

# ELSBETH VocalCoach

## ECHTZEIT-SPRACHANALYSE IM CALL-CENTER 3.3

### Qualitätssicherung

#### Konzept und Philosophie

- 100% Qualitätsüberwachung: Kontrolle aller Anrufe anstelle von Stichproben.
- Es reicht nicht, im Durchschnitt gut zu sein – jeder Anruf muss den Qualitätsanforderungen genügen
- 100% objektive Ergebnisse (keine persönliche Befangenheit).
- Automatische Verifizierung vordefinierter Inhalte, dadurch weniger manuelle Nachkontrolle erforderlich.
- Optimierung der verbleibenden manuellen Verifizierungsprozesse dank der vielseitigen und flexiblen Benutzeroberfläche und der Hinweise aus erkannten Phrasen und Schlüsselwörtern.
- Permanente und objektive Verifizierung vordefinierter Spezifikationen.
- Automatische Erkennung relevanter oder interessanter Anrufe für eine manuelle Analyse im Nachhinein (intelligente Vorauswahl von Beispielen).
- Manuelle Nachkontrolle aussagekräftige Anrufe, statt zufälliger Beispiele.

#### Qualitätssicherung bei telefonisch abgeschlossenen Verträgen

- Kostengünstigere und effizientere Qualitätssicherung bei Telefonaten die Gesprächsleitfäden nutzen.
- Automatische Überprüfung, ob alle wichtigen Phrasen (Vertragsdauer, Preis, usw.) in einem Anruf erwähnt wurden.
- Hervorhebung relevanter Abschnitte in Anrufen, um die manuelle Nachbearbeitung zu erleichtern.

- Besonders nützlich beim Verlesen eines vorgegebenes Skripts am Ende eines Anrufs.

#### Rechtskonformität (Compliance)

- Automatische Überprüfung, ob alle Compliance-relevanten und gesetzlich vorgeschriebenen Phrasen erwähnt wurden, um so das Risiko einer Nichteinhaltung von Vorschriften maßgeblich zu senken.
- Automatische Überprüfung, ob unerwünschte/nicht ordnungsgemäße Wörter/Phrasen verwendet werden.

#### Einverständniserklärungen

- Die Echtzeit-Sprachanalyse kann alle Anrufe dahingehend überprüfen, ob ein bestimmter Sachverhalt von einem Kunden klar bestätigt wurde, z. B.
  - › Der Kunde bestätigt, dass er mit weiteren Anrufen zu kommerziellen Zwecken einverstanden ist (aktives Opt-In/Einverständniserklärung).
  - › Der Kunde ist damit einverstanden, dass das Telefonat zu Schulungszwecken aufgezeichnet wird.
  - › Der Kunde stimmt dem Kauf eines Produktes zu.
- Klare und zu 100 % geprüfte aktive Einverständniserklärung des Kunden.



#### Qualitätssicherung während des Telefonats

- Anstatt Qualität im Anschluss eines Anrufs zu überprüfen, können Sie jetzt während des Anrufs dafür sorgen, dass das Gespräch optimal verläuft.
- Die Agenten werden direkt während des Anrufs auf Fehler hingewiesen und können diese in Echtzeit adressieren.
- Fehler werden immer in dem Moment aufgezeigt, in dem sie passieren.
- Weniger Fehlerbehandlung im Nachhinein (dadurch kürzere Nachbearbeitungszeiten).

### Coaching



#### Effektives Coaching

- Effizienteres Coaching durch automatische Problemanalyse, die Stärken und Schwächen der Agenten darlegt und Schulungsbedarf identifiziert.
- Coaches wenden weniger Zeit zur Problemfeststellung auf sondern konzentrieren sich auf deren Lösung.
- Beobachtung der Fortschritte zur Abschätzung der Effektivität des Coachings.
- Einfache Leistungsvergleiche unter Kampagnen und Agenten dank verschiedener Anzeigeoptionen.
- Anstatt alle Agenten auf ähnliche Art zu schulen, wird der individuelle Coaching-Bedarf automatisch über die Ergebnisse der Echtzeit-Sprachanalyse ermittelt. Dies spart Kosten für Schulungen und macht diese effizienter.

#### Selbsttraining der Agenten

- Es dauert typischerweise bis zu sechs Monaten, bis Agenten ihr ganzes Potenzial entfalten.
- Kontinuierliches Coaching in Echtzeit kann diese Zeit erheblich verkürzen.
- Agenten erhalten immer Feedback: Sie bekommen einen Hinweis bzw. Lob, wenn Sie etwas falsch bzw. richtig machen.
- Agenten sehen ihre eigenen Fehler, noch bevor der Trainer sie sieht.
- Vollautomatisches Training. Agenten lernen während ihrer Arbeit, da die Software fortwährend Feedback gibt.
- Training als fortlaufender, kontinuierlicher Zustand und nicht als regelmäßiges Ereignis, was z.B. einmal pro Woche stattfindet.

### Höhere Kundenzufriedenheit

#### Allgemeines

- Gutes Image und hohes Ansehen dank bewährter Gesprächsqualität wirkt sich positiv auf potenzielle Kunden aus.
- Höhere Kundenbindung.
- Positive Gesprächsverläufe durch Einsatz innovativer Soft-Bewerter-Technologie u.a. mit Hinweisen zu Sprechtempo, Lautstärke, Pausenverhalten und Verständlichkeit des Agenten.

#### Customer Lifetime Value

- Warum die Kundenbindung steigern?
  - › Laut Gartner: Eine Erhöhung der Kundenbindung um 5% kann die Geschäftsgewinne von 25% auf 125% steigern.
  - › Der Customer Lifetime Value ist weitaus höher, als nur der einfache monatliche Gewinn, der mit einem Kunden erzielt wird.
- Ein Beispiel: 50 € Monatsvertrag = 600 € pro Jahr = 6000 € pro Jahrzehnt = 50.000 € für die Dauer eines Lebens.
- Dieser Gesamtwert eines Kunden liegt in den Händen des Agenten.
- Ein „Ausrutscher“ oder „schlechter Tag“ des Agenten kann katastrophale Auswirkungen auf die Kundenbeziehung haben. Daher sollte ein gleichbleibend hoher Qualitätsstandard gewährleistet werden.

#### Einheitliches Kundenerlebnis

- Das Kundenerlebnis muss bei jedem einzelnen Kontakt einheitlich sein.

- Eine einzige schlechte Erfahrung kann dazu führen, dass ein Kunde seinen Vertrag kündigt und den Customer Lifetime Value für das Unternehmen zerstört.

- Eine Umfrage von Enghouse ergab Folgendes: 60 % der Kunden würden die Geschäftsbeziehung zu einem Unternehmen kündigen, wenn sie eine schlechte Kundenbetreuung erfahren; 31 % würden dies zumindest in Erwägung ziehen.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.

- Es zählen jeder einzelne Agent und jeder einzelne Anruf, nicht nur ein Großteil von ihnen!

- Dies kann nur gewährleistet werden, wenn die Agenten kontinuierlich in Echtzeit gecoacht werden.

- Ein durchschnittlicher Agent hat über 10.000 Anrufe pro Jahr, wobei jeder einzelne Anruf die Möglichkeit birgt, dem Kunden weitere Angebote zu verkaufen oder aber seinen gesamten Lifetime Value zu zerstören.



- Mit der Echtzeit-Sprachanalyse können Erregung und überhöhte Emotionalität im Gesprächsverlauf erkannt und entsprechend angezeigt werden.

- › Sie können nichts verkaufen, wenn der Agent oder der Kunde gelangweilt zu sein scheint.

- › Wenn sich die Stimmungslage zuspitzt oder ein Kunde aufgebracht ist, brauchen Sie einen ruhigen und deeskalierenden Agenten.

- Zudem können emotionsgeladene Anrufe automatisch markiert werden, damit sie im Nachgang manuell analysiert und entsprechende Handlungsempfehlungen abgegeben werden können.

### Transparenz und neue Geschäftseinblicke



- Offenlegung des Einflusses von Emotionalität und Redeverhalten auf die Erfolgsquote.
- Ermittlung der wichtigsten Erfolgsfaktoren für Ihr Unternehmen.
- Optimierung von Prozessen mithilfe der gewonnenen Einblicke.
- Eine Analyse der abgefragten Daten eines Telefonanbieters ergab, dass die folgenden Arten von Anrufen eine 15-prozentige Erhöhung der Erfolgsquote hatten:

- › Sowohl Agent als auch Kunde zeigen hohe Emotionalität.

- › Sowohl Agent als auch Kunde fallen sich gegenseitig ins Wort.

- Es zeigte sich, dass bei diesen Arten von Anrufen Agent und Kunde eine emotionale Basis finden und anfangen, sich miteinander zu unterhalten, zu scherzen usw.

### Reduzierung der Stornoquote und Etablierung von Markennamen

- Reduzierung der Stornoquote von telefonisch abgeschlossenen Verträgen dank vollständiger Qualitätsüberwachung aller Verträge.
- Sicherstellung der korrekten Erwähnung aller relevanten Informationen grenzt Gefahr von Missverständnissen oder „unerwünschter Überraschungen“ für den Kunden ein (und reduziert damit seinen Wunsch, den Vertrag sofort zu stornieren).
- Aufbau des Markenbewusstseins bei Agenten und Kunden gleichermaßen.

- Mit der Echtzeit-Sprachanalyse kann die Einführung neuer Marken-/Produktnamen wie folgt vorangetrieben werden:

- › Positive Hervorhebung immer dann, wenn der Agent den neuen Namen erwähnt.

- › Negative Hervorhebung immer dann, wenn der Agent den alten Namen nennt.

- › Statistiken über die Erwähnungen von Markennamen.



### Die richtige Wortwahl



- Verbessern Sie Ihre Leistungskennzahlen durch Analyse und bewusste Anwendung bestimmter, wirksamer Formulierungen.

- Häufig gibt es einen direkten Zusammenhang zwischen der Verwendung „guter Wörter“ (oder auch „schlechter Wörter“) und der Erfolgsquote von Telefonaten.

- Trainer haben Vermutungen, welche Phrasen Einfluss auf die Erfolgsquote haben.

- Mit der Echtzeit-Sprachanalyse können Sie die tatsächliche Auswirkung dieser bestimmter Formulierungen auf Ihre Leistungskennzahlen abbilden, analysieren und verifizieren.

- Anschließend können Sie mit stetigem Coaching in Echtzeit dafür sorgen, dass Agenten diese Phrasen in kürzester Zeit verinnerlichen und anwenden.

- Mit der Echtzeit-Sprachanalyse erhalten Agenten immer und jedes Mal Feedback zur Verwendung „guter“ oder „schlechter“ Wörter.

- Drei Schritte zum Erfolg: Annahme -> Verifizierung -> Training

- 1. Ermittlung oder Vermutung, welches „richtige“ und „falsche“ Formulierungen sind.

- 2. Verifizierung, welche dieser Annahmen richtig bzw. falsch sind durch die automatische Überprüfung mit der Echtzeit-Sprachanalyse.

- 3. Training der Agenten (kontinuierlich in Echtzeit), damit diese die richtigen Formulierungen verwenden.

### Möglichkeiten zum Verkauf von Zusatzangeboten (Upselling)

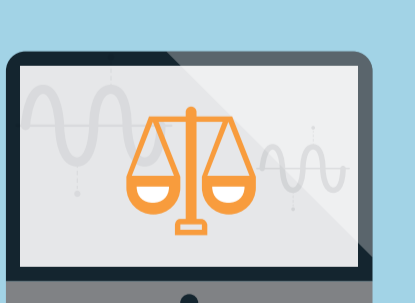
- Ermittlung der Anzahl von Verkaufsversuchen über passende Phrasen.
- Offenlegung der Zusammenhänge zwischen der Anzahl versuchter und erfolgreicher Upsell-Möglichkeiten je Agent.
- Das Ergebnis ist die Effizienz beim Verkauf von Zusatzangeboten (erfolgreiche Verkäufe/Verkaufsversuche).
- Eine hohe Effizienz beim Verkauf von Zusatzangeboten ist wichtiger als die Gesamtzahl der erfolgreichen Verkäufe von Zusatzangeboten. Der Versuch, jedes Mal wenn möglich Zusatzangebote zu verkaufen, treibt nur die durchschnittliche Bearbeitungszeit nach oben, ohne dass dafür im Gegenzug ein nennenswerter Gewinn erzielt wird.

- Nehmen Sie die Agenten mit der höchsten Effizienz beim Verkauf von Zusatzangeboten als Best-Practice-Beispiele, um von ihren Verkaufsstrategien zu lernen. Schulen Sie dann die anderen Agenten mit diesen neuen Erkenntnissen.

- Zudem kann die Echtzeit-Sprachanalyse mithilfe von Kategorisierungen Situationen identifizieren, in denen ein Verkauf bestimmter Zusatzangebote sehr wahrscheinlich ist. In diesem Fall wird dem Agenten eine Sprechblase mit dem Text „Nächstes bestes Angebot“ angezeigt, die ihm den Hinweis gibt, „Verkauf von Zusatzangeboten an XY jetzt versuchen“.



### Reduzierung gesetzlicher Risiken und der Bearbeitungszeit



- Sicherstellen, dass keine wichtigen Informationen vergessen oder ungenau wiedergegeben wurden.

- Sicherstellen, dass Agenten keine unangemessenen Formulierungen verwenden („Schlechte Phrasen“).

- Sicherstellen, dass Agenten ggf. Auftraggeber korrekt offenbaren.

- Automatische Ermittlung langer, systematischer Pausen, die typischerweise in bestimmten Kampagnen/Arbeitsabläufen vorkommen (z.B. durch Recherche-Tätigkeiten des Agenten oder Ladezeiten von Dritt-Systemen).

- Identifizierung des Arbeitsablaufs und des entsprechenden Schritts, der den Anruf unnötigerweise in die Länge zieht.

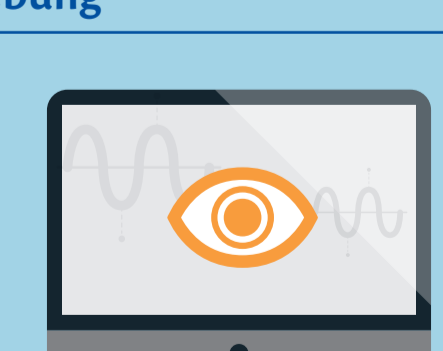
- Anschließend Änderung der Arbeitsabläufe/Prozesse und Erfolgskontrolle hinsichtlich einer Verkürzung der durchschnittlichen Bearbeitungszeit.

### Überwachung von Hardware und Callcenter-Umgebung

- Überprüfung und permanente Überwachung der Audio-Qualität Ihrer Hardware wie z.B. Telefonanlage, Telefone und Kopfhörer.
- Überprüfung der Qualität der Geräuscherdrückung von Mikrofonen und der Effektivität von Geräuschisolierung.
- Ermittlung von Geräuschschwerpunkten in einem Call Center und ggfs. Anpassung der Raumaufteilung, um die Kundenerfahrung zu verbessern.

- Kosteneinsparungen bei teuren Evaluierungen von Hardware und Umgebung.

- Identifizierung von Fällen, bei denen mehrere Agenten (die nebeneinander sitzen) von Kunden gehört werden können (durch zu enges Sitzen und sensible Mikrofone).



### Automatische Rufweiterleitung und bessere Qualität bei Terminierungen



- Bewertungen (Scores) der Echtzeit-Sprachanalyse können als Skills der Agenten beim skill-basierten Routen von Telefonaten herangezogen werden.

- Anwendungsbeispiele können wie folgt aussehen:
  - › Verwendung von Agenten mit langsamem Sprechtempo für Anrufe älterer Kunden.
  - › Einsatz von Agenten mit guter Skript-Einhaltung für Anrufe mit sehr hohen Qualitätsanforderungen (hohes Compliance Risiko).
  - › Bevorzugung ruhiger/entspannter Agenten für aufgabebelastete Kunden.
  - › Bevorzugung begeisterter/emotionaler Agenten für gelangweilte Kunden.

- In Kombination mit vorhandenen Daten und Skills der Agenten können dynamische Entscheidungen getroffen werden, welcher Agent der beste für den jeweiligen Anruf ist.

- Sicherstellung der Gültigkeit von Terminen.

- Erhöhung der Erfolgsquote Ihrer Vertriebsmitarbeiter durch Verifizierung telefonischer vereinbarter Vor-Ort-Kundentermine (vollständiger Adressabgleich).