

# Investitionsstudie 2017 des CCN e.V.

authensis AG

Landsberger Str. 408 · D-81241 München

Tel. +49 (0) 89 720157-0 · Fax +49 (0) 89 720157-79

E-Mail: [info@authensis.de](mailto:info@authensis.de) · [www.authensis.de](http://www.authensis.de)

## Qualitätsnetzwerk mittelständischer Anbieter, um











- Markttrends aufzuspüren
- Innovationen voranzutreiben
- Herausforderungen von Kunden disziplin-übergreifend zu lösen

## Angebot

- Investitionsstudien seit 2010 – was wird wichtig, wo wird investiert
- Neutrales Know How und Best Practice Portal: [www.contact-center-portal.de](http://www.contact-center-portal.de)
- Fachvorträge und Expertengespräche
- Storytelling „Geschichten aus dem Kundendialog“
  - Im Print hier
- Newsletter und Blog
- Kostenfreie Webinare zu aktuellen Themen



# Warum engagiert sich authensis im Sicus und im CCN ?

-  Inbound Call
-  Outbound Call
-  E-Mail
-  Fax
-  Voice Mail
-  Dokument
-  Twitter
-  Web Chat
-  Web Callback
-  Web Collaboration

Unternehmens-Software  
(CRM, ERP, ...)

- Datenbanken
- Geschäftsprozesse

Omnichannel Plattform

Betriebsführung

- Multichannel ACD / IVR
- Dialer
- Gesprächs-Leitfäden
- CTI
- Web Dialoge
- Social Media

Erkenntnisgewinnung

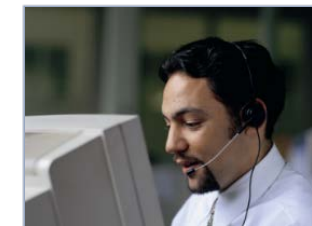
- Statistik
- Business Intelligence
- Predictive Analytics



Agent



Supervisor



Sys-Admin

- managed alle relevanten Kanäle ganzheitlich
- reduziert den Integrationsaufwand von Kommunikation in die Geschäftsprozesse (keine Integrationen einzelner Kanäle nötig)
- bietet daher eine 360° Sicht auf den Kunden – kanalunabhängig
- bietet eine einheitliche Statistik, z.B. zum Nachweis der Servicelevels



Name	Medium	Wartezeit	Priorität
Parkplatz1	E-Mail	1:07:08	Niedrig
Parkplatz2	Voice Mail	0:01:21	Normal
Parkplatz3	Web Rückruf	0:00:50	Niedrig
Parkplatz4	ACD-Anruf	0:00:03	Niedrig
Parkplatz5			
Parkplatz6			
Parkplatz7			
Parkplatz8			

Download über

<http://www.contact-center-portal.de/CCNStudie2017>



Management Summary im Print hier

## Investitionsstudie 2017

Contact  
Center  
Network



### Management Summary

Was bewegt Führungskräfte in Contact Centern?  
Welche Investitionsschwerpunkte setzt die Contact Center  
Wirtschaft in 2017?



Winfried Hagenhoff

**KANTAR TNS**

Managing Director Automotive Germany  
COO TNS GCEE

Winfried runs the Automotive and Mobility business in Germany, partnering clients with a team of 120 dedicated automotive consultants.

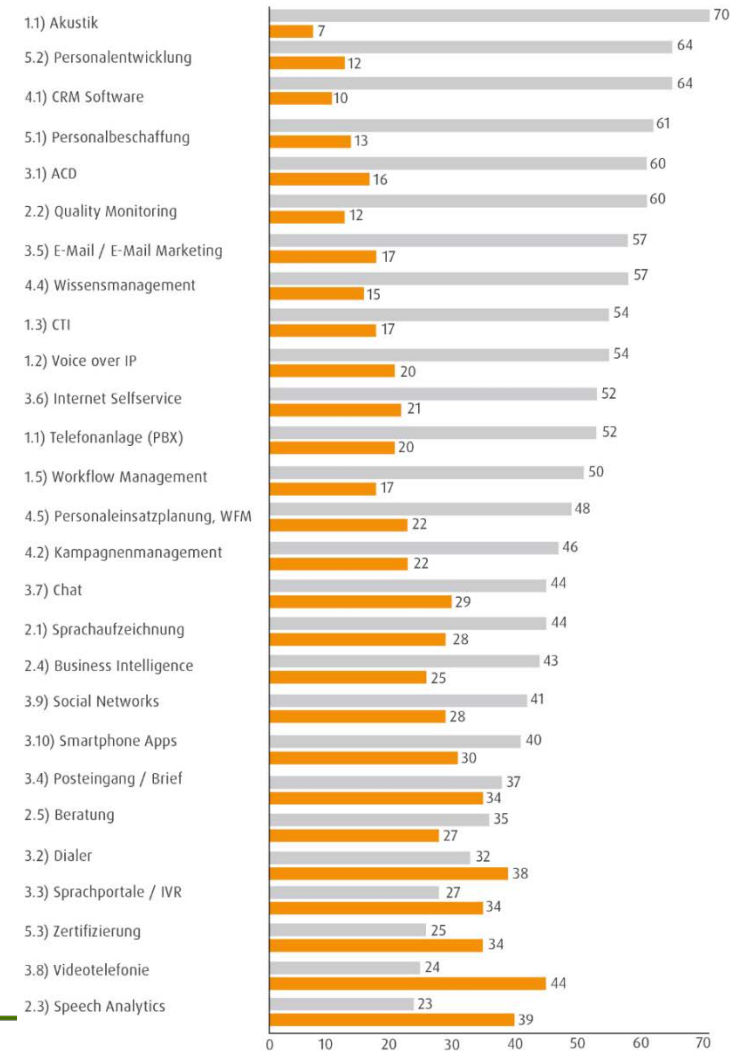
## Der Mensch im Mittelpunkt

- 70% halten Akustik für wichtig
- 64% ...Personalentwicklung...
- 61% ...Personalbeschaffung...
- 57% ...Wissensmanagement...

Abb. 5: Wichtigkeit der Investitionsziele

Angabe in Prozent

■ wichtig ■ unwichtig 





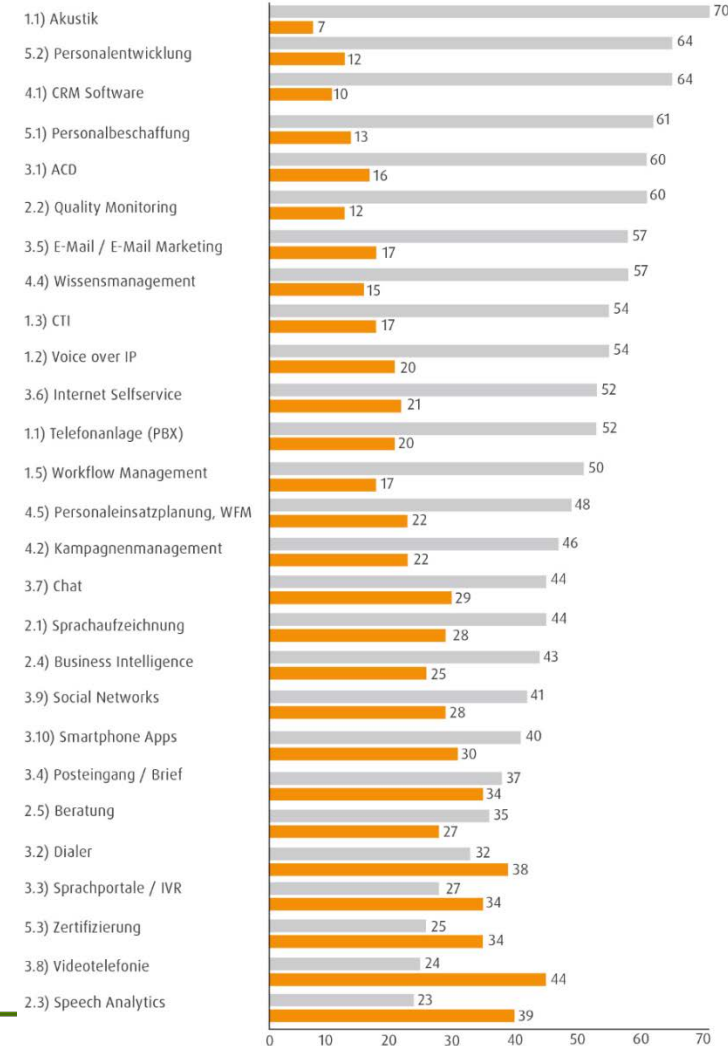
## Der Kunde im Mittelpunkt

- 64% halten CRM Software für wichtig
  - 60% ...ACD...
  - 60% ...Quality Monitoring...
  - 57% ...Wissensmanagement...
- Unwichtig scheinen
- 44% ...Videotelefonie...
  - 57% ...Speech Analytics...

Abb. 5: Wichtigkeit der Investitionsziele

Angabe in Prozent

■ wichtig ■ unwichtig





## Top 5 Investitionsziele

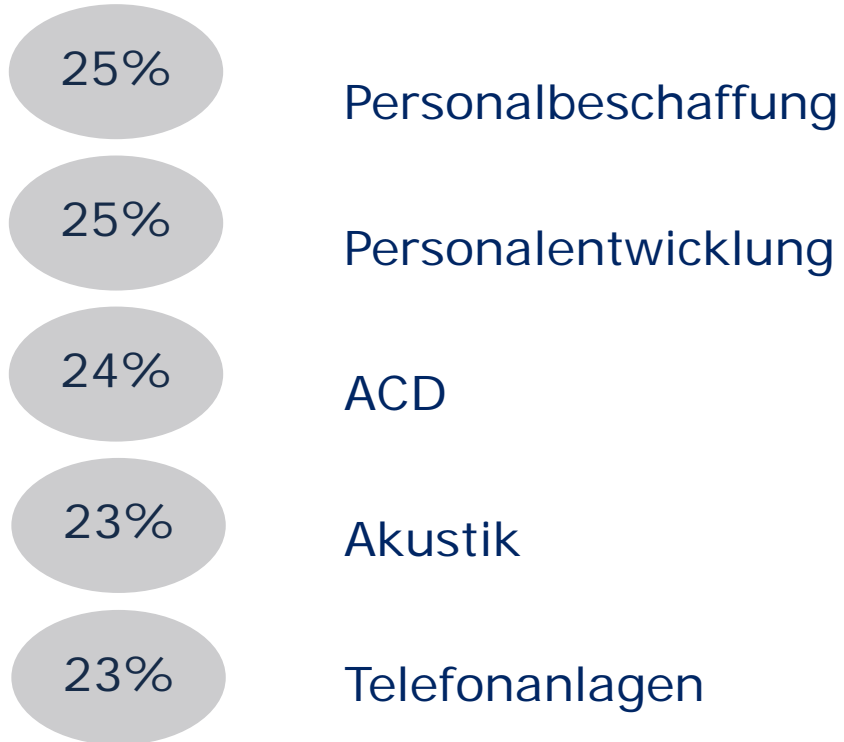
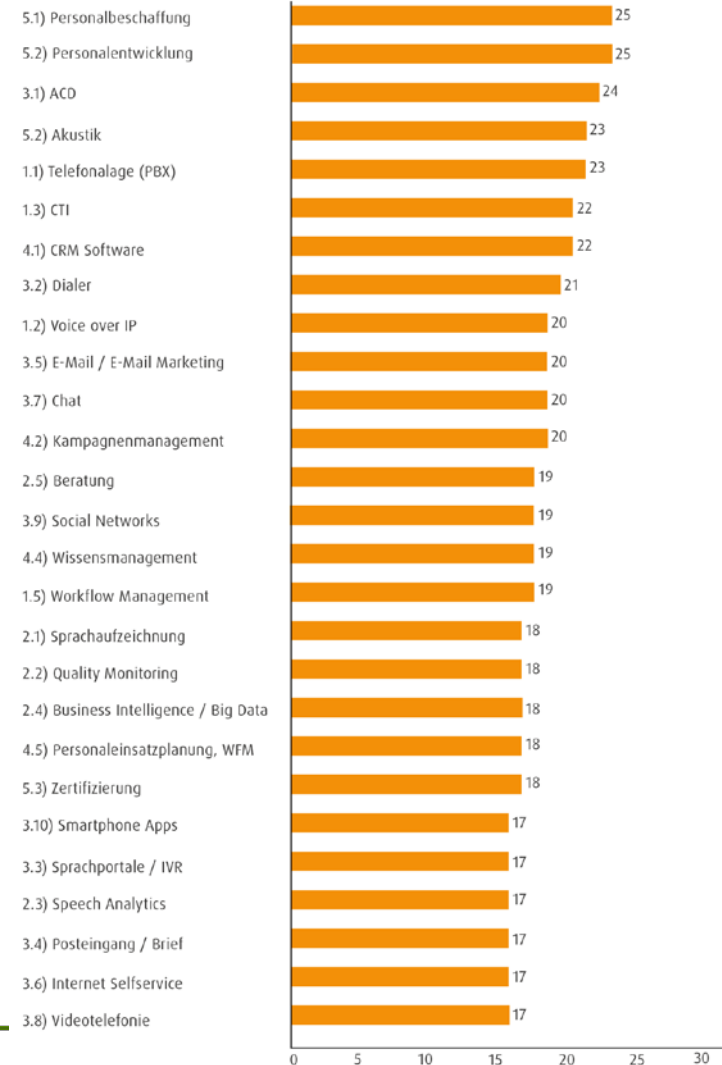


Abb. 1: Investitionsziele 2017

Angaben in Prozent

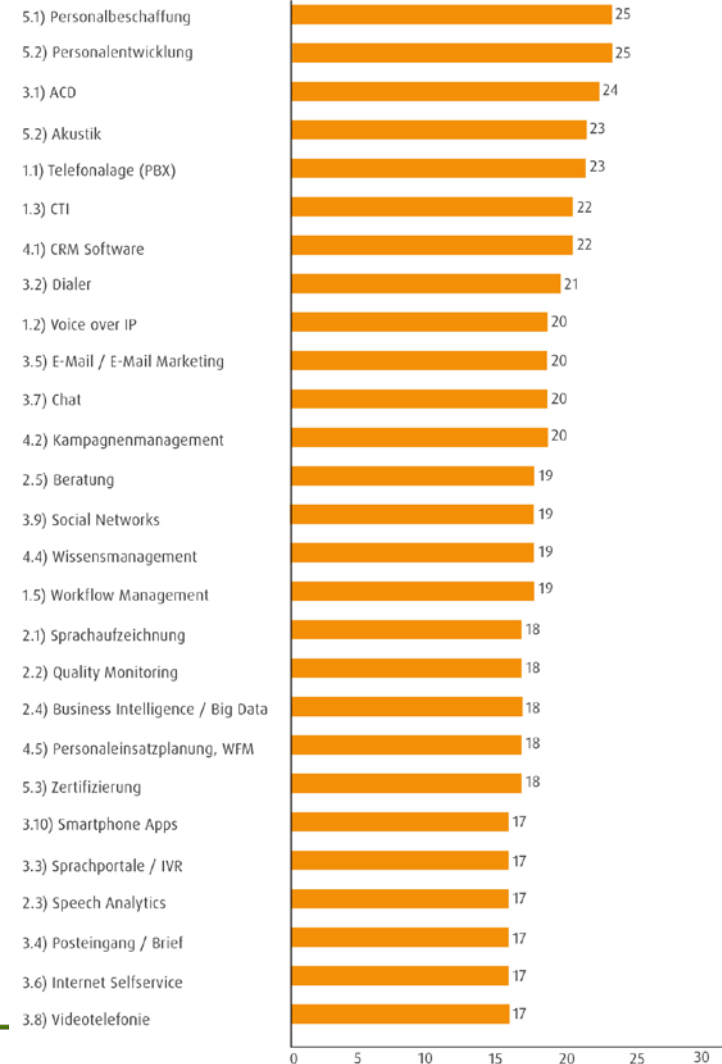


## Bottom 6 Investitionsziele

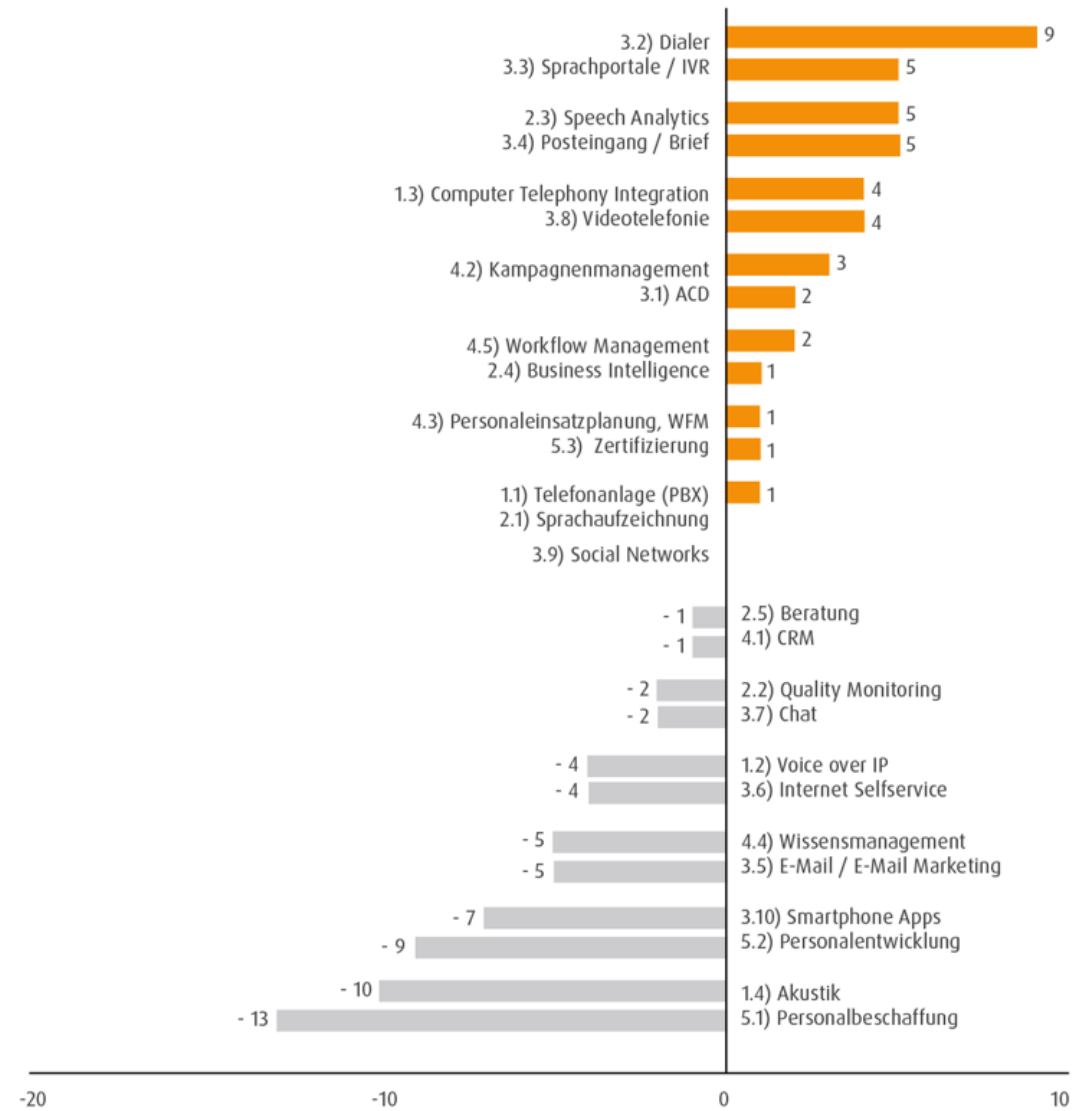
- 17% Smartphone Apps
- 17% Sprachportale / IVR
- 17% Speech Analytics
- 17% Posteingang / Brief
- 17% Internet Self Service
- 17% Videotelefonie

Abb. 1: Investitionsziele 2017

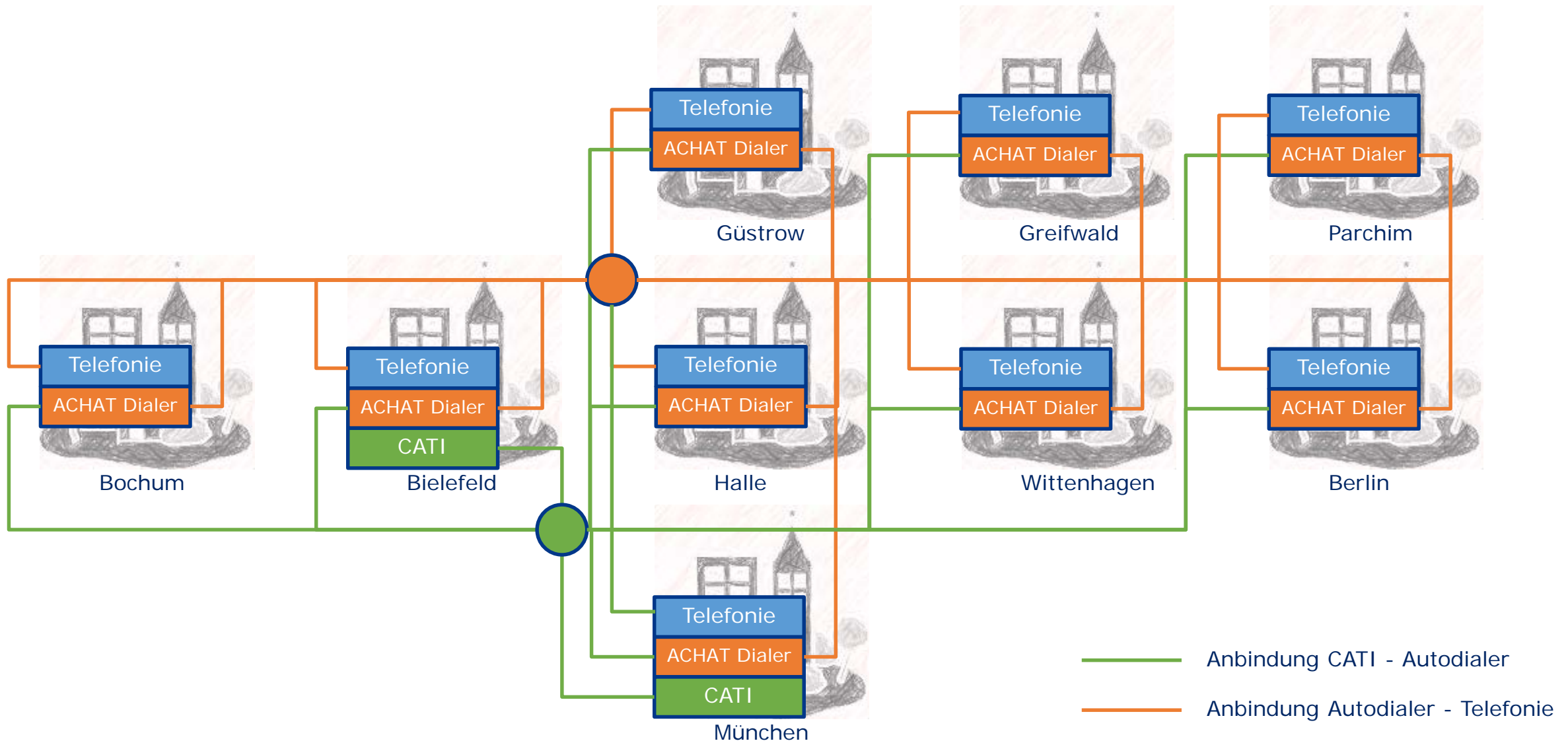
Angaben in Prozent



# Investitionsabsichten – Gewinner und Verlierer



# Connected Cloud @ Kantar mit IBM – die authensis ACHAT Dialer Farm



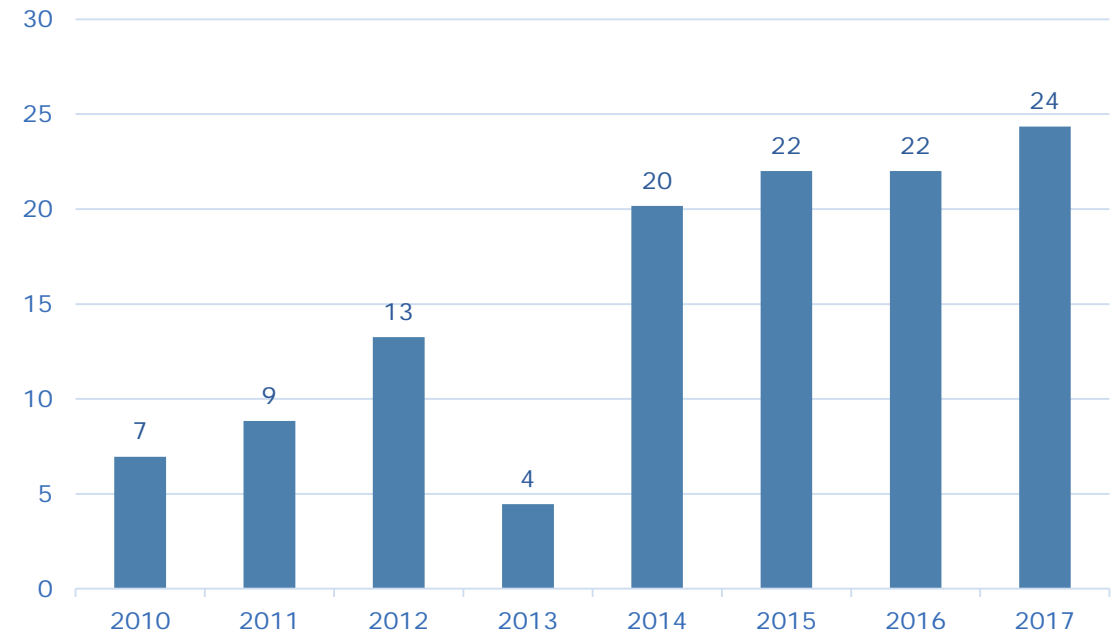
Kerntechnik von Contact Centern und technisches Top-Thema

Best Match von Kunde und verfügbarer Ressource (meistens „live Agent“)

Ab 2014 Erweiterung um Kanäle außerhalb Voice

State-of-the-Art

- Skill-Based Routing
- Last Agent Routing
- Datenbank-Routing
- Unternehmensweit



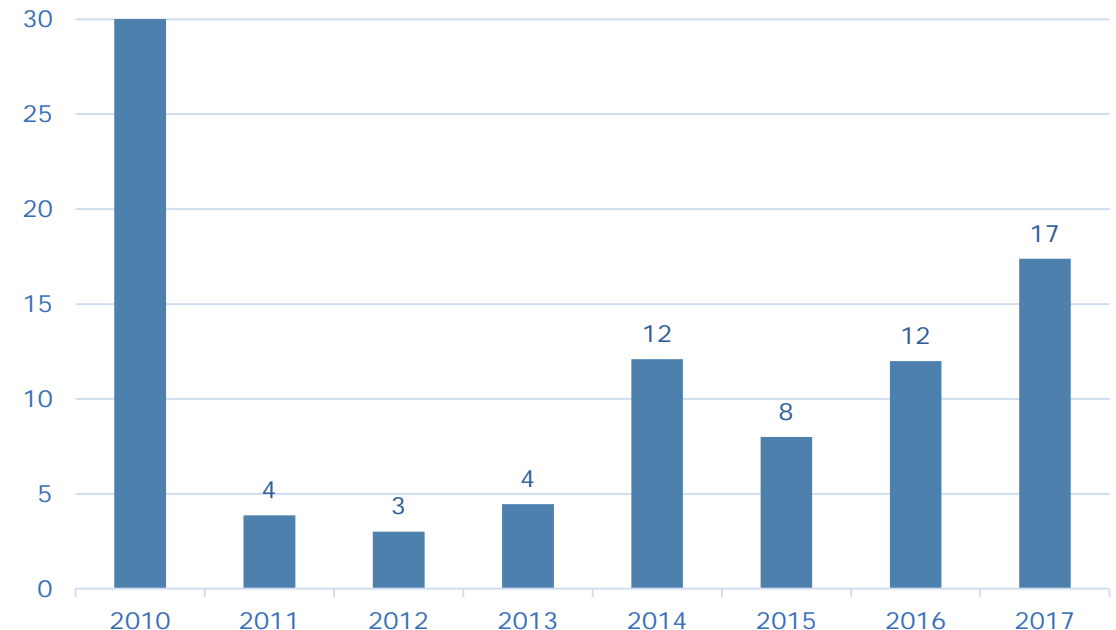
## Hauptfunktionen

- Vorqualifizierung,
- Handeln von Standardfragen (bis zu 80% Kontaktvermeidung)

## Zusammenbruch der Hype in 2014

## Steigende Relevanz durch

- Bessere Spracherkennung
- Verbreitung durch z.B. Siri, Alexa
- Individuelle Dialoge durch Integration mit Datenbanken und Unternehmenssoftware



## Hauptfunktionen

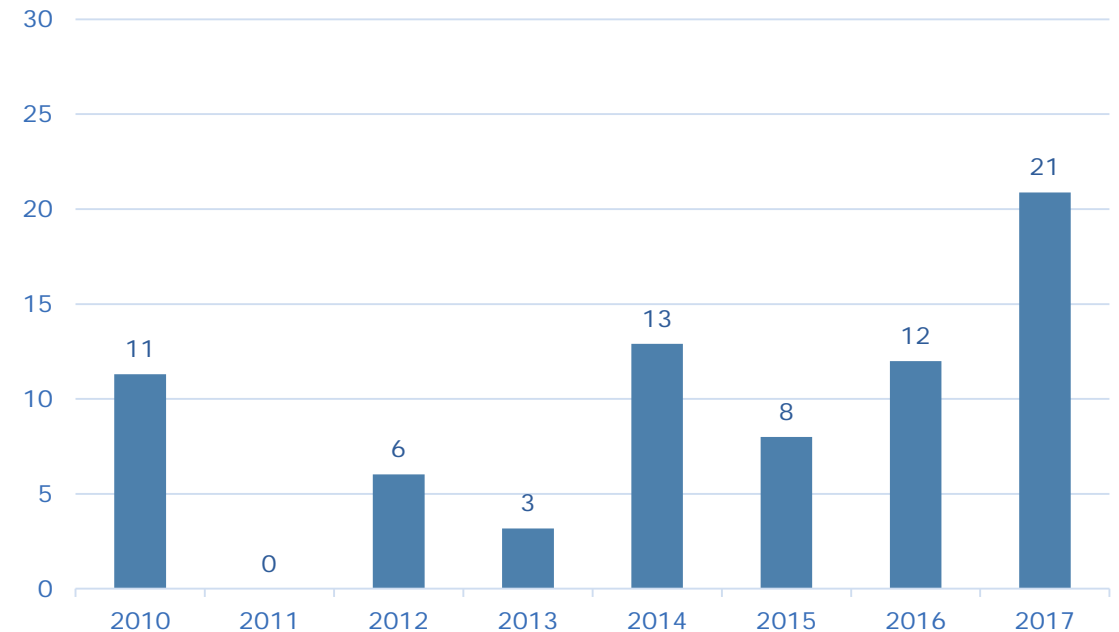
- Zeit sparen und Produktivität erhöhen
- Systematisierung der Kundenansprache

38% aller Kontakte sind outbound

## Beobachtung durch BNetzA

- Selbstregulierung der Branchen durch DDV / CCV / ADM zeigt Wirkung
- Anzahl der Beschwerden sinkt
- Anstieg durch höhere Akzeptanz / verantwortungsvolleres Steuern

Risiko: Umstieg von ISDN auf all-IP

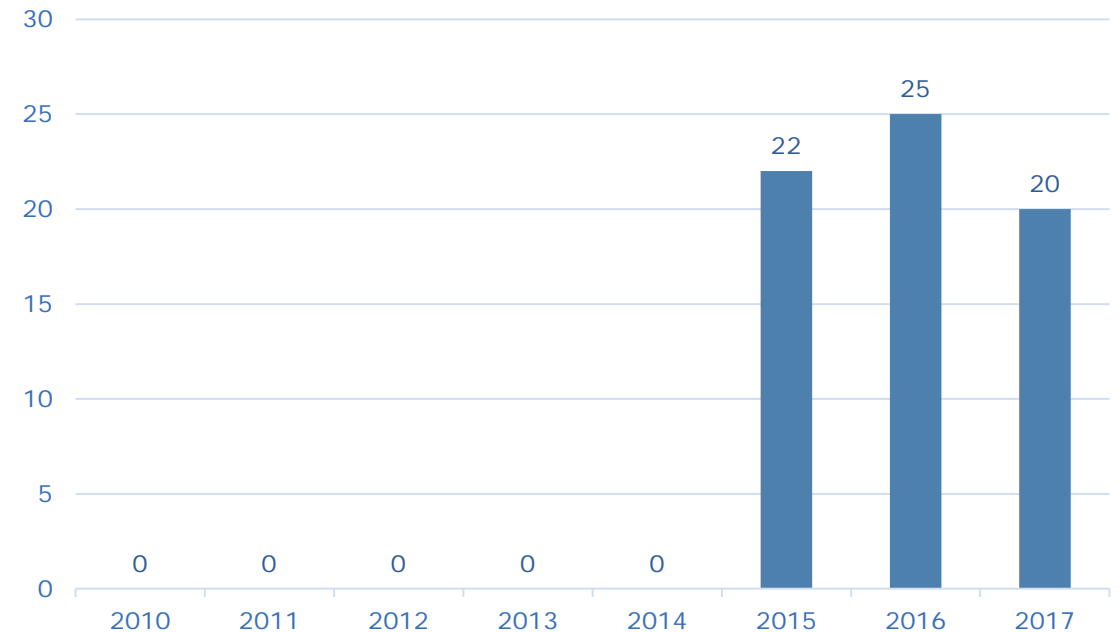




Enge Verbindung zum Thema  
Marketing Automation

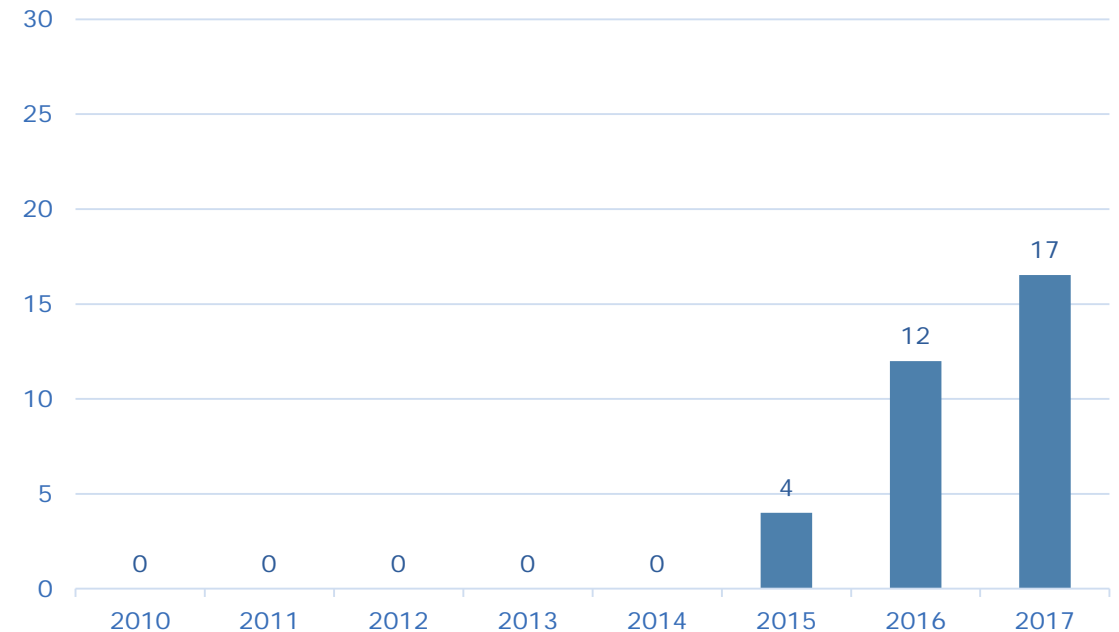
Neue Trends:

- Automatisches Erkennen von Freitexten durch KI im inbound -> (halb)automatische Bearbeitung
- E-Mail Individualisierung im outbound durch Integration mit Datenbanken / Unternehmenssoftware (gegen sinkende Öffnungsraten)



Bislang ineffiziente Handhabung in Contact Centern -> Bedarf an automatisierter Bearbeitung

- Scan und automatisierte Verteilung (bis zu 98% Treffer)
- Semantik-Analyse und automatisierte Bearbeitung einfacher Vorgänge, z.B.
  - Adress-Änderungen
  - Änderung der Kontoverbindung



Ab 2015 hohes, stabiles Niveau

- Befördert durch die Akzeptanz von Messengern, z.B. WhatsApp, SnapChat

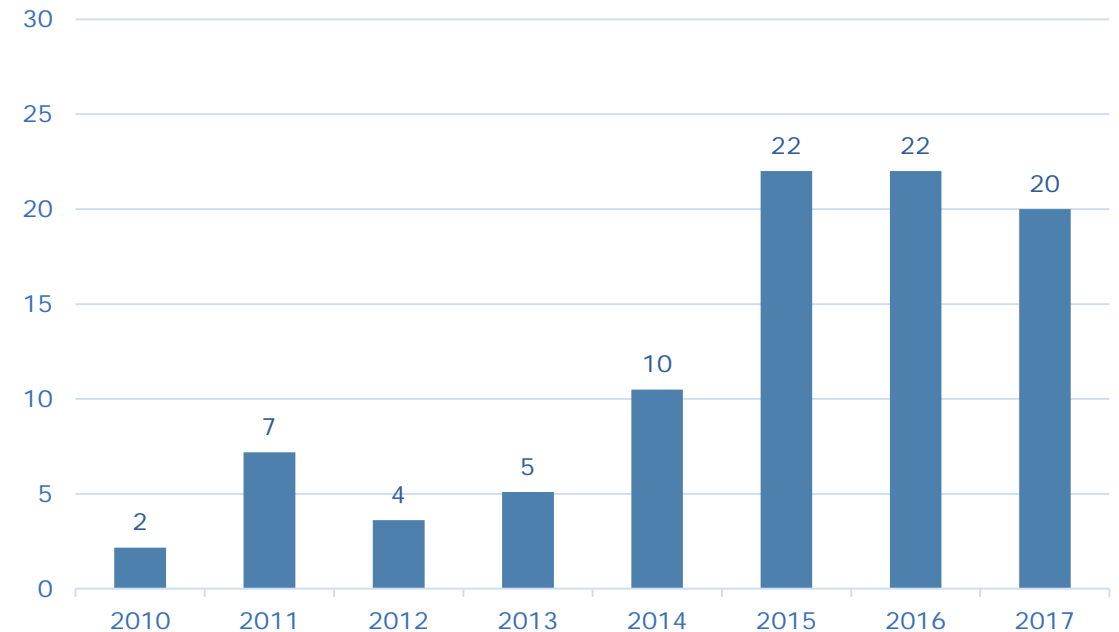
Digitalisierung stellt die Website analog zur Telefonnummer

- -> „Annahme“ wird erwartet
- -> Chat-Angebot auf der Website

Erhöhung der Produktivität durch

- Mehrere Sessions gleichzeitig
- Selbstdokumentation
- Dokumenten-Austausch „on-the-fly“
- Standardtexte und Bibliotheken

Auffallend viele Erst-Invests

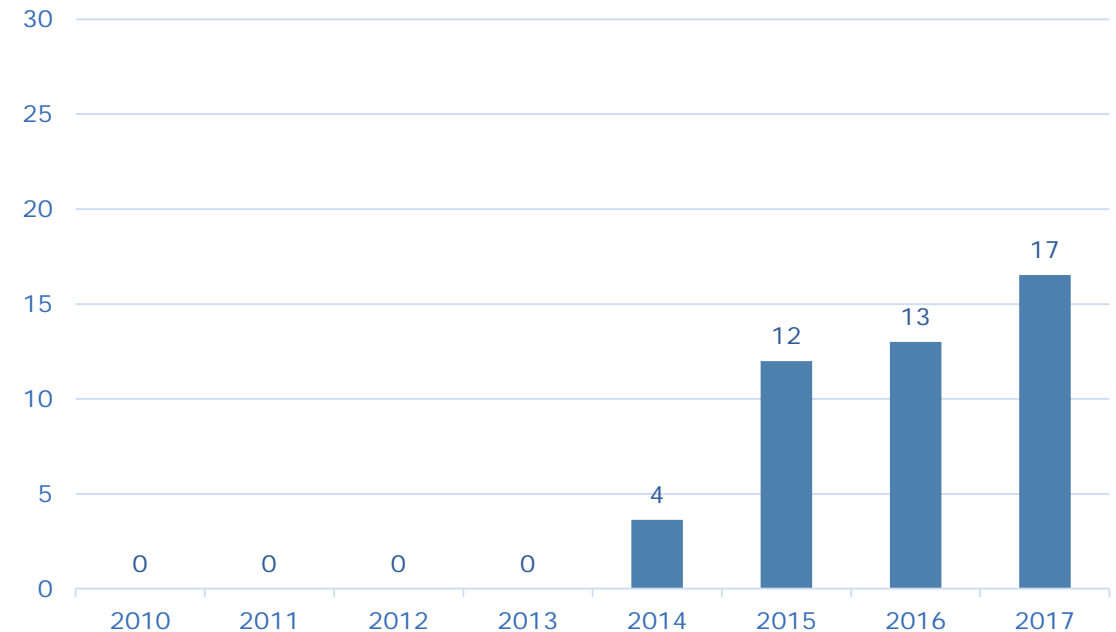


Videotelefonie privat akzeptiert, im Unternehmen noch nicht

Vorreiter: Banken (Konto-Eröffnung)

Vielfalt der Plattformen behindert die Verbreitung:

- Hardware-Lösungen für spezielle Einsätze
- Skype, Jabber, Facetime, WhatsApp für geschlossene Benutzergruppen
- Cisco WebEx, Adobe Connect, Citrix GoToMeeting für spontane Gruppenarbeit
- WebRTC für spontane 1:1 Kommunikation



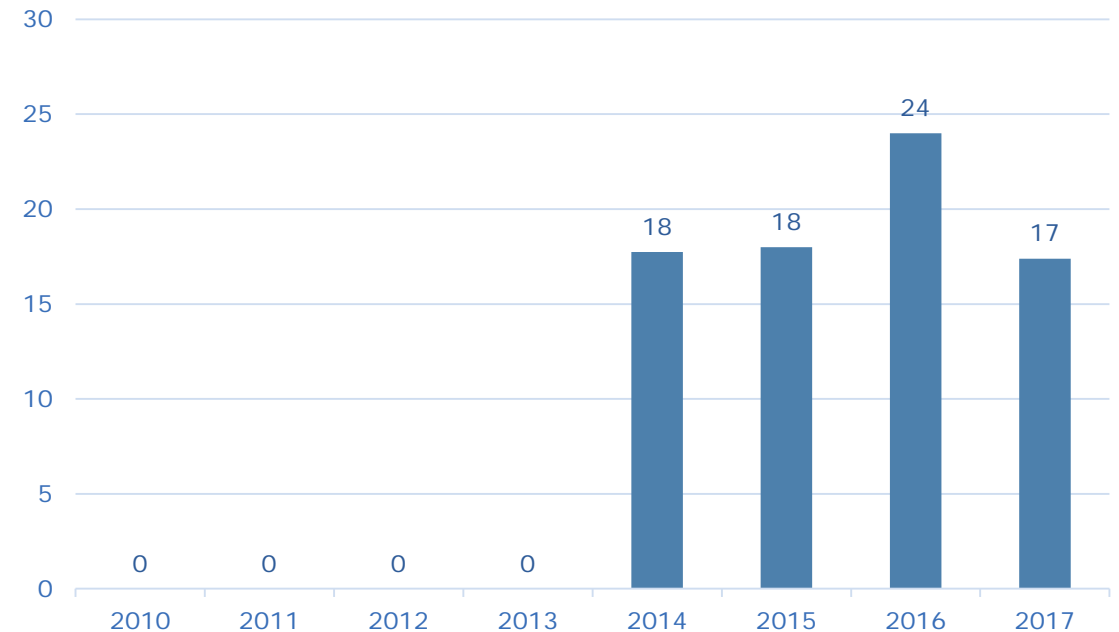
## Smartphone = Killer-Device

- Ersetzt z.B. Navi, Kamera, ...
- Unterstützt den Megatrend Mobilität

## Mono-Funktionalität der meistens Apps problematisch

- 26% aller geladenen Apps werden nur 1x aufgerufen

Investitionsbereitschaft geht aktuell zurück weil ganzheitliche App-Konzepte fehlen

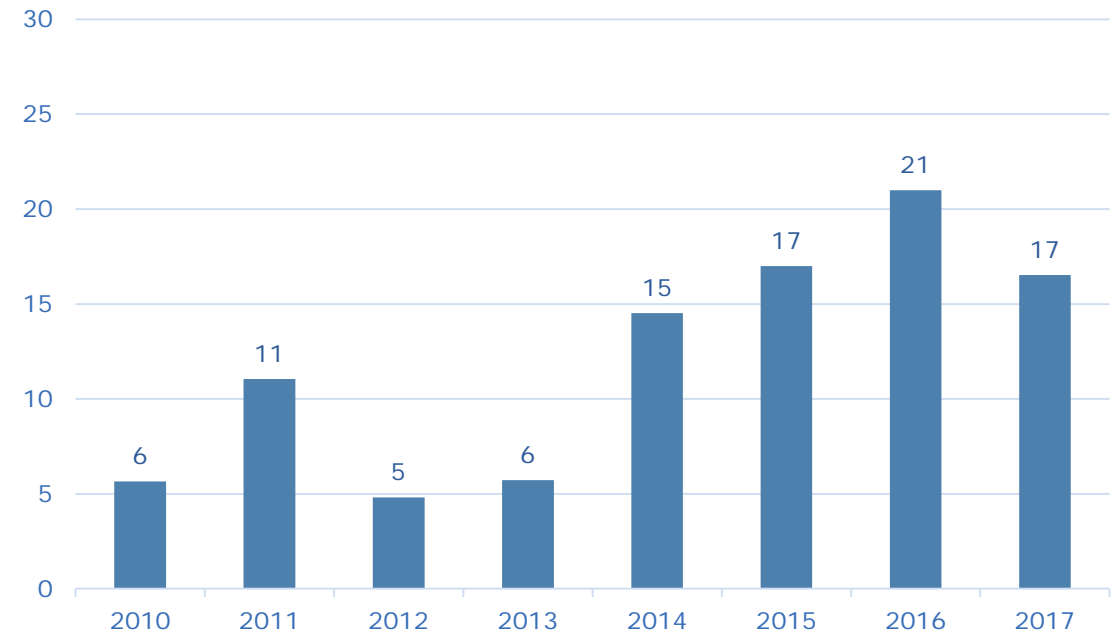


80% aller Erstkontakte zu Firmen über das Internet

Noch viel Potential z.B. durch Analyse des Verhaltens des einzelnen Besuchers, z.B.

- Weiterleitung zum live Agent oder zu den FAQ-Katalogen
  - 80% der Besucher könnten durch FAQ-Kataloge bedient werden.

Unklar, warum aktuell rückläufig



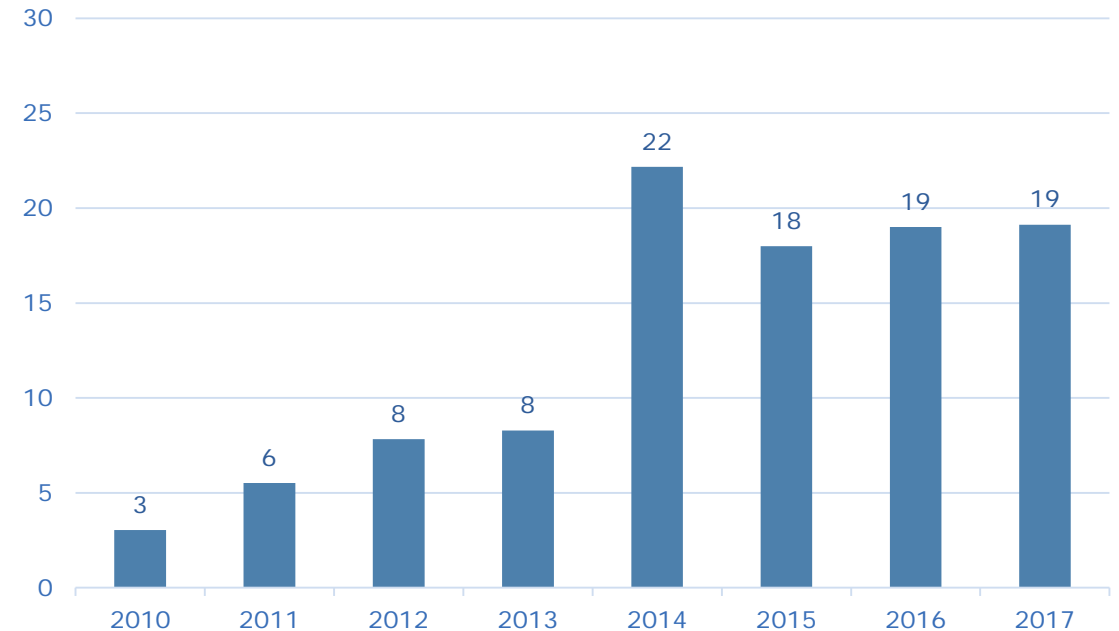
## Social Media sind im Alltag angekommen

### Viele Netzwerke

- Welche sind für das Unternehmen relevant?
  - Am schnellsten wachsen Tumblr, Pinterest, Instagram, SnapChat
  - Für einen Kundendienst im B2C Umfeld wohl Facebook

### Nutzung der Social Media

- 71% nur privat
- 26% privat und beruflich
- 3% nur beruflich





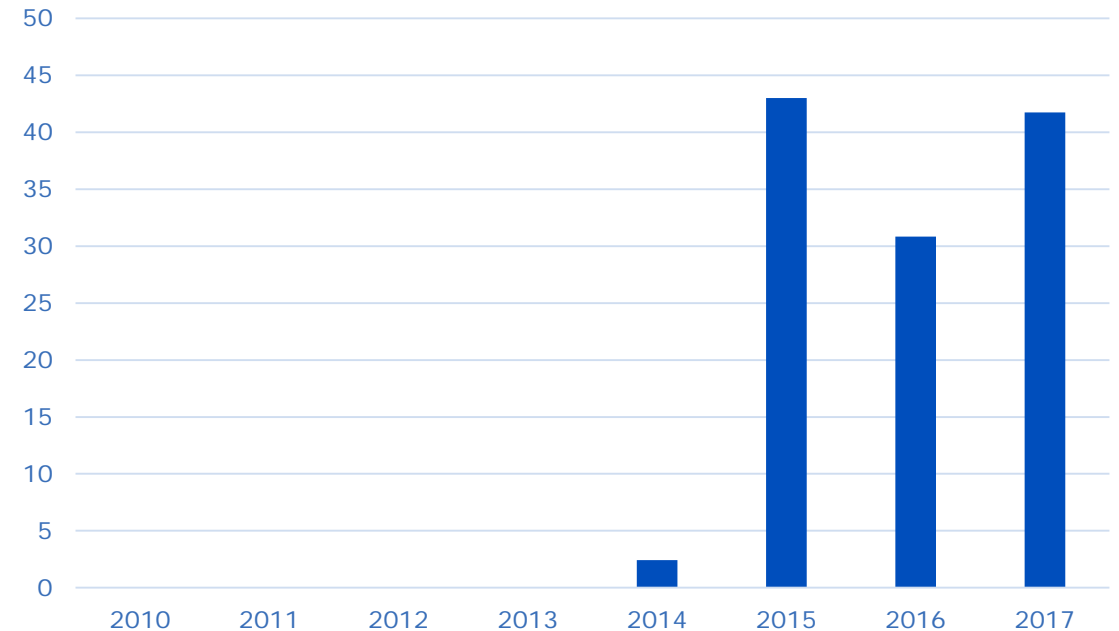
## Seit 2015 wichtige Herausforderung

### Explosion der Datenmengen

- Ist Fakt
- Kann provoziert werden
  - Z.B. Verkabelung von Autofahrern

### Viele Potentiale, z.B.

- Realtime Scoring
- Cross-Selling
- Individuelle Versicherungsprämien
- Wahlkampf



Danke für Ihr Interesse! Fragen gerne an

Klaus-J. Zschaage

authensis AG

k.zschaage@authensis.de

+49 89 729157-0

