

ANWENDUNGSFÄLLE

ELSBETH

VocalCoach



Required Phrases (Notwendige Formulierungen)

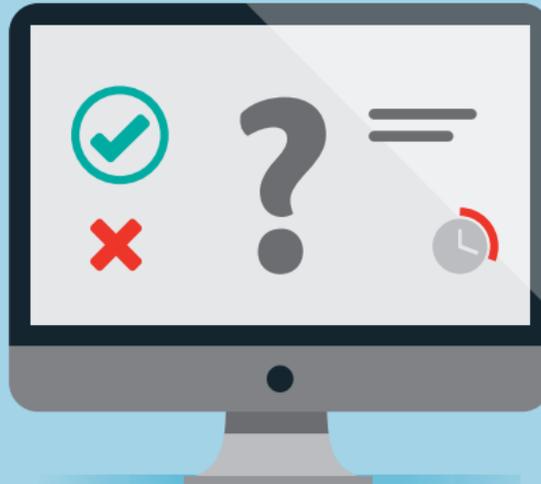
EVC bietet Ihnen die Möglichkeit zu ermitteln, ob von Ihnen vorab definierte Phrasen und Schlüsselwörter innerhalb eines Gesprächs korrekt genannt wurden. Dabei markieren die Schlüsselwörter den wichtigsten Teil einer Phrase. So kann festgestellt werden, ob wichtige Phrasen überhaupt genannt wurden, eventuell jedoch in einer abweichenden Formulierung. Mit der Festlegung von Required Phrases und Key Words sind Sie vor allem bei Vertragsabschlüssen und finanziellen Transaktionen auf der sicheren Seite.



- Überprüfung der Einhaltung des Skriptes.
- Automatische Überprüfung, ob alle relevanten Sätze genannt wurden.
- Überprüfung der korrekten Begrüßung, 'Guten Tag', 'Auf Wiedersehen' usw.
- Überprüfung der Daten zur Kundenidentifikation.
- Hat der Agent wirklich nach Name, Adresse, Geburtsdatum usw. gefragt?

DialogPairs (Zustimmungen)

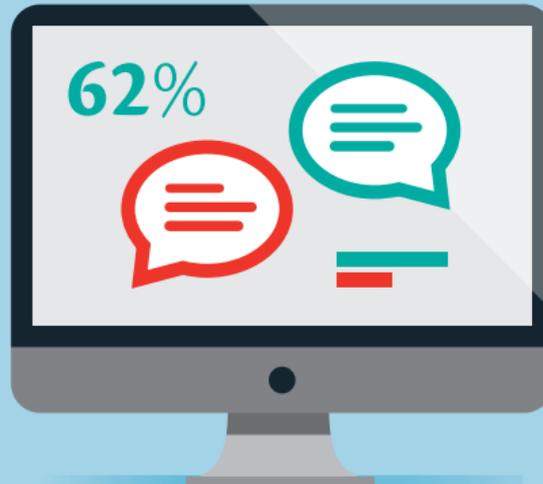
Dialogpaare werden aus einer Phrase (z. B. „Sind Sie über 18 Jahre?“) und einer vordefinierten Antwort (z. B. ja/nein) gebildet. Im Allgemeinen handelt es sich dabei um Frage-Antwort-Paare. Dabei werden nacheinander der Agenten- und der Kundenkanal der Gesprächsaufzeichnung auf die angegebenen Phrasen überprüft. EVC erlaubt es Ihnen auch, ein Zeitfenster zu definieren, in dem die Antwort auf die gestellte Frage erfolgen muss. Mit DialogPairs sichern Sie sich also Rechtskonformität, sobald eine Einverständniserklärung des Kunden erforderlich ist.



- Generelle Prüfung der Zustimmung des Kunden zu etwas.
- Überprüfung der Bestätigung für der Gesprächsaufnahme.
- Überprüfung der Annahme des Vertrages und seiner Bedingungen.
- Überprüfung des Opt-in für zukünftige Kontaktaufnahme.

Good & BadPhrases (Positive und negative Formulierungen)

Mittels der Definition von „guten“ und „schlechten“ Ausdrücken können Sie ermitteln, wie viele erwünschte oder auch unerwünschte Ausdrücke Ihre Agenten im Durchschnitt verwenden. Dies ist besonders dann sinnvoll, wenn es eine vorgegebene „Markensprache“ gibt, an die sich die Agenten halten müssen oder wenn Beschwerden von Kunden entgegengenommen werden. EVC erfasst die Anzahl an verwendeten GoodPhrases & BadPhrases und berechnet über ein statistisches Verfahren einen Score für das jeweilige Gespräch.



BadPhrases Evaluator

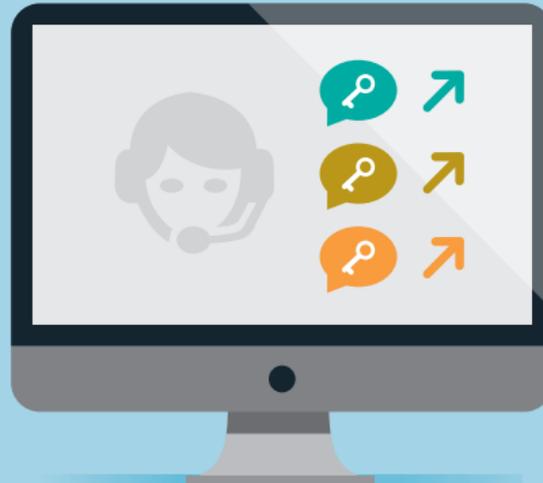
- Prüfung, ob Agenten falsche Informationen geben
- Überprüfung auf unerwünschte Sätze
- Verhältnis schlechte Formulierungen zu Verkaufsrate
- Falsche Formulierungen werden Agenten in Echtzeit angezeigt

GoodPhrases Evaluator

- Zählen zusätzlich verkaufter Optionen pro Anruf
- Überprüfung auf erwünschte/Werbe-Phrasen
- Positives Feedback für den Agenten, neue Markennamen richtig zu verwenden
- Verhältnis werbliche Formulierung zu Verkaufsrate

Category (Kategorisierung)

Der Category-Bewerter ermöglicht es, vollautomatisch Gespräche kategorisieren zu lassen. Hierfür können sowohl Schlüsselwörter, als auch Phrasen auf Kunden und Agentenkanal genutzt werden. Somit lässt er z.B. auch als "Next Best Offer" Bewerter einsetzen, um für den Agenten Cross- und Upselling-Potentiale zu identifizieren.



- Automatische Kategorisierung von Anrufen über vordefinierte Phrasen und Schlüsselwörter.
- Anzeige von Hinweismeldungen, wenn bestimmte Kategorie erkannt wurden, um das nächste, beste Angebot zu unterbreiten (für Cross- und Up-Selling).



ClearSpeaking (Sprechdeutlichkeit)

EVC ist ebenfalls in der Lage, die Verständlichkeit Ihrer Agenten zu beurteilen. Dazu bewertet EVC sowohl die Aussprache der zu prüfenden Phrasen als auch die Sprechgeschwindigkeit. Die auf dieser Auswertung basierenden, agentenspezifischen Statistiken eignen sich ideal für Schulungsmaßnahmen sowie für die Überprüfung der Wirksamkeit von Coachings.

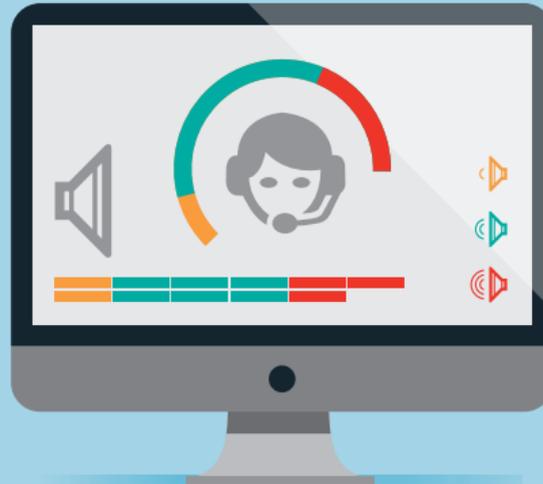


Besteht aus SpeakingRate

- Warnmeldungen werden automatisch gezeigt, wenn der Agent zu schnell spricht.
- Bestimmung des durchschnittlichen Sprechtempos für Agenten und Phrase-Clearness-Auswertungen.
- Überprüfung auf dialektfreie bzw. korrekte Aussprache.
- Überprüfung konstanter Klarheit der Aussprache.

Volume (Lautstärke)

Bewertung der Lautstärke von Agent und/oder Kunde. Dabei wird unterschieden, wann überhaupt gesprochen wird (und wann nur Hintergrundgeräusche anliegen) und ob zu laut oder zu leise gesprochen wird. Damit werden allgemeine Hinweise für die Aufnahmelautstärke der Systeme und Positionierung der Headset-Mikrone sichtbar. Im Live-Modus sieht der Agent sofort, wenn er vom Kunden als „zu laut“ oder „zu leise“ wahrgenommen wird und kann sofort die Position des Mikrofons seines Headsets anpassen.



- Zeigt dem Agenten Hinweise, ob er zu leise oder zu laut gehört wird (Position des Mikros ggfs. ändern).
- Zur Identifizierung von systematischen Fehlkonfigurationen in IT-Komponenten, die zu leise oder zu laute Stimmen verursachen.



StressLevel (Emotionalität)

Bewertung des Erregungslevels von Agent und/oder Kunde. Ein hoher Erregungslevel weist auf große Freude, Aufregung oder Ärger hin. Ein besonders niedriger Erregungslevel weist auf sehr starke Ruhe, Langeweile oder Müdigkeit hin. Ein neutraler Erregungslevel wird standardmäßig als „gut“ angesehen. Der Bewerter ermöglicht es zu sehen, wie Agenten mit den Stimmungen der Kunden umgehen.



Des Weiteren lassen sich besonders „aufgeregte“ oder „langweilige“ Gespräche auffinden.

- Erkennung und Erfassung von relevanten Gesprächen (sehr hohe/sehr geringe Emotionalität).
- Ermittlung des Einflusses von Emotionalität der Agenten-Gesprächsführung (und/oder Kunden) auf die Erfolgsquote.



SpeechRatio (Redeanteile)

Bewertung der Gesprächsanteile von Agent und Kunde. Es kann ein Zielverhältnis definiert werden, welches als „gut“ empfunden wird (z.B. 80% Agent, 20% Kunde). Je weiter sich die Anteile vom Zielverhältnis im Gespräch entfernen, umso schlechter fällt die Bewertung aus. Dieser Bewerter eignet sich, um Gespräche zu finden bei denen besonders auffällig von dem üblichen Gesprächsverhältnis abgewichen wird. Dies bietet Trainern zusätzliche Möglichkeiten zu analysieren, warum sich verschiedene Verhaltensweise der Agenten unterschiedlich auf den Gesprächsfluss auswirken.



- Wer führt beim Telefonat das Gespräch: Kunde oder Agent?
- Einfluss des Gesprächsverhältnisses zur Erfolgsquote der Gespräche.
- Zur Erkennung, wenn Kunden in Gesprächszusammenfassungen noch offene Fragen haben.

CrossTalk (Ins Wort fallen)

Bewertung des „Ausreden lassens“ der Gesprächsteilnehmer. Lässt ein Gesprächsteilnehmer den anderen nicht ausreden, sondern fällt ihm ins Wort, erfolgt eine negative Bewertung. Je länger und häufiger dem Gegenüber reingesprochen wird, umso schlechter fällt die Bewertung aus. Dieser Bewertung ist aus Sicht des Kunden und/oder des Agenten einsetzbar (es wird also auch unterschieden, wer wem ins Wort fällt). Dieser Bewerter zeigt typische Fehler auf, wie z.B. das „abwimmeln“ eines Kunden indem man versucht sich zu verabschieden, während der Kunde noch redet.



Ebenso gibt es Aufschluss, ob der Kunde dem Agenten häufig reinredet, was ein Indikator dafür ist, dass der er das Thema bereits verstanden oder allgemein kein Interesse hat.

- Ermittlung der Agenten, die den Kunden unterbrechen, um das Gespräch zu beschleunigen.
- Zur Überprüfung, ob der Kunde den Agenten unterbricht (z.B. um zu erkennen, ob der Kunden ggfs. immer noch offene Fragen hat).

SignalQuality (Signalqualität)

Kann in Echtzeit die Tonqualität von Agent oder Kunde und deren Art bewerten (z.B. verrauscht, Jitter oder übersteuert).



- Erkennung schlechter Verbindungen, defekter Mikrofone oder allgemeiner Audioprobleme.
- Erfassung systematische Fehlkonfigurationen/ Fehler in IT-Komponenten, die zu schlechter Qualität führen.
- Zusammenhang von Signalqualität des Kunden und Kanal des Carriers. Fehler können im Carrier-Netz identifiziert (und verifiziert) werden.
- Erkennen von Geräusch-"Hot Spots".
- Identifizierung lauter Umgebungsgereusche im Contact Center.

DynamicRange (Dynamikbereich)

Bewertung des Dynamikbereiches. Dabei wird analysiert, ob die Stimme in einem natürlichen Dynamikbereich zu hören ist. Dieser ist gegeben, wenn die Stimme blechern (höhenlastig, fehlende Bässe) oder dumpf (basslastig, fehlende Höhen) klingt. Ab einer konfigurierten Grenze kann dem Agenten im LiveClient ein Hinweis angezeigt.



- Hardware-Überprüfung (z.B. defektes Headset).
- Erkennung weiterer (verständlicher) Stimmen im Hintergrund (Agenten zu dicht nebeneinander).
- Erkennung niedriger Bandbreiten im Contact Center (durch Erkennung dynamischer Codec-Komprimierungen).
- Erkennung von Hot Spots, in denen mehrere Agenten in einem Gespräch gehört werden.

Pause (Pausenverhalten)

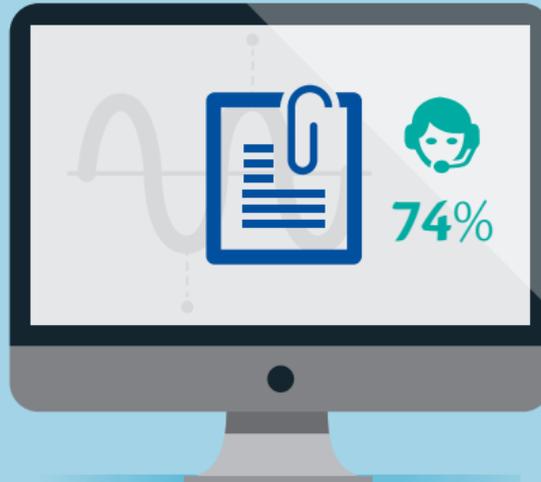
Analysiert und bewertet Satzlängen und Pausenverhalten des Mitarbeiters. Das heißt, hört der Agent aktiv zu, wenn der Kunde spricht oder spricht ein Agent ununterbrochen, so dass es unter Umständen schwer ist, ihm zu folgen. Oft entstehende Pausen bei mehreren Agenten in der Kamapagne geben ausserdem einen Hinweis auf ein schlechtes Skript-Design.



- Bewertung von "aktivem Zuhören" (Bleibt der Agent stumm, wenn der Kunde spricht, oder bestätigt er regelmäßig seine Anwesenheit mit „Ja“, „okay“ o.ä. ?).
- Überprüfung auf "den Kunden allein lassen". (Gibt der Agent regelmäßig Updates seines Tuns, wenn er etwas überprüfen muss?)
- Suche nach langen systematischen Pausen. (Identifizieren und optimieren Sie Kampagnen, Prozesse, Skripte mit regelmäßigen Pausen.)
- Agenten erkennen, die nicht genügend Gesprächspausen machen (Evaluierung von Agentensprechverhalten).

MetaData (Zusatzinformationen)

Integrieren Sie zusätzliche Daten und KPIs in den VocalCoach: es können beliebig externe Meta-Daten durch den Analyzer geleitet und bewertet werden. So können Sie die Reports einzelner Gespräche um z.B. AHT, Erfolgsquoten u.v.m. erweitern. Diese Meta-Daten können auch in Echtzeit ebenso wie die Daten der Gesprächsanalyse mit einem Scorewert zwischen 0 und 100% belegt werden.



- Integration von vorhandenen Meta-Daten und KPIs in den Analyzer.
- Bewertung der Meta-Daten in Echtzeit (z.B. Anrufdauer als Wert zwischen 0% und 100%, lange Gespräche bekommen schlechtes Scoring).
- Leere Bewerter für manuelle Befüllung anlegen (ähnlich einer Scorecard – Beispiel: Metadatenbewerter mit dem Namen „Freundlichkeit“. Die Ergebnisse schreibt die QS-Abteilung des Contact Centers manuell in den Analyzer.



Enghouse
Interactive



ELSBETH