

almato

contact center solutions

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

INHALT

1. **ERFOLGSREZEPT**
Kundenservice macht den Unterschied.
2. **CLICK2COACH**
Die drei Dimensionen des Quality Monitoring.
3. **PERSPEKTIVEN**
VoRWEG gehen mit Quality Monitoring.
4. **AUS DER PRAXIS**
Die drei wichtigsten Themen für Call Center.
5. **KOMMUNIKATION**
almato auf allen Kanälen.
6. **FACHMESSEN**
Alles Event!?
7. **ALMATO-TEAM**
Wir stellen uns vor.

herzlich willkommen auf der Zielgeraden. Nur noch wenige Weihnachtsfeiern gilt es zu meistern, bis wir gemeinsam zumindest für einige Tage einen Gang zurückschalten können. Die immer wieder auflodernde Diskussion um kostenlose Warteschleifen sowie die Debatte um das Beschäftigtendatenschutzgesetz, um nur zwei Beispiele zu nennen, hat die Entscheider im Contact Center und Kundenservice 2010 auf Trab gehalten.

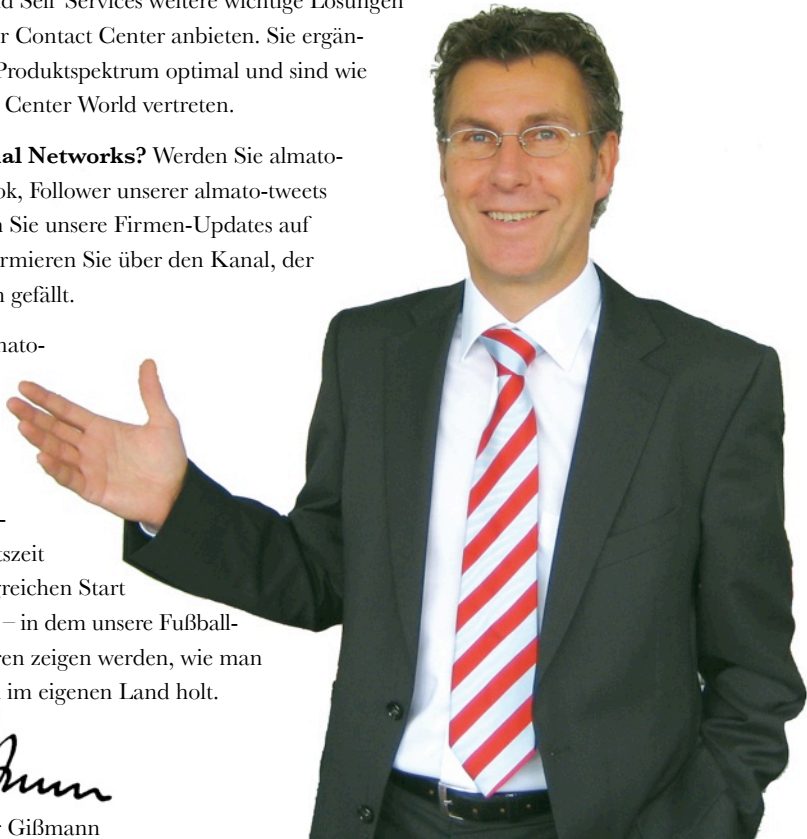
Qualität im Kundenkontakt ist der entscheidende Erfolgsfaktor, wenn es um Service und Zufriedenheit des Kunden geht. Dieser wichtige Aspekt ist der rote Faden der vorliegenden Ausgabe von almato aktuell. **Unsere Quality Monitoring und Coaching Lösungen sind das ideale Instrument, um Kundenmanagern in ihrer anspruchsvollen Aufgabe zu unterstützen.** Lesen Sie Beispiele, wie Unternehmen Quality Monitoring intern oder zur Steuerung ihrer Dienstleister einsetzen.

Wie gesagt, das Jahr ist noch nicht zu Ende, da schauen wir schon auf den ersten wichtigen Termin der Branche im neuen Jahr: **besuchen Sie uns vom 21.-24. Februar auf der Call Center World in Berlin.** Informieren Sie sich über unsere Produkte und lernen Sie das almato-Team kennen. In diesem Zusammenhang weise ich Sie gerne auf unsere Partner USU und Excelsis hin, die mit Knowledge-management und Self Services weitere wichtige Lösungen und Produkte für Contact Center anbieten. Sie ergänzen das almato Produktspektrum optimal und sind wie wir auf der Call Center World vertreten.

Sie lieben social Networks? Werden Sie almato-Fan auf Facebook, Follower unserer almato-tweets oder abonnieren Sie unsere Firmen-Updates auf XING! Wir informieren Sie über den Kanal, der Ihnen am besten gefällt.

Das gesamte almato-Team wünscht Ihnen nun viel Freude mit unserem Newsletter, eine erholsame Weihnachtszeit und einen erfolgreichen Start in das Jahr 2011 – in dem unsere Fußballfrauen den Herren zeigen werden, wie man einen WM-Titel im eigenen Land holt.


Peter Gißmann



Erfolgsrezept

Kundenservice macht den Unterschied



Was bildet die Basis erfolgreicher Geschäftsmodelle? Die Fokussierung auf den Kunden. So banal das auch klingen mag, um so wichtiger ist die Beachtung dieses Postulats. Kunden sind mehr als Abnehmer von Gütern und Dienstleistungen.

Ein zufriedener Kunde trägt zum Umsatzwachstum bei, spricht positiv über Produkte und das Unternehmen, empfiehlt das Unternehmen weiter und ist dem Unternehmen treu. Gerade vom letzten Punkt haben viele Unternehmen profitiert, die die abklingende Wirtschaftskrise gut gemeistert haben. Doch wie erfahren wir die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden?

Machen Sie Kundenorientierung zur Chefsache. Bewährt hat sich, auf Geschäftsleitungsebene eine Position zu schaffen, die sich nur um die Zufriedenheit der Kunden kümmert: den Chief Customer Officer.

Der Chief Customer Officer

Mit dem Ziel, den Kunden stärker an das Unternehmen zu binden, vertritt der Chief Customer Officer, kurz: CCO, erst einmal die Interessen und die Sicht des Kunden. Dazu verfügt er im Idealfall über umfassende Branchenkenntnisse, beherrscht das gesamte Marketing- und Vertriebsspektrum und weist auch interdisziplinäre Fähigkeiten auf, um sich beispielsweise in die Bereiche Produktentwicklung, Personal oder After Sales Service einzubringen. „Vom Kopf des Kunden aus rückwärts denken“ dieser Satz aus einer IBM-Studie bringt die Aufgabenbeschreibung des CCOs auf den Punkt.

Eine Herausforderung vieler CCOs besteht darin, die Vielzahl an Wünschen, Verbesserungsvorschlägen und Anmerkungen der Kunden zu erfassen und auszuwerten, um diese dann später in die Produktentwicklung einfließen zu lassen. Genau hierbei unterstützen die Produkte von almato.

Qualität im Kundenkontakt

Die Produkte von almato setzen dort an, wo der Kunde zu Wort kommt: in den Call und Contact Centern von Unternehmen. Gespräche können aufgenommen und ausgewertet werden, Kundenumfragen automatisiert durchgeführt werden, umfangreiche Analysen gefahren werden und ein ausgefeiltes Reporting System liefert Entscheidern komprimierte Informationen. Darüber hinaus wird durch Softwarekomponenten die Qualität der Gesprächsführung von Call Center Agenten bewertet und durch eLearning Konzepte individuell gefördert. Weitere Produkte von almato vernetzen gespeicherte Informationen aus der Kundenkontakthistorie mit aktuellen Produktinformationen, so dass der Agent während des Gesprächs umfassend informiert ist und den Kunden mit seinen Wünschen entsprechend bedienen kann. almato-Produkte stellen das Handwerkszeug eines erfahrenen Kundenmanagers dar. Sie liefern effiziente Informationen über die Kunden und tragen in ihrer aufbereiteten Darstellung dazu bei, schnell Entscheidungen zu treffen.

Kundenservice 2.0

Es ist erfreulich, dass Kundenorientierung bei immer mehr Unternehmen oberste Priorität genießt. Die Veränderungen von Marktstrukturen und der Trend zu sozialen Medien machen dieses Umdenken auch dringend notwendig.

Ist der Käufer heute mit seinem Produkt nicht zufrieden, wissen es morgen alle anderen Interessenten und potenziellen Kunden des Unternehmens. Über Communities, Chats, Bewertungs-Tools, Ranglisten oder Kommentarfunktionen übt der Kunde eine starke Macht aus und beeinflusst nachhaltig die Wahrnehmung von Produkten und Dienstleistungen.

Ein funktionierender, von den Kunden anerkannter Service wird zukünftig der entscheidende Erfolgsfaktor für Unternehmen sein.

Weitere Informationen zu unseren Produkten für mehr Kundenservice: peter.beckschaefer@almato.de

Click2Coach

Die drei Dimensionen des Quality Monitoring



Die Qualität muss auf den Punkt genau stimmen.

Quality Monitoring hat sich in der Kundenservice-Branche als Begriff etabliert und wird an verschiedenen Stellen eingesetzt. Nur wenige sind sich allerdings bewusst, wie vielfältig die Lösungen genutzt werden können.

„Man kann die Einsatzfelder einer Quality Monitoring-Lösung in drei Rubriken einteilen“, erklärt Peter Beckschäfer, Vertriebsleiter bei almato. „Zum einen gibt es den Einsatz der Lösung innerhalb des Kundenservice eines Unternehmens, und zum anderen in den Call Centern eines Dienstleisters, der damit die Qualität der eigenen Arbeit misst. Als dritte Dimension kommt der Fall hinzu, wenn Unternehmen die Quality Monitoring-Lösung dazu nutzen, die Arbeit ihrer Servicedienstleister auszuwerten.“

Click2Coach im Inhouse-Einsatz

Mit über 35.000 Kunden in Deutschland ist die Ingram Micro Distribution GmbH ein Unternehmen, bei dem der tägliche Kontakt zu Kunden den Geschäftserfolg maßgeblich bestimmt. Der führende Großhändler in Deutschland für Produkte der Informationstechnologie setzt seit zwei Jahren auf die integrierte Quality Monitoring- und Coaching-Lösung. „Unsere Vertriebsmitarbeiter formen das Bild des Unternehmens gegenüber unseren Kunden. Ist ein Kundenbetreuer freundlich, kompetent und hilfsbereit, ruf man gern an. Ein durchgängig hoher Qualitätslevel im Service, vor allem im Kontakt mit Kunden, ist eine wichtige Grundlage für unser Geschäft“, erklärt Marcus Adä, Vice President Sales der Ingram Micro Distribution GmbH.

Internes Qualitätsmonitoring bei Call Center-Dienstleistern

Die steigende Bedeutung von Kundenloyalität, der wachsende Anspruch der Kunden an die Servicequalität sowie der zunehmende Kostendruck haben dafür gesorgt, dass die Verantwortlichen permanent an den Fähigkeiten der Agenten und an der Ergiebigkeit der Prozesse feilen müssen. „Outsourcing Anbieter wie unser Unternehmen sehen sich großen Herausforderung

ausgesetzt“, erklärt Stephan Schmidt, Abteilungsleiter Qualitätsmanagement bei CommuniGate in Passau. „Wir benötigen Lösungen, die es uns ermöglichen, Prozesse sowie Stärken und Schwächen unserer Mitarbeiter auszuwerten und gemeinsam die Qualität unserer Arbeit zu verbessern. Mit Click2Coach von almato haben wir das richtige Werkzeug gefunden.“

Die CommuniGate Kommunikationsservice GmbH wurde 1998 als Tochterunternehmen der Bayern Card-Services GmbH und der Lufthansa AirPlus Servicekarten GmbH gegründet und ist seither als Kommunikationsdienstleister tätig. Heute vertrauen viele renommierte Unternehmen den CommuniGate-Serviceleistungen. Darunter sind bekannte Namen wie HUK-Coburg, Porsche, oder die Deutsche Kreditbank. Das Unternehmen beschäftigt ca. 420 Mitarbeiter am Standort Passau. Jährlich werden über 2 Millionen Inbound- und Outbound-Telefonate geführt.

Die dritte Dimension

Zur Steuerung und Kontrolle seiner Dienstleister setzt die RWE Kundenservice GmbH Click2Coach ein. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen, das 36 Kundencenter und 18 Servicepunkte unterhält, über 1.100 Mitarbeiter, die 4,2 Millionen Kundenkontakte pro Jahr bearbeiten. Aus den Messungen, die das Qualitätssicherungsteam der RWE Kundenservice GmbH seinen Dienstleistern zur Verfügung stellt, können dort zielgerichtete Maßnahmen abgeleitet werden, die sowohl individuelles Feedback als auch verbesserte Informationsaufbereitung für alle Mitarbeiter umfassen.

„Diese Beispiele zeigen, wie sich Quality Monitoring in verschiedenen Umgebungen etabliert hat“, sagt Peter Beckschäfer. „Der modulare Aufbau der Lösung und die Möglichkeit, Click2Coach standortübergreifend einzusetzen sind weitere Faktoren, die die Lösung für einen vielseitigen Einsatz attraktiv machen.“

Perspektiven

VoRWEg gehen mit Quality Monitoring



Die RWE Kundenservice GmbH beginnt – unterstützt von almato – mit der Einführung von Click2Coach. Mit der Lösung für das Qualitätsmonitoring im Kundenservice werden

sowohl die externen Contact Center-Dienstleister als auch das Qualitätssicherungsteam des Unternehmens in die Lage versetzt, die Qualität und die Kompetenz der Mitarbeiter zu messen. Mit Hilfe dieser Messungen wird der Kundenservice permanent weiterentwickelt und die Qualität nachhaltig gesichert.

Seit 2003 bietet die RWE Kundenservice GmbH zahlreiche Dienstleistungen unter anderem für Energielieferanten und Wasserversorger. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen über 1.100 Mitarbeiter, die 4,2 Millionen Kundenkontakte pro Jahr bearbeiten.

„Uns ist es wichtig, Qualitätsanforderungen klar definieren zu können und durch einheitliche Kriterien nachvollziehbar zu belegen, welche Ansprüche wir an unsere externen Kundenservice-Dienstleister haben. Die Lösung von almato hilft uns dabei, die Qualität unserer Partner zu messen und sie dabei zu unterstützen, sich kontinuierlich zu verbessern“, erklärt Jochen Lemper, Leiter des Kunden-Kompetenz-Centers der RWE Kundenservice GmbH. „Exzellenter Kundenservice

ist ein zentrales Differenzierungsmerkmal im Energiemarkt, und wir streben hier ganz klar an, unsere Qualitätsführerschaft dauerhaft auszubauen.“

Bestätigt wird diese Strategie von einer aktuellen Studie zum Kundenservice von Energieunternehmen. Demnach hat der Kundenservice für 99 Prozent der Energieversorger einen hohen bis sehr hohen Stellenwert für den Unternehmenserfolg. Als zentralen Bestandteil des Kundenservice nennt die Studie die Qualität im Kundenkontakt, durch die besonders engagierte Energieunternehmen eine herausragende Marktposition sichern können. Die wachsenden Ansprüche an den Kundenservice können aber nur dann erfüllt werden, wenn effiziente Systeme zur Messung der Servicequalität und zum Coaching der Mitarbeiter eingesetzt werden. Mit Click2Coach hat sich die RWE Kundenservice GmbH für eine Lösung entschieden, die den Unternehmen und seinen Dienstleistern genau dies ermöglicht.

Nach Abschluss der erfolgreichen Pilotphase im Produktivbetrieb führt die RWE Kundenservice GmbH nun schrittweise unsere Quality Monitoring-Lösung bei ihren Dienstleistern ein.

Weitere Informationen:

peter.beckschaefer@almato.de

CLICK2COACH

QUALITY MONITORING UND COACHING

Click2Coach stellt als einzigartiges Softwarepaket eine umfassende Lösung dar, die bedarfsgerechtes und individualisiertes Coaching, eLearning, automatisches Aufzeichnen von Interaktionen und deren Evaluierung integriert. Diese Informationen werden über eine browserbasierte Anwendung direkt am Agentenarbeitsplatz bereitgestellt. Mit Click2Coach messen Sie die Kommunikationsqualität Ihrer Mitarbeiter und identifizieren latenten Trainingsbedarf. Das System erübrigt manuelles Monitoring von Agentenaktivitäten und ermöglicht so dem Teamleiter, sich intensiver seinen Aufgaben zu widmen.



Aus der Praxis

Die drei wichtigsten Themen für Call Center

Call Center Manager haben es nicht leicht.

Die Anforderungen der Auftraggeber – interner wie externer – steigen immer weiter, ein Ende ist nicht in Sicht. Und auch die Anrufer haben hohe Erwartungen: perfekter, freundlicher Service ohne Wartezeiten, immer und überall.

Auch die neuen, bei den Kunden beliebten Kommunikationskanäle lassen die Ansprüche an Call Center weiter steigen. Social Media wie Facebook, Twitter & Co. sind dabei, sich einen wichtigen Platz im Kundenservice zu erobern. Call Center Mitarbeiter beantworten heute längst nicht nur Anrufe sondern chatten und schreiben E-Mails, oftmals parallel.

Drei Stellschrauben

Die vielfältigen Herausforderungen, denen sich Call Center Manager jetzt stellen müssen, konkretisieren sich in den drei zentralen Themen Knowledge Management, Quality Management und Self Services. Diese Themen bieten die Stellschrauben für die Ausrichtung des Call Centers an den heute wichtigen Anforderungen des Marktes.

1. Knowledge Management

Die Zeiten des ausschließlichen auf ein Fachgebiet spezialisierten Agenten sind vorbei. Vielmehr benötigen Call Center Agenten Zugriff auf ein umfassendes Wissen über sehr diversifizierte Themengebiete. Ist diese Voraussetzung erfüllt, können Agenten mit Expertenwissen glänzen und Kundenanfragen angemessen beantworten.

2. Qualität

Anrufer im Call Center sind längst nicht mehr bereit, mäßigen Service zu tolerieren. Sie erwarten eine unmittelbare Antwort auf ihre Fragen und die Lösung ihres spezifischen Problems. Nach diesen Kriterien wird die Qualität des Kundenservice gemessen und hängt damit ganz entscheidend von den einzelnen Agenten, deren Fachkenntnis und Engagement ab.

3. Self Services

Neben den hochspezifischen Fragen beantwortet jeder Call Center Agent auch viele banale Fragen. Ein hoher Prozentsatz der Anrufe sind Routineanfragen. Diese können die Agenten zwar ohne große Mühen kompetent beantworten, sie fressen aber unnötig viel Zeit und besetzen somit Kapazitäten, die sonst für beratungsintensivere Gespräche genutzt werden könnten. In puncto Effizienz entstehen durch Self Services über Sprachportale oder Smartphone Apps große Verbesserungspotenziale.

Drei Spezialisten

Im folgenden kommen drei Experten zu Wort.

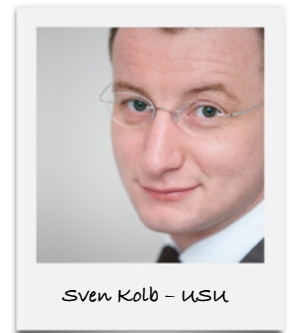
Sven Kolb ist Business Unit Manager bei der USU AG. Er leitet den Vertrieb von KnowledgeCenter und ist Experte für Wissensdatenbanken im Call und Service Center.

Thomas Geiling ist Gesellschafter bei almato und verantwortet als Leiter Marketing und PR den Bereich Kommunikation. Das Team der almato GmbH führte Quality Monitoring Lösungen bei Unternehmen wie Lufthansa und Commerzbank ein.

Marc Ollhäuser ist Leiter Produkte bei Excelsis. Er entwickelt mit seinem Team Self Service Lösungen und betreut Kunden wie Kabel Deutschland, Ikea oder Swisscom.

Der perfekte Kundenservice ist für die meisten Unternehmen noch hoffnungsvolle Zukunftsmusik – und der Weg dahin ist lang. Die drei Kundenservice-Experten erlauben Ihnen mit ihrem Wissen einen Blick in die Zukunft des Call Centers: freundliche und gut geschulte Mitarbeiter, die auf jede Frage eine Antwort wissen. Einfach zu bedienende Informationsportale, die Routineanfragen in kürzester Zeit beantworten. Kommunikation auf allen Kanälen und natürlich: zufriedene Kunden!

Zudem stellen sie wichtige Tools und Lösungen vor, mit deren Hilfe Unternehmen eben diese Ziele erreichen können.



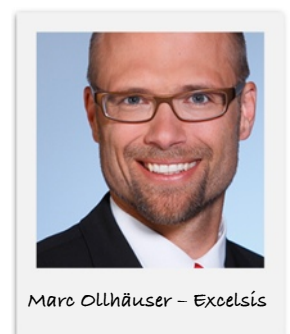
Sven Kolb – USU

+49 7141 4867 404
s.kolb@usu.de



Thomas Geiling – almato

+49 7071 795 690
thomas.geiling@almato.de



Marc Ollhäuser – Excelsis

+49 711 620 30 201
marc.ollhaeuser@excelsisnet.com



Wissensdatenbanken am Point of Contact – Lösungen von USU

Wissen Sie, was eine "Personenvereinzlungsanlage" ist?

Damit wird im amtsdeutschen Vokabular ein "Drehkreuz" bezeichnet. Babylon ist überall. Das Beispiel verdeutlicht die Schwierigkeiten auf der inhaltlichen Seite, mit denen die Service-Agents eines Call Centers jeden Tag konfrontiert sind. Der Wissenstransfer zwischen Sprachwelten ist eine der zentralen Herausforderungen. Generell gilt: etwa 80 Prozent der Kosten eines Call Centers werden durch die Problemlösung verursacht. Daher ist der Zugriff auf immer aktuelle, qualitätsgesicherte Informationen ein erfolgskritischer Faktor, wenn es um die Erhöhung der Erstkontakt-Lösungsrate oder kürzere Bearbeitungszeiten bei hoher Antwortqualität geht.

Höhere Produktivität durch das intelligente Bereitstellen von Wissen am Point of Contact - das ist das Anliegen der USU AG. Der neue Standard für Wissensdatenbanken im Call und Service Center USU KnowledgeCenter 5 ist seit kurzem als neues Release auf dem Markt. Es entstand aus der Analyse vieler Kundenabläufe und der Erfahrung aus 15 Jahren.

Ziel ist es, dem Mitarbeiter alle relevanten Informationen in einer Wissensdatenbank zur Verfügung zu stellen.

KnowledgeCenter 5 bietet dem Agenten hierfür bedarfsgerecht verschiedene Zugänge: über eine intelligente Suche, über ordnerähnliche Informationsobjekte, über eine direkte „One Click Navigation“ zu den richtigen Lösungen oder über die Integration von Nachrichten.

Der Pflegeaufwand durch selbstlernende Verfahren ist minimiert. Sämtliche Funktionen zielen auf eine deutliche Reduktion des Verwaltungsaufwandes.

Seit über 15 Jahren nutzen namhafte Unternehmen in Mitteleuropa USU Produkte im Call und Service Center. Diese beantworten damit pro Jahr über 25 Millionen individuelle Anfragen. USU liefert auch die Wissensmanagement-Technologie für die einheitliche Behördenrufnummer D115 (siehe www.d115.de).



Qualität kontinuierlich verbessern mit almato

Ob höhere Abschlussquoten, verkürzte Gesprächsdauer oder Reduktion der Kundenbeschwerden – der Agent ist die Schlüsselfigur zur erfolgreichen Gestaltung von Kundenbeziehungen. Mit den Produkten und Lösungen von almato werden Call und Con-

tact Center Mitarbeiter in die Lage versetzt, aus jedem Kundenkontakt optimale Ergebnisse zu erzielen.

Voraussetzung dafür ist eine hohe Qualifikation des Agenten, die mit den almato Quality Monitoring Systemen unterstützt wird: In regelmäßigen Abständen informiert das System, in welchen Bereichen die Gesprächsführung verbessert oder Wissensdefizite ausgeglichen werden sollten. Einzelne Auswertungen werden zu Gruppenergebnissen zusammengefasst, an Teamleiter oder Trainingsabteilungen des Unternehmens weitergeleitet und ein gezielter Coachingprozess beginnt. Diese konkrete Mitarbeiterförderung trifft auf eine hohe Akzeptanz und wird durch autodidaktische Weiterbildung, unterstützt durch almato eLearning, begleitet. Im Ergebnis werden nicht nur allgemeine Fehlerquoten reduziert, sondern die Maßnahmen tragen zu einem selbstsicheren, professionellen Auftreten am Telefon und zur gesteigerten Zufriedenheit der Mitarbeiter bei.

Während des Telefonats sind Informationen für den Agenten das A und O: Informationen über den Kunden und seine Kontakthistorie, Informationen zu Produkten, Informationen zum Einsatz der Produkte, Informationen über Cross- und Up-Selling Möglichkeiten. Hierbei unterstützt almato Real Time Interaction Management, indem es dem Agenten genau diese Informationen während des Gesprächs anzeigt.

Zufriedene Kunden sind dem Unternehmen treu und machen mehr Umsatz. almato bietet umfassende Kundenbefragungen mit integrierten Analyse- und Reporting-Tools. Zufriedenheit wird somit gemessen, das Ergebnis analysiert und als Entscheidungsgrundlage für weitere Maßnahmen genutzt.

almato hat verstanden, was dynamische Call Center brauchen: erstklassige IT-Unterstützung, einfache Handhabung der Systeme, effizientes Reporting. Damit steigt die Beratungsqualität am Telefon und es kann flexibel auf Geschäftsanforderungen und Kundenreaktionen eingegangen werden.



Effiziente Abläufe mit Self Services von Excelsis

Top Kundenservice ist ein wichtiger Faktor für den Erfolg, doch kein Unternehmen will sich ein 24/7 Call Center leisten, in dem hochqualifizierte Mitarbeiter ihre Zeit damit verbringen, ausschließlich einfache Routineanfragen zu bearbeiten. Beispiel User Help Desk: in vielen Firmen entstehen rund 50% aller internen Anrufe im Help Desk durch vergessene Passwörter, die zurückgesetzt werden müssen.

Eine clevere Lösung zur Steigerung der Effizienz im Call Center ist der Einsatz von Self Services. Ein intelligentes Sprachportal entlastet die Agenten von Routineanfragen und liefert dem Anru-

fer die Antwort auf seine Frage oder die Lösung für sein Problem, 24/7, ohne Warteschleife und stets höflich und freundlich.

Wer jetzt an Sprachcomputer denkt, bei denen sich der Anrufer mühsam durch ein Telefontasten-Menü arbeiten muss („Für Äpfel drücken Sie die 1, für Bananen die 2“) liegt falsch. Unsere modernen Sprachportale orientieren sich streng an den Anforderungen der Anrufer. Sie verstehen natürlich gesprochene Eingaben und reagieren angemessen darauf. Powerusern erlauben sie ein schnelles Navigieren und geben „Anfängern“ die nötigen Hilfen.

Die Einsatzszenarien sind vielseitig und reichen von der erwähnten Passwortrücksetzung über das Durchführen von Kundenbefragungen und das Erfassen von Bestellungen bis hin zu Fahrplanauskünften und dem Freischalten von SIM- Karten für Mobiltelefone.

Sprachportale können eingesetzt werden, um das Anliegen des Anrufers zu erheben und den Anruf gleich an den entsprechenden Experten im Call Center weiter zu leiten. Sind alle Leitungen besetzt, kann das System Rückrufwünsche aufnehmen und diese bei freien Kapazitäten durchführen lassen.

Durch den Einsatz von Voice Biometrics können auch sensible Kundendaten sicher abgefragt und verarbeitet werden. Hat sich der Anrufer einmalig im System registriert, kann er sich mit seiner Stimme zweifelsfrei authentifizieren. Diese hochsichere Lösung erfüllt auch weitgehende Ansprüche und ermöglicht Anwendungen wie Voice Banking.

Derzeit machen vor allem mobile Applikationen Furore: professionell designte Smartphone Apps bieten Kunden alle bereits er-

wähnten Vorteile von Self Services. Benutzer können jederzeit genau die Informationen abrufen, die sie brauchen, kostenlos und ohne Wartezeit. Wichtige Anwendungsbeispiele sind Apps für Mobile Banking, zum Einholen von Fahrplanauskünften oder mit Bildern und Videos angereicherte Installations- und Montageanleitungen.



Ihre Partner zum Erfolg

Mehr Informationen zu unseren Lösungen und Tools? Kommen Sie doch bei uns vorbei! Die Wege zwischen den Firmenzentralen sind kurz, verbinden sie einfach Ihren Besuch bei almato in Tübingen mit einem Termin bei USU in Möglingen und Excelsis in Stuttgart.

Noch näher geht es nur auf der Call Center World vom 22.- 24. Februar 2011 in Berlin: nur wenige Meter trennen hier unsere Ausstellerstände!

Alle wichtigen Informationen finden Sie auch im Internet auf unserer gemeinsamen Website www.die-drei-topt Themen-im-callcenter.de

USU AG – The Knowledge Business Company – CallCenterWorld 2011

http://www.die-drei-topt Themen-im-callcenter.de

Apple (13) Apple Amazon Yahoo! Google Maps eBay Yahoo! YouTube Wikipedia News (785) Beliebt

Home | Die 3 Top-Themen | USU AG | almato | Excelsis | Vorträge CCW 2011 | Anmeldung / Gratis-Ticket

USU
The Knowledge Business Company

CALLCENTER WORLD 2011

22.-24. Februar in Berlin
Wir präsentieren Ihnen unsere Lösungen zu den 3 Top-Themen im Call-Center: Wissensdatenbank, Qualität und Self-Services

almato
contact center solutions

excelsis
BUSINESS TECHNOLOGY

Herzlich willkommen zur CallCenterWorld® 2011 - der 13. Internationalen Kongressmesse für Call Center Management!

Auf unserer Messe-Website präsentieren wir Ihnen gemeinsam - USU AG, almato GmbH und Excelsis Business Technology AG - unsere Lösungen zu diesen drei Top-Themen im Call-Center:

- **Wissensdatenbank:** Zugriff auf umfassendes Wissen über sehr diversifizierte Themengebiete
- **Qualitätsmanagement:** Unmittelbare Antwort auf Kundenfragen und Lösung spezifischer Probleme
- **Self-Services:** Erweiterung des Service-Angebots und Entlastung der Agenten von Routineaufgaben

Ansprechpartner
USU AG
Dr. Thomas Gerick
Spitalhof
D-71696 Möglingen

Telefon: +49.7141.4867-440
Telefax: +49.7141.4867-909
events@usu.de

Wichtige Links
→ [Hallenplan](#)
→ [Messeprogramm](#)
→ [CALLCENTER WORLD 2011](#)

Kommunikation

almato auf allen Kanälen



„Man kann nicht nicht kommunizieren“ – diese schlaue Bemerkung von Paul Watzlawick, auch metakommunikatives Axiom genannt, hat sich die almato in den vergangenen Monaten zu Herzen genommen und die Unternehmenskommunikation auf eine Vielzahl von Kanälen und Medien ausgedehnt.

Einer der etablierten Kanäle: dieser Newsletter. Seit 2 Jahren wenden wir uns durchschnittlich alle drei Monate an Kunden und Partner des Unternehmens. Hier werden aktuelle Themen detailliert dargestellt, Kundenprojekte ausführlich erläutert, über Produktnews informiert und unsere Meinung zu Branchentrends dargelegt. Eine Mischung aus technischen, wirtschaftlichen und kurzweiligen Themen ist in dieser Form nur im Newsletter möglich, der als PDF am Bildschirm oder auch als Ausdruck gelesen werden kann.

Hand in Hand mit externer PR-Beratung

Die aktuelle Version des Newsletter, aber auch alle vorhergehenden Ausgaben, sind im Archiv unserer Website zu finden (www.almato.de). Daneben bietet unsere Website zahlreiche Texte über Referenzkunden und unsere Produkte. Neben diesen recht statischen Inhalten sind auf der Website auch aktuelle Informationen in der Rubriken „News“ und „Presse“ zu finden. Hier werden sowohl unsere Veröffentlichungen in den Fachmedien angeboten als auch die aktuellen Pressemitteilungen.

Genau diese Pressemitteilungen und Fachartikel haben bei uns in den vergangenen Monaten einen hohen Stellenwert eigenommen. Dazu setzen wir seit März auf die Unterstützung eines externen PR-Beraters. Die Fachbeiträge werden in enger Abstimmung mit der Agentur entwickelt und den entsprechenden Magazinen angeboten. Auch bei den Pressemitteilungen, die sich entweder auf News des Unternehmens oder aktuelle Trends der Branche beziehen, arbeiten wir eng mit unserer Agentur zusammen. Die Pressemitteilungen werden an Journalisten versendet, auf der Website eingestellt und zudem via Twitter und Facebook kommuniziert. Wir finden, dass gerade die regelmäßigen Pressemitteilungen ein gutes Werkzeug sind, das Unternehmen klar zu positionieren und sich immer wieder bei den Fachmedien und deren Lesern ins Gedächtnis zu rufen. Unser Ziel ist, bei allen Kommunikationsaktivitäten möglichst viele Kanäle mit einem Thema zu bedienen, um Synergieeffekte zu erzeugen.

Gezwitscher aus Tübingen

Apropos Synergieeffekte: Auch Twitter wird seit geraumer Zeit regelmäßig von uns genutzt (www.twitter.com/almato_tweet). Die Tweets beziehen sich dabei nicht nur auf aktuelle Pressemeldungen, sondern weisen auch auf Meldungen der führenden Branchenmedien hin. Zudem erscheint das Gezwitscher aus Tübingen (to tweet = zwitschern) auch auf der Pinnwand unseres Facebook-Profiles. Hier sind zudem Bilder, Veranstaltungshinweise und Informationen zu uns zu finden. Im Gegensatz zu Twitter bietet Facebook mehr Möglichkeiten zur Darstellung von Informationen und zum Dialog mit Kunden und Partnern.

Der jüngste Zögling in der almato-Kommunikationsfamilie ist das Businessnetzwerk XING. Hier haben wir uns vor wenigen Wochen ein erstes Profil eingerichtet (www.xing.com/companies/almatogmbh) und werden dort in Zukunft zahlreiche Inhalte der anderen Kanäle zusammenfassen. Durch diese sehr umfangreiche Kommunikationsstrategie ermöglichen wir es unseren Kunden und Partnern selbst zu wählen, wo, wie und wann sie sich über uns informieren wollen. Wir achten sehr genau darauf, die verschiedenen Kommunikationskanäle miteinander zu vernetzen und verschiedene Inhalte jeweils dem Kanal entsprechend aufzuarbeiten. So realisieren wir sehr effizient eine professionelle Unternehmenskommunikation.

Fachmessen

Alles Event!?

Weniger Masse – mehr Klasse.

Ruhe und Beschaulichkeit, diese klassischen Attribute kommen einem in den Sinn, wenn man an den Herbst denkt. Blickt man jedoch auf den Herbst 2010 zurück, dann stellt sich rasch ein ganz anderes Gefühl ein: So mancher Mitarbeiter eines Unternehmens aus der Servicebranche stand mehr als einmal vor der Herausforderung, binnen weniger Tage kreuz und quer durch das Land zu reisen, um Messen, Kongresse und Events jeglicher Art zu besuchen. Es standen an: be.connected, CRM-Expo, Contact Center Trends, Call Center Science – um nur einige zu nennen.

Um so erfreulicher, die hohe Akzeptanz des almato User Forums.

Bei der sechsten Auflage des almato User Forums in Stuttgart diskutierten Technologieanbieter, Dienstleister sowie die Serviceverantwortlichen mittelständischer und großer Unternehmen die aktuellen Herausforderungen im Contact Center. Bei den 50 Teilnehmern der zweitägigen Veranstaltung stieß vor allem das Thema Quality Monitoring auf breites Interesse. Steigende Ansprüche an die Qualität im Kundenservice sowie permanenter Kostendruck entpuppten sich dabei als die wichtigsten Triebfedern für die Nachfrage an Quality Monitoring-Lösungen.

Hoch geschätzt war neben Vorträgen und Praxisbeispielen vor allem der aktive interdisziplinäre Austausch unter den Experten. „Eine Veranstaltung wie das almato User Forum ist vor allem immer dann interessant für uns, wenn wir uns mit Experten austauschen können, die vor der gleichen Herausforderung stehen und entweder Lösungen dafür anbieten oder selbst schon entsprechende Systeme einsetzen. Ich gehe davon aus, dass wir

auch im kommenden Jahr wieder das User Forum nutzen werden, um neue Anstöße zu erhalten“, so Stephan Schmidt, Abteilungsleiter Qualitätsmanagement bei CommuniGate in Passau.

Mit dem almato User Forum haben wir also im Gegensatz zu sonstigen Veranstaltungen einen anderen, weil nachhaltigeren Pfad eingeschlagen, der eine klar beschriebene Zielgruppe anspricht sowie den Raum zum Gedankenaustausch und für Diskussionen bietet.



Vom 21. - 24. Februar öffnet die Call Center World in Berlin – laut Veranstalter Europas größter Treffpunkt der Call Center Branche – wieder Ihre Pforten. Wie auch in den vergangenen Jahren finden Sie unser Team am Stand B7 in Halle 4.

„**Wir sind Kundenservice**“ lautet das Motto der Veranstaltung und trifft damit bei uns voll ins Schwarze. Wir werden unsere Produkte rund um das Thema Quality Monitoring und deren vielfältige Einsatzszenarien präsentieren.

Mit unseren Partnern USU und Excelsis zeigen wir zudem exklusiv „Die drei Top-Themen der Call Center Branche“. Dabei geht jedes Unternehmen auf sein Spezialgebiet ein: USU erläutert Knowledge Management, Excelsis unterstreicht die Wichtigkeit von Self Services und almato präsentiert den Aspekt Qualität in Call und Contact Centern. Alle drei Anbieter ergänzen sich perfekt in ihrem Portfolio und bieten Messebesuchern die Möglichkeit, mit allen dreien vor Ort zu diskutieren.

Melden Sie sich heute noch für einen persönlichen Termin an – unter www.die-drei-topthemen-im-callcenter.de oder bei peter.beckschaefer@almato.de.

KALENDER

Treffen Sie unsere Experten an zahlreichen Veranstaltungen und Terminen.

FEBRUAR

21.-24.2.2011

Call Center World 2011,
Berlin

SEPTEMBER/OKTOBER

7. almato User Forum, Stuttgart

5.-6.10.2011

CRM-expo, Nürnberg

NOVEMBER

2.-3.11.2011

be.connected.

Forum der Messe Frankfurt a.M.

8.11.2011

Erfolgreiches Callcenter 2011
Hanau

8.-9.11.2011

StrategieTage CRM & Call Center
Bergisch Gladbach

Kein passender Termin dabei?
Rufen Sie uns an, wir kommen
gerne zu Ihnen vor Ort:
+49 7071 79569 0.

almato-Team

Unsere Experten stellen sich vor



Benjamin Pellkofer

Benjamin Pellkofer ist Technical Consultant und verantwortlich für die Bereiche Support und Helpdesk.

Seine Begeisterung für Technik begann im Kindesalter und schon mit dem ersten PC war klar, dass Benjamin Pellkofer in diesem Bereich arbeiten will. Als ausgebildeter Fachinformatiker für Systemintegration arbeitet er nun schon seit über fünf Jahren in den Bereichen Administration von Servern, Aufbau und Ver-

waltung von Netzwerken, Programmierung von Windows- und Webanwendungen und übernimmt die Betreuung von Kunden und Mitarbeitern.

Auch nach einem kurzen Wechsel zur Bundeswehr kehrte Benjamin Pellkofer wieder in sein Berufsumfeld zurück und arbeitet seitdem als Technical Consultant bei almato im Bereich Support und Helpdesk. „Hier kann ich mein früheres Wissen umfassend anwenden, sei es bei der Integration von Click2Coach oder beim telefonischen Support für Kunden.“

In seiner Freizeit beschäftigt sich Benjamin Pellkofer mit verschiedenen Aktivitäten: In den Wintermonaten fährt er gern nach Österreich und in die Schweiz zum Snowboarden. Von April bis Oktober ist er häufig mit seinem Motorrad auf Tour. Wenn es ihn dann im Sommer ans Meer treibt, ist er meist unter Wasser beim Tauchen unterwegs.

benjamin.pellkofer@almato.de

Bleiben Sie informiert!

almato auf allen Kanälen.

Welches ist Ihr Lieblingsnetzwerk? Informieren Sie sich ganz nach Ihren Präferenzen: Abonnieren Sie unsere Firmen-Updates bei XING, folgen Sie den almato-tweets bei Twitter oder werden Sie Fan bei Facebook.

Sie sind gar kein „Networker“? Selbstverständlich informieren wir weiterhin über www.almato.de, lesen Sie unseren

Newsletter oder Publikationen in der Fachpresse. Sprechen Sie uns an!



IMPRESSUM

Weitergabe und Vervielfältigung dieser Publikation oder von Teilen daraus sind, zu welchem Zweck und in welcher Form auch immer, ohne die ausdrückliche schriftliche Genehmigung durch die almato GmbH nicht gestattet. In dieser Publikation enthaltene Informationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden.

Die vorliegenden Angaben werden von der almato GmbH bereitgestellt und dienen ausschließlich zu Informationszwecken. Die almato GmbH übernimmt keinerlei Haftung oder Garantie für Fehler oder Unvollständigkeiten in dieser Publikation.

almato, weitere Gebrauchs- und Handelsnamen, sowie Hardware- und Softwarebezeichnungen, die hier erwähnt werden, sind i.d.R. gleichzeitig eingetragene Warenzeichen oder sollten als solche betrachtet werden. Die Informationen in dieser Publikation werden ohne Rücksicht auf einen eventuellen Patentschutz veröffentlicht. Warennamen werden ohne Gewährleistung der freien Verwendbarkeit benutzt.

Copyright 2010 almato GmbH.
Alle Rechte vorbehalten.

KONTAKT

Thomas Geiling
Presse & Marketing
thomas.geiling@almato.de

almato GmbH
contact center solutions
Wöhrdstr. 5
72072 Tübingen

Tel. +49 7071 79569 0
Fax +49 7071 79569 29
info@almato.de

www.almato.de