Erfolgs

Die Verwendung von Sprachanalyse zur Überwachung des Anrufverkehrs birgt eine weitere wichtige Frage für jedes Projekt: Wie misst man Fortschritte und Erfolge?

Neben der Möglichkeit für Contact Center zu untersuchen, warum die Kunden sie anrufen, hilft die Sprachanalyse auch dabei, die Auswirkungen von Veränderungen direkt zu messen, indem die Anrufe weiterhin klassifiziert und die Anrufe je Klasse gezählt werden.

Eine der wirklichen Stärken der Sprachanalyse – die einfache Möglichkeit, Gespräche automatisch zu klassifizieren und zu zählen – scheint zunächst nicht so wichtig zu sein. Aber dies tun zu können, ohne dass Leute tagelang hunderte von Konversationen anhören müssen, ist der Unterschied zwischen der Möglichkeit Veränderungen immer dann zu machen, wenn sie nötig sind, und diese niemals zu machen.

Der Unterschied liegt darin, ob man sich auf die Meinung und das Bauchgefühl des Menschen verlässt, oder ob man sich auf nachprüfbare Fakten verlässt.

Flexible Sprachanalyse - White Paper

Es ist auch der Unterschied darin nur an eine Veränderung zu glauben, und die tatsächliche messbar zu machen und mit einem Wert zu belegen.

8 Zum Schluss

Ob im Kundenservice oder im Vertrieb, wer in der Lage ist kontinuierlich zu klassifizieren und zu überwachen was die Kunden sagen, hat eine effiziente Lösung.

Der Schlüssel einen wirklichen Wert aus einer Technologie zu ziehen, beinhaltet oft, dass der Schwerpunkt auf einer einzigen Fähigkeit liegt und dass dann um diese Fähigkeit herum ein Prozess gebildet wird.

Aus der Sprachanalyse kann bereits ein großer Wert generiert werden, indem Sie einfach zum Zählen verwendet wird. Durch die Bestimmung, wie viele Anrufe in verschiedenen Kategorien fallen, kann ein Contact Center schnell ein Bild von den Anforderungen der Kunden erhalten und verstehen, was die Kunden dazu bewegt sich im Contact Center zu melden. Zudem kann kontinuierlich nach Veränderungen in den Kundeninteraktionen Ausschau gehalten werden.

Eine Person, die mit einem Sprachanalyse-Tool ausgestattet ist, kann das Contact Center zu einer sehr leistungsfähigen und reaktionsfähigen Quelle für Business Intelligence machen, die für das gesamte Unternehmen genutzt werden kann.