



## E-Interview mit Klaus Jereb zum Virtual Roundtable „Sprachautomatisierung im Unternehmen“



**Titel des Interviews:** „Sprachautomatisierung im Unternehmen“  
**Name:** Klaus Jereb  
**Organisation:** CreaLog GmbH

### Liebe Leserinnen und liebe Leser,

In den kommenden Jahren werden viele Unternehmen ihr Customer Interaction Management durch den Einsatz von Sprachdialogsystemen optimieren: Die Integration dieser Systeme mit der bestehenden ACD-, CTI- und CRM- Infrastruktur schafft die Voraussetzungen für eine „intelligente“ Verknüpfung von automatisierten Diensten und qualifizierten Agenten-Services in der Kundeninteraktion im Sinne eines umfassenden Customer Value Managements.

Begünstigt wird dieser Trend dadurch, dass es den Anbietern zunehmend gelingt, eine „Industrialisierung der Anwendungsentwicklung“ zu erreichen – also Standardanwendungen und/oder Managed Services anzubieten. Hinzu kommt der Einsatz des Sprachkanals als wertschöpfendes Element der Markenbildung und -kommunikation und damit der Einzug in den Marketing- Bereich der Unternehmen.

Immer mehr Unternehmen sehen sich mit der Herausforderung konfrontiert, die richtigen Prozesse für eine Automatisierung zu identifizieren, die richtige Technologie oder das geeignete Betriebsmodell zu wählen und ihre Kunden mit dem Sprachdialogsystem noch besser zufrieden zu stellen.

Dieser von der VOICE Community moderierte Virtuelle Roundtable soll einen Beitrag zur aktuell stattfindenden Diskussion rund um den automatisierten Kun-



denkontakt leisten: Renommierete Experten geben ihre Antworten auf wichtige Fragen zu Bedingungen der Sprachautomatisierung, zu ihren Vorteilen aus Unternehmenssicht sowie zu ihrer Bedeutung für den Kundenkontakt, die Ihnen helfen, die richtigen Entscheidungen bei der Sprachautomatisierung Ihres Kundenkontakts zu treffen. Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Ihr

Sebastian Paulke

VOICE Community – Kompetenz Netzwerk für Sprachdialogsystem



Sehr geehrter Herr Jereb,

**Frage 1:**

In welchen Bereichen der Kundenkommunikation sind Sprachsysteme sinnvoll einsetzbar? Welche Bereiche der Kundenkommunikation können damit vollständig automatisiert werden, in welchen Bereichen verbietet sich ein Einsatz?

**Antwort:**

**Der Einsatz von Sprachsystemen macht immer dann Sinn, wenn Unternehmen ihren telefonischen Kundenservice besser, effizienter und auch günstiger gestalten wollen!**

Mit zeitgemäßen Voice Portal-Lösungen lassen sich Standardprozesse und Routineanfragen schnell und automatisch abwickeln. Auch 24/7-Services oder Kundendialoge in Callcentern sind typische Einsatzgebiete für Sprachportale. Dabei ist wichtig, dass die zugrunde liegenden Prozesse aus der Sicht des Kunden gestaltet werden – nicht aus der Sicht des Unternehmens. Voice Portal-Lösungen ersetzen also nicht die persönliche Ansprache, sondern übernehmen Routineaufgaben. Diese machen bei einigen CreaLog-Kunden bis zu 80 Prozent der Anrufe aus! So haben die Agenten mehr Zeit für die beratungsintensiven Kontakte. Es gilt also, den richtigen Mix zu finden - das beste Verhältnis zwischen automatisierter und persönlicher Kundenbetreuung.

**Frage 2:**

Wie schaffen es Unternehmen, ihre Kunden für den telefonischen Selfservice zu gewinnen?

**Antwort:**

**Auch hier gilt der Satz: Viele Wege führen zum Ziel. Zweifellos ist es ein besonders erfolgversprechender Weg, die Kunden mit guten Argumenten zu überzeugen:**

Zum Beispiel mit der Ankündigung, dass der Kunde den telefonischen Selfservice jetzt rund um die Uhr an sieben Tagen in der Woche erreichen kann – in der Regel ohne nervtötendes Besetztzeichen. Und wenn es das Geschäftsmodell erlaubt, kann das Unternehmen den Kostenvorteil des Voice Portals an seine Kunden in Form einer gebührenfreien Rufnummer weitergeben.

Bei der Einführung ihres CreaLog-Telefonbanking-Systems hat die Sparda-Bank West e.G. dies alles auf vorbildliche Weise praktiziert: In einem Anschreiben legte sie den Girokonten-Inhabern die Vorzüge des Telefonbankings dar, teilte eine kostenlose 0800-Rufnummer mit und stellte eine persönliche Geheimzahl (PIN) dafür bereit. Hinzu kam eine übersichtlich gestaltete Bedienungsanleitung im Scheckkarten-Format mit einer Kurzbeschreibung aller Funktionen, die der Kunde sprachgesteuert nutzen kann. Damit der Kunde die Nummer seiner Telefonbank immer griffbereit hat, wurde sie auf der Bedienungsanleitung ebenso abgedruckt wie alle anderen Kon-



taktmöglichkeiten zur Sparda-Bank West - vom Service Center über den Telefax-Anschluss bis hin zur E-Mail- und Web-Adresse. Das alles hat den Sparda-Kunden den Weg zum neuen Portal sehr leicht gemacht und letztlich den gewünschten Erfolg gebracht.

**Frage 3:**

Welche Vorteile, insbesondere auch über die Kostenersparnis hinaus, bietet die Integration einer Sprachanwendung in die Unternehmenskommunikation?

**Antwort**

**Voice Portale eröffnen Unternehmen aller Branchen die Möglichkeit, den Telefon-Service aufgrund hohen Wettbewerbsdrucks weiter zu verbessern, ohne dabei die Call Center-Kosten zu erhöhen.**

Gerade für kundenorientierte Unternehmen spielt die ‚Selbstbedienung am Telefon‘ eine immer größere Rolle. Attraktive, vom Anrufer leicht zu bedienende Sprachdialoge tragen zur Verbesserung des Kundenservice wesentlich bei. Daneben gewinnt die Integration der Sprachportale in Prozesse und CRM/ERP-Anwendungen der Unternehmen weiter an Bedeutung.

Von den vielseitigen Sprachportal-Anwendungen können Unternehmen und deren Kunden gleichermaßen profitieren: Der Kunde schätzt die schnelle und zuverlässige Dienstleistung per Telefon rund um die Uhr, das Unternehmen verbessert den Service und senkt zusätzlich die Kosten durch die weiter oben beschriebene (Teil-) Automatisierung. Mehr als 320 CreaLog-Kunden aus über 30 Branchen haben sich mit ihrer Entscheidung für ein Sprachdialogsystem auf künftige Anforderungen bestens eingestellt: Bei einer ganzen Reihe von Dienstleistungen sind sie jetzt an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr für ihre Kunden erreichbar - ein klarer Vorteil für beide Seiten!

**Frage 4:**

Welche Möglichkeiten sehen Sie, Sprachdialogsysteme in Marketing-Kampagnen einzubinden?

**Antwort**

**Um Marketing-Botschaften zu transportieren, also Marke und Konsument zusammen zu bringen, werden immer wieder neue Wege beschritten. Neben dem Internet bietet sich hier ein Medium an, das ohnehin im Zentrum zwischenmenschlicher Kommunikation steht: die Sprache!**

Moderne Voice-Technologie macht dabei ganz neue Formen interaktiver Kampagnen via Telefon möglich, wie sie vor kurzer Zeit noch nicht vorstellbar waren. Was einst mit ‚Ihr Anruf wurde gezählt‘ begann und allgemein als Televoting bekannt ist, hat sich zu telefonischen Gewinnspielen mit Spracherkennung weiter entwickelt. Aber auch das ist nur ein Bruchteil möglicher Anwendungen, wie der Münchner Voice Portal-Spezialist Crealog mit seiner Installation einer Service Plattform für Mehrwertdienste bei Arcor, Deutschlands zweitgrößtem Netzprovider, unter Beweis stellt: Das Hochlastsystem mit inzwischen mehr als 14.000 Leitungen kann über 100.000 Anrufe pro Minute bewältigen, ist also unter anderem optimal geeignet für interaktive Kampagnen und Gewinnspiele.

Neben optimal funktionierender Technik ist bei der Konzeption und Integration von Sprachtechnologie in crossmediale Kampagnen vor allem Kreativität gefragt. Ging es bei den ‚üblichen‘ TV-Gewinnspielen bisher fast ausschließlich um attraktive Preise, kann jetzt dank moderner Sprachtechnologie über andere Arten von Kunden-Mehrwert nachgedacht werden. So registriert sich der Kunde z. B. in seiner ‚Telefon-Community‘, gibt dort Wetten ab, nimmt an interaktiven Gewinnspielen teil oder lässt sich sein Lieblingsrestaurant in der Nähe durchgeben. Registrierten Kunden gratuliert das Sprachportal zum Geburtstag oder zum Hauptgewinn, sie ‚hören‘ die aktuellen Bundesliga-Ergebnisse oder bekommen Vorschläge für das ‚Menü des Tages‘. Wünscht der Anrufer weitergehende Informationen zu einem Unternehmen, einem speziellen Produkt oder einem angesagten Event, so kann er auch gleich den entsprechenden Rückkanal wählen. Ob als Sprachausgabe am Telefon, per SMS, Fax, E-Mail oder Post: Der Kunde bestimmt einfach per Spracheingabe, wie, wann und wohin er die Info haben möchte – ganz multimodal!

Mit dem zu erwartenden, steigenden Einsatz von Sprachtechnologie im Marketing stellt sich für Kommunikations-Profis auch die Frage, welchen Stellenwert die ‚Stimme des Unternehmens‘ innerhalb des gesamten Corporate-Prozesses in Zukunft einnehmen soll. Vielleicht begrüßt die prominente Persönlichkeit aus dem TV-Spot die Anrufer und lädt sie zur VIP-Party ein. Sicher keine schlechte Idee, aber unabhängig davon ist es für Unternehmen vor allem wichtig, unverwechselbar und sympathisch rüber zu kommen - bei Sprachlösungen im Bereich Selfservice ebenso wie bei einer Automatischen Telefonzentrale mit Weitervermittlung zum gewünschten Gesprächspartner. Dazu ist ein hohes Maß an Professionalität bei der Dialoggestaltung – und nicht zuletzt bei der Auswahl der virtuellen ‚Unternehmens-Sprecher‘ unbedingt vonnöten!

**Frage 5:**

Wie erreichen Unternehmen eine möglichst hohe Kunden-Akzeptanz und Benutzerfreundlichkeit von Sprachportalen? Welche Fehler sollten dabei unbedingt vermieden werden?

**Antwort**

**Sprachdialogsysteme im Kundenservice werden dann akzeptiert, wenn die**



**Interaktion mit dem Sprachportal gut verständlich ist, wenn sie ohne störende Rückfragen automatisiert und reibungslos abläuft.**

Oder anders gesagt: Die Akzeptanz ist dann sehr hoch, wenn sich der Anrufer vom Voice Portal im besten Sinne des Wortes verstanden fühlt. Entscheidend dafür ist vor allem höchste Dialog-Qualität auf Basis ‚natürlichsprachlicher‘ Spracherkennung. Heute sind CreaLog-Systeme in der Lage, eine hohe Anzahl von Wörtern in über 40 Sprachen zu erkennen und intelligent zu verarbeiten. Dank dieser Fähigkeiten kann der Anrufer in ganzen, frei formulierten Sätzen sprechen, die das System in der Regel problemlos umsetzen kann.

‚Neulinge‘ unter den Anrufern erhalten soviel Hilfestellung wie möglich – unter anderem durch deutliche Beispiele. Außerdem haben die Nutzer der CreaLog-Voice Portale die Möglichkeit, die Ansagen des Sprachcomputers zu unterbrechen. Dieses sogenannte ‚Barge-in‘ vermittelt dem Anrufer zum einen das Gefühl, relativ ungezwungen sprechen zu können - wie bei einem ‚ganz normalen‘ zwischenmenschlichen Dialog. Zum anderen lassen sich damit die Dialoge oft sinnvoll verkürzen. Übrigens darf und soll der Anrufer beim Dialog mit dem Sprachportal schnell merken, dass er es mit einem Computer zu tun hat. Allerdings mit einem Sprachcomputer, der ihn mit einer sehr sympathischen Stimme anspricht – und ihn dann ohne Endlosschleifen oder nervtötende Wiederholungen freundlich und präzise durch den Dialog führt. Zur Akzeptanz trägt hier das sogenannte ‚Random Prompting‘ bei: Anstatt Eingaben mit einem immer identischen ‚Danke Schön‘ zu beantworten, variiert ein Zufallsgenerator die Ansagen. So bekommt der Anrufer z.B. alternativ ‚Vielen Dank‘ oder ‚Herzlichen Dank‘ zu hören!

Bei aller ‚machbaren‘ Technik werden oft elementare Grundsätze der Kommunikation vernachlässigt: Bei der Gestaltung der Sprachportal-Dialoge, von Fachleuten als Voice User Interface (VUI) Design bezeichnet, muss daher die Betrachtung der Zielgruppe an erster Stelle stehen. Anders gesagt: Man sollte wissen, wer überhaupt anruft. Sind es häufige Nutzer, sind es technologische Laien oder Profis? Von wo aus rufen sie an und welche Sprache sprechen sie? Auch das Durchschnittsalter der Voice Portal-Nutzer ist – neben einer Reihe weiterer Faktoren – bei der Gestaltung zu berücksichtigen. Mit seiner Erfahrung aus über 300 Projekten in ganz Europa weiß der Münchner Voice Portal-Spezialist CreaLog, worauf es beim VUI-Design ankommt.

**Frage 6:**

Wie können Sprachportale in eine Multichannel-Strategie von Unternehmen eingebunden werden? Können Web-Selfservice und Voice-Selfservice dabei technisch von einer Plattform aus betrieben werden?

**Antwort**

**In der Regel wird das Sprachportal immer eines von mehreren Kommunikationskanälen sein, neben Internet, Fax oder der klassischen Briefpost. Die Form der Einbindung hängt ganz von der individuellen Marketing- bzw. Vertriebsstrategie des**

**Unternehmens ab.**

Was die Frage nach der Technik betrifft: Bei der VoiceXML-Plattform von CreaLog laufen Voice-Applikationen auf der gleichen Architektur ab wie z.B. Web-Services. Hier sorgt die internationale Standardisierung über W3C und ECMA für den nötigen Investitionsschutz. Dank der ‚Verwandtschaft‘ zwischen HTML und VoiceXML sind die HTML-Entwickler eines Unternehmens ohne großen Trainingsaufwand in der Lage, auch VoiceXML-Anwendungen zu programmieren.

**Frage 7:**

Welche Investitionen und Betriebskosten erfordert die Einführung eines Sprachdialogsystemes zur Automatisierung des Kundenkontakts und welche Amortisierungszeiträume sind für Investitionen in Sprachautomatisierung typisch?

**Antwort**

**Ausgefeilte Sprachdialogsysteme erlauben heute eine Vielzahl unterschiedlichster Lösungen – mit kundenspezifischen Eigenheiten und Ausprägungen. Daher ist es schlichtweg kaum möglich, hier eine Art Preisliste für Voice Portale zu**

**veröffentlichen.**

Folgende Daten sollen dennoch eine Vorstellung über die Kosten-Bandbreite vermitteln:

- Ein Sprachdialogsystem beginnt bei unter 10.000 Euro, ein CreaVoice<sup>®</sup> AutoAttendant (Automatische Telefonzentrale) kostet als Standardlösung etwa 20.000 Euro,
- eine umfangreiche Telefonbanking-Lösung (CreaVoice<sup>®</sup> Banking) mit CIT- und Datenbank-Anbindung und den entsprechenden Dienstleistungen über 100.000 Euro.



Lohnt sich ein solcher Investitions-Aufwand auch unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten, wie sieht es mit dem Return on Investment (RoI) aus? Ein Geldinstitut wie die Düsseldorfer Sparda West, die den Überweisungsverkehr beim Telefonbanking mit einem CreaLog Sprachdialogsystem weitgehend automatisiert hat, spart pro Tag einen hohen, vierstelligen Euro-Betrag! Nach Angaben des Kunden konnte der RoI bereits nach nur sechs Monaten erreicht werden! Andere Kunden berichten von einem RoI innerhalb von 6 bis 12 Monaten.

**Frage 8:**

Welche Betriebsform (Hosted/Managed Service versus Eigenbetrieb) rechnet sich für welches Einsatzszenario?

**Antwort**

Muss ein Sprachdialogsystem tief in die IT-Infrastruktur eines Unternehmens integriert sein, so spricht vieles für die Installation des Voice Portals vor Ort. Zum Beispiel bei Geldinstituten oder beim Versandhandel benötigen Telefonbanking-Vorgänge, Bestellungen oder Kunden-Anfragen ein schnelles und reibungsloses Zusammenspiel mit den Datenbanken des Anbieters. In solchen Fällen werden im Call Center ja auch häufig Inhouse-Agenten eingesetzt.

Geht es den Unternehmen aber z. B. um die Bewältigung großer Anrufvolumen bei zeitlich begrenzten (Marketing- oder Vertriebs-) Kampagnen, bei denen jeweils für wenige Stunden oder Tage mehrere Hundert oder Tausend Leitung benötigt werden, gibt es eine - evtl. auch wirtschaftlichere - Alternative: Die Zusammenarbeit mit einem großen Provider wie Arcor, bei dem die besagte CreaLog Mass Calling-Plattform mit über 14.000 Lines zur Verfügung steht.

**Frage 9:**

Welche Rolle spielen Standardanwendungen (sog. „packaged solutions“) dabei aus Ihrer Sicht?

**Antwort**

CreaLog bietet sowohl Standardlösungen als auch individuelle, maßgeschneiderte Applikationen an. Zu den Standardanwendungen zählt zum Beispiel die Automatische Vermittlung (Auto Attendant); dazu gehören auch Lösungen für Callcenter und Helpdesks sowie Branchenlösungen, die aber immer auch nach kundenspezifischen Vorgaben erweitert werden können.

**Frage 10:**

Was sind für Sie die wesentlichen Trends und Entwicklungen im Bereich Sprachanwendungen in den nächsten 3 Jahren?

**Antwort**

**Auf der CeBIT 2006 hat CreaLog als erster Sprachportal-Anbieter eine neue System-Generation vorgestellt - und ist dafür mit dem „Best of Cebit Award“ ausgezeichnet worden:**

Bei „Interactive Voice Video Response“ verschmelzen Sprachportal-Anwendungen mit interaktiver Videotelefonie, wird der rein akustischen Sprachportal-Dialog um eine visuelle Ebene erweitert: Navigation per Spracherkennung und Ausgabe als Filmsequenz!

Erste Kundenprojekte mit dieser neuen Anwenderlösung beeindruckten im Oktober die Teilnehmer der ‚Voice Days‘ in Bonn. Die dort präsentierten Anwendungen aus den Bereichen Kundenservice und Entertainment unterstrichen eindrucksvoll, warum die nächste Generation der Voice Portale noch interessanter und kundenfreundlicher ist: Anrufer sehen bei dieser sprachgesteuerten Mobile Video-Lösung die Auswahl-Menüs und den gewählten Content als Bewegtbilder direkt im Display ihres UMTS-Handys. Das erhöht die Attraktivität der Dienste und erleichtert dem Anrufer die Navigation im Voice Portal. Als Basis für diese Lösungen dient die multi-modale VoiceXML-Plattform des Münchner Voice Portal-Spezialisten. Mittlerweile unterstützt die CreaLog-Lösung nicht nur UMTS Video-Telefonie sondern auch VoIP/SIP Video-Telefonie!

Und so erleben die Nutzer eines UMTS Multimedia-Handys die Dimensionen dieser zukunftsweisenden Entwicklung: Die Menüpunkte des Sprachportals werden mit kleinen Filmsequenzen nun auch visuell präsentiert und erläutert. Per Spracheingabe oder Tonwahl navigiert der Anrufer in Echtzeit durch die Anwendung und bekommt das Ergebnis nicht nur zu hören, sondern auch umgehend auf dem Display seines Handys zu sehen! Der Anrufer kann dabei Video- und Audio-Sequenzen abspielen und aufnehmen, je nach Einsatzfall sowohl synchron als auch asynchron.

Beim Video-Telefonbanking erläutert eine sympathische, virtuelle Mitarbeiterin der Sparda-Bank dem Anrufer die Menüpunkte des Video-Telefonbankings. Der Kunde navigiert mit seinem Handy per Spracheingabe in Echtzeit durch die Anwendung. Wie gewünscht, hört er seinen aktuellen Kontostand oder die Öffnungszeiten der nächstgelegenen Filiale – und sieht die Informationen gleichzeitig auf dem Display seines Mobiltelefons. Weitere Bankdienste wie Überweisungen oder PIN-Änderungen laufen ähnlich ab. Dabei sorgt die zusätzliche optische Darstellung aller wichtigen Informationen dafür, dass der Kunde im wahrsten Sinne des Wortes an jeder Stelle des Dialoges immer „bestens im Bilde“ ist. Ein Service also, der die Kommunikation im Voice Portal weiter verbessert!



Interactive Voice Video Response (IVVR) ermöglicht zudem ganz neue Wege mobiler Self Services, die Hersteller aus fast allen Branchen als Instrument zur Kundenbindung nutzen können: Von sprachgesteuerten Bedienungsanleitungen und Installations-Leitfäden bis hin zu mobilen Shopping- und Entertainment-Anwendungen, die durch die visuelle Komponente die Kunden wesentlich emotionaler ansprechen können, als dies mit einem einfachen Sprachdialog bisher möglich war. Die Zahl der Einsatzmöglichkeiten scheint unbegrenzt, wie das folgende Beispiel zeigt: Was habe ich falsch gemacht? Warum komme ich immer noch nicht ins Web? Schnelle Antworten auf solch „brennende“ Fragen erhalten die Kunden eines Telekommunikations-Anbieters - natürlich mobil über ihr Handy! Das Helpdesk des Unternehmens leistet visuelle Unterstützung bei der Installation von Hard- und Software für den neuen DSL-Anschluss des Kunden: Die einzelnen Installationsschritte werden auf dem Handy-Display demonstriert und dazu noch akustisch erklärt. Diese Praxisanwendung präsentierte CreaLog auf dem ‚Helpdesk Forum‘ Ende November 2006 in Mainz.

**Vielen Dank für das Interview!**