

TRANSFORMATION DER KONTAKTANALYSE

Qualitätsarbeit auf dem nächsten Niveau – Eigenscreening statt Kontrolle

26.11.2024



AGENDA



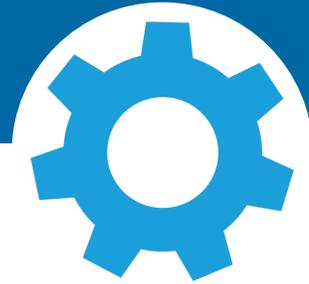
Hintergrund

- platform X
- Kontaktanalyse Historie
- Transformation Coaching



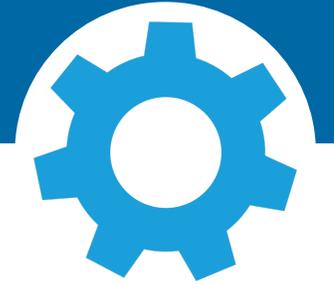
Anwendung

- Analysen
- Empowering



Ausblick

- Simulation



Q&A

Lessons learned
Diskussion



Marc Müller
Head of Data

 mam@pl-x.de

 [marcmueller](#)



Thomas Fichte
Teamleiter
Qualitätsmanagement

 tmf@pl-x.de

 [thomas-fichte](#)



160

Mio € Umsatz

600

Mitarbeiter

30

Marken

500

Produkte
B2B/B2C



 **VNR VERLAG**
für die Deutsche Wirtschaft AG

platform 

 **FID**

PRESSMATRIX

 **FinMC**
Financial Media Corporation

48^bN

 **Agora Business**
Your gateway to business success ✓





WIR KÜMMERN
UNS UM DEIN
VERLAGSWESEN

www.pl-x.de

platform **X**

Launch | Run | Scale

ABO SERVICES



Verarbeitung von Bestellungen, Verwaltung von Abos, Kundenservice auf allen Kanälen und Selfservice, Debitorenbuchhaltung, Zahlungsabwicklung und Logistik.

Übernahme der Herstellung möglich.

MARKETING SERVICES



Datengetriebenes E-Mail-Marketing, SEO & Website, Print, TeleSales, Lead-Generierung, Webinare, Events u.a.

IT Systeme als Managed- oder Full-Service.

Audits, Workshops und Tests zur Vorbereitung.

MARKETING REICHWEITE



Verkauf über Print-, Telesales, E-Mail-Marketing und Webseiten-Reichweite.

2,5 Mio. Newsletter Leser, 100 Mio. Website Besucher/Jahr, 4 Mio. Outbound-Calls, 4 Mio. Mailing Auflage

SOFTWARE AS A SERVICE



PressMatrix für den Launch von digitalen Content-Apps (ePaper, Leseapps, Membership, Portale).

Plattform für User-Management, eLearning und Abo-Shop.

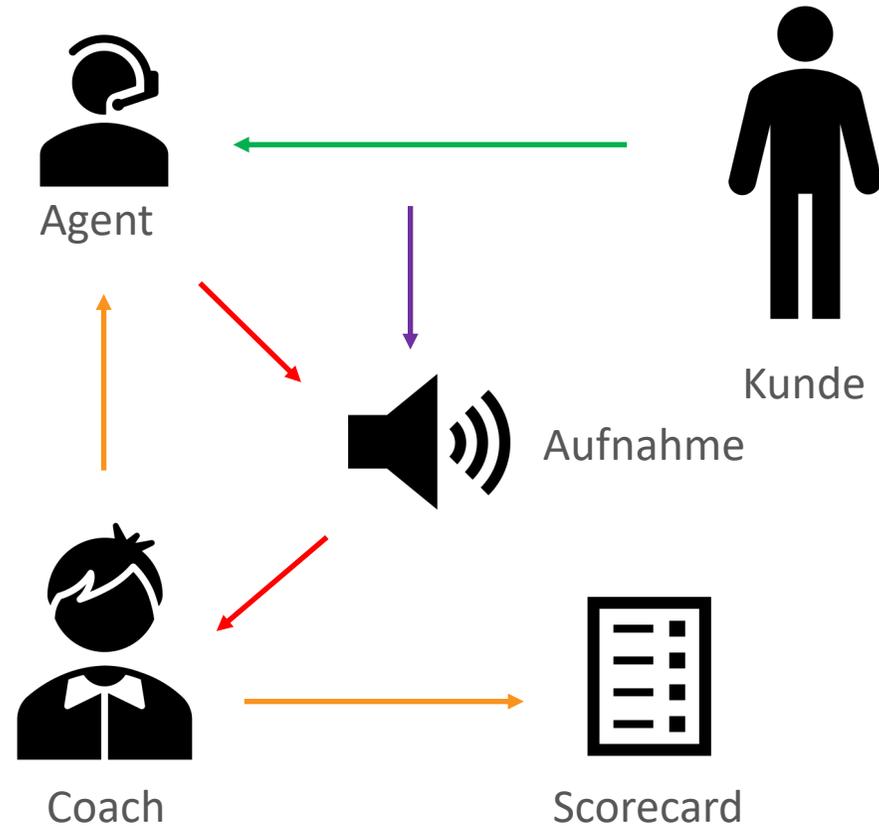
DATA SERVICES

Data-Plattform für übergreifendes Tracking, Reporting, Scoring, Automatisierung und den Einsatz von KI

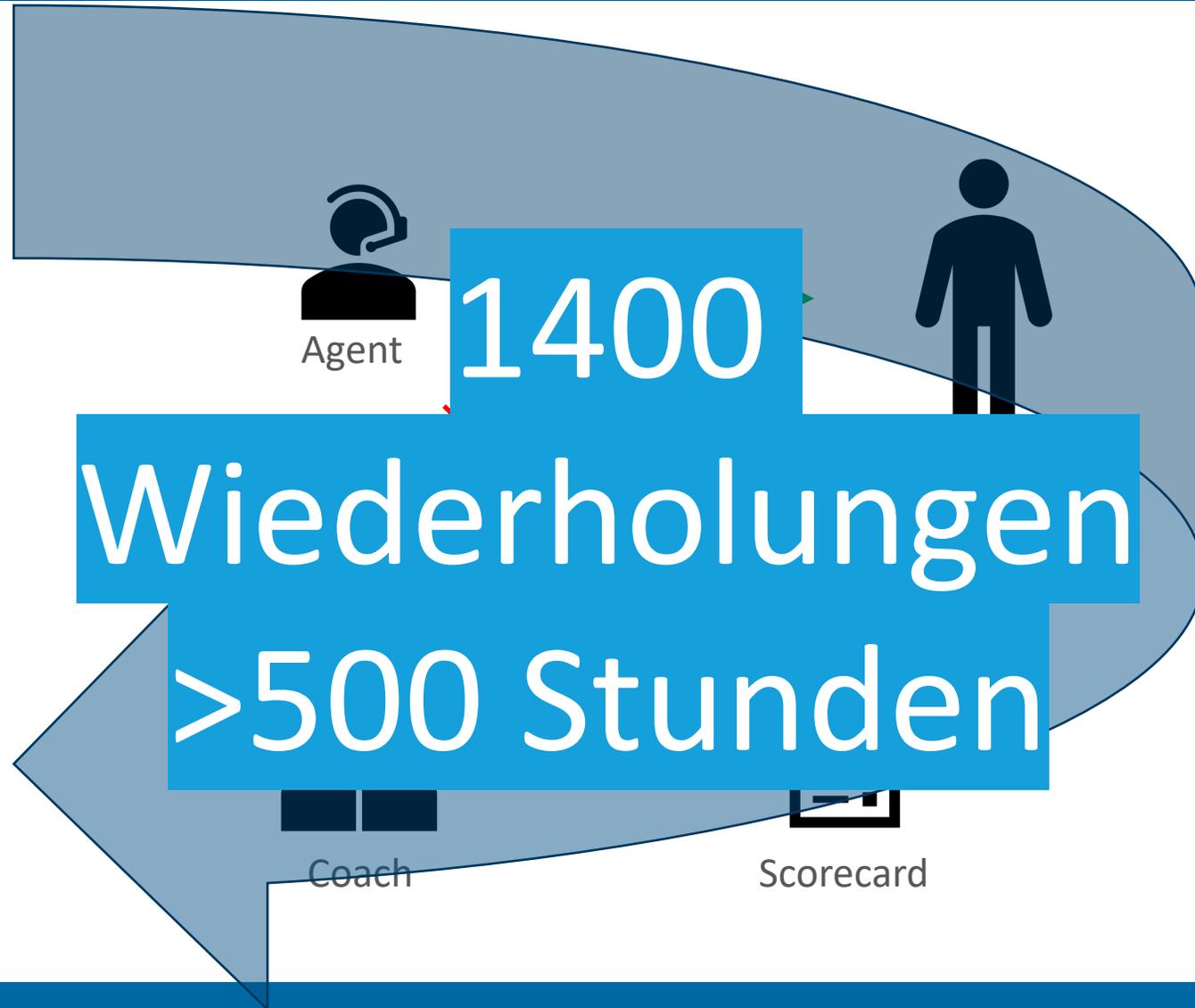


TRANSFORMATIONS PROZESS

COACHING KUNDEN- SERVICE (INBOUND)



COACHING
KUNDEN-
SERVICE
(INBOUND)







Agent



Aufnahme



Kunde

Stufe 1



Coach



Scorecard



KPIs



Agent



Aufnahme



Kunde

Stufe 1



Coach



Scorecard



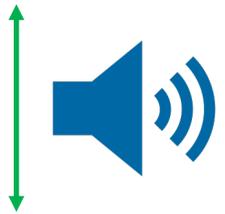
KPIs



Agent



Coach



Aufnahme



platform X



Kunde



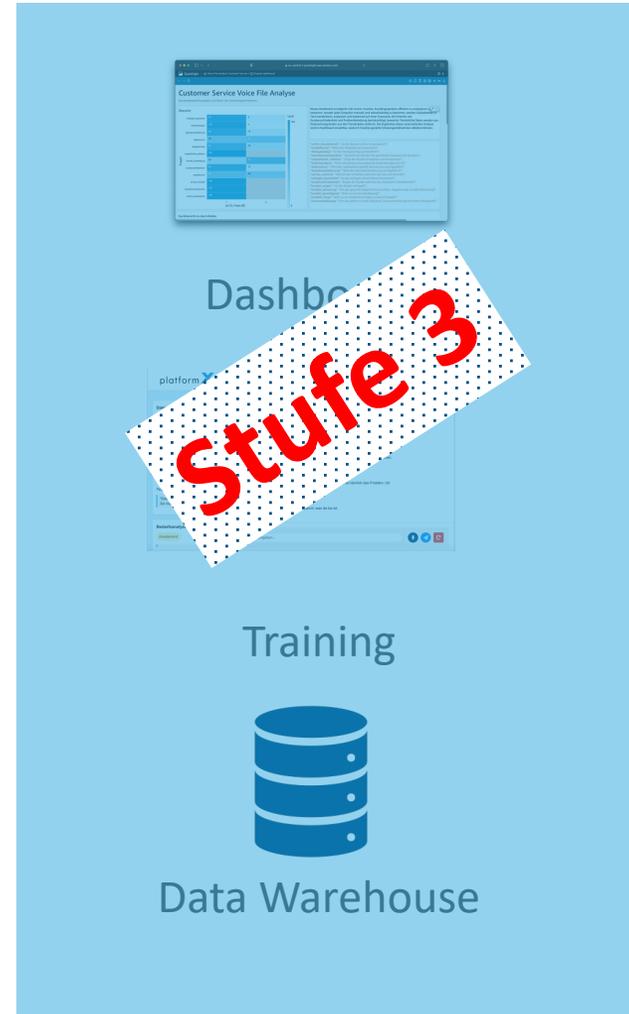
Scorecard



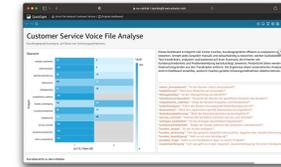
KPIs

Stufe 1

Stufe 2



TRANSFORMATION COACHING



Stufe 1

Stufe 2

Stufe 3

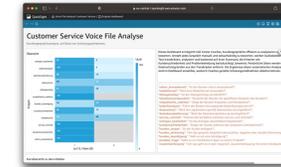
TRANSFORMATION COACHING



Agent



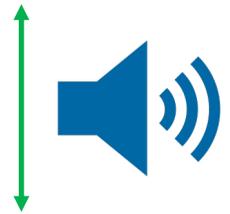
Coach



Dashboard



Agent



Aufnahme



platform X



Training



Empowering



Kunde



Scorecard



KPIs



Data Warehouse



Coach

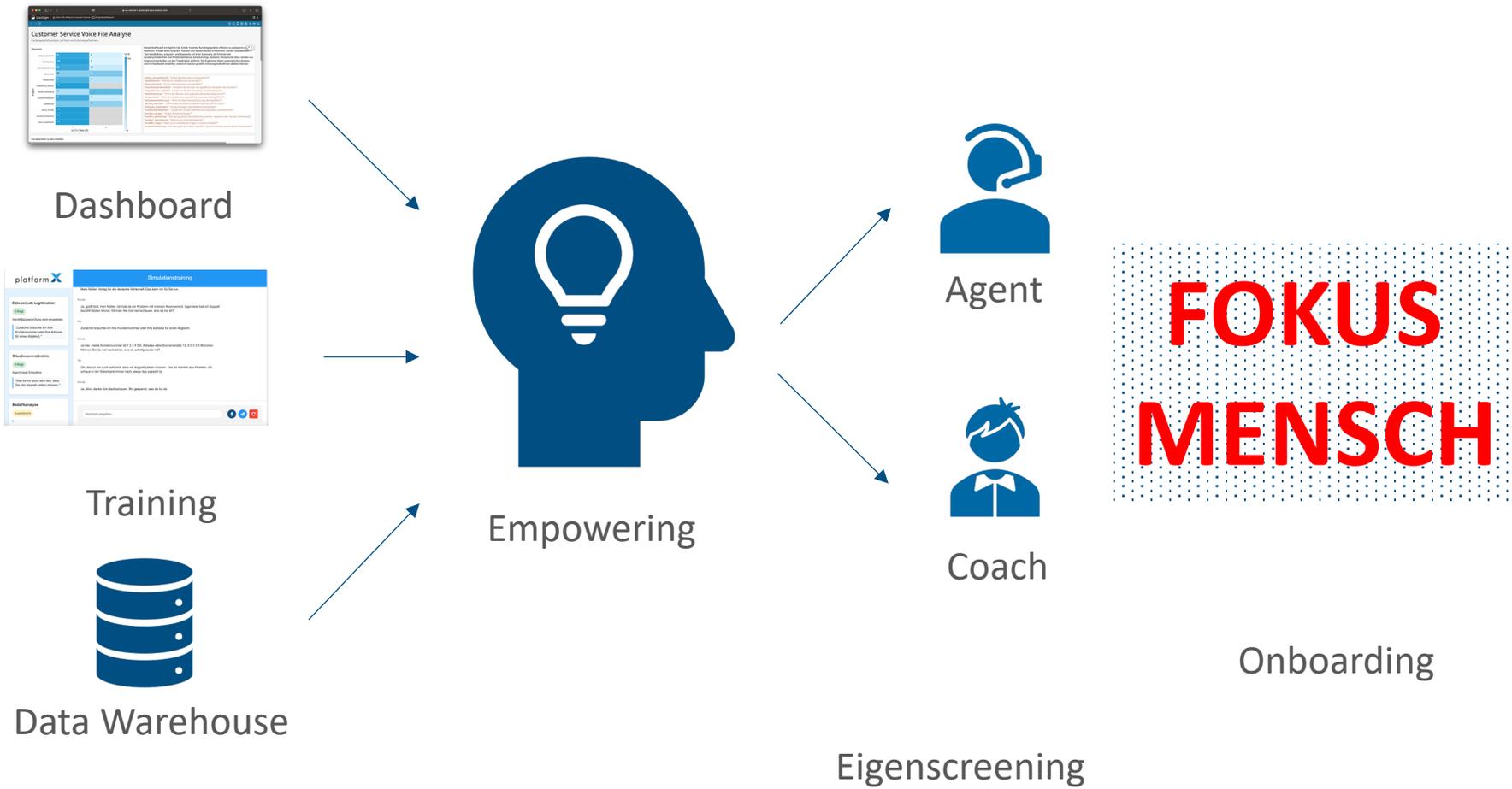
Stufe 1

Stufe 2

Stufe 3

Stufe 4







EINBLICKE

Kontaktanalyse

Gesamtübersicht zu Geschäftsprozessen und Verteilungen



Gesamtanzahl der Calls

8.932

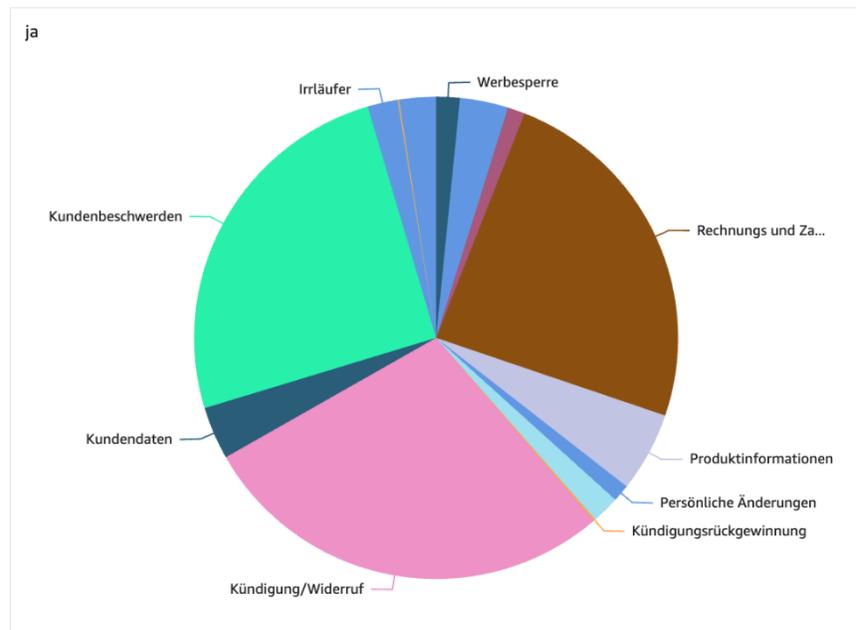
Ø Dauer der Calls

3,66m

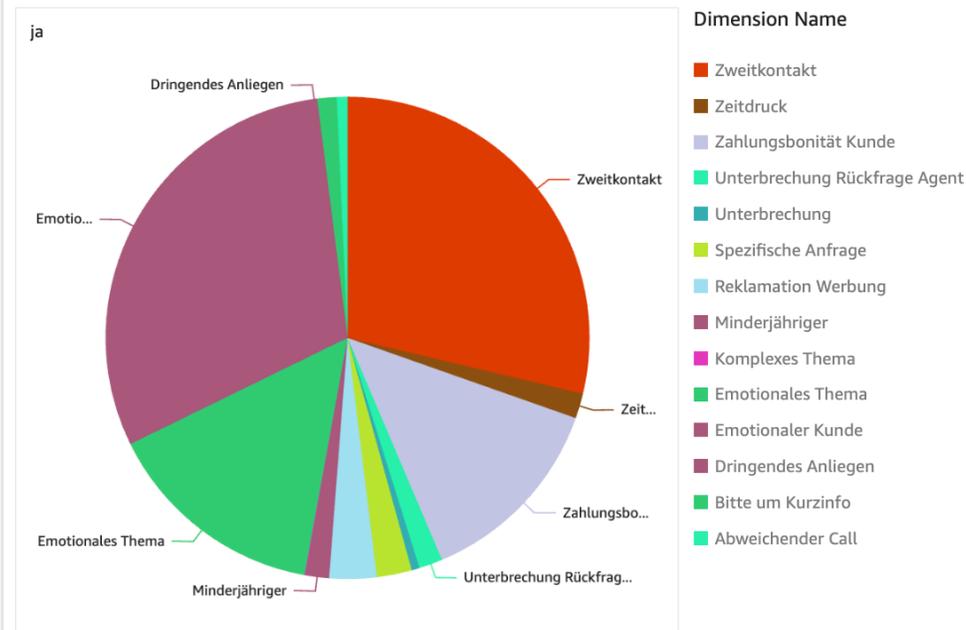
Erreichung Calltime

▲ 4,65%
Calltime 3.5 3.66

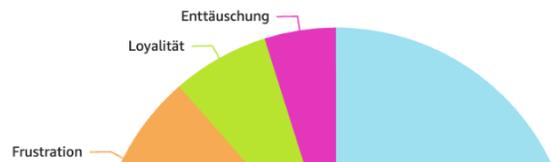
Geschäftsprozesse



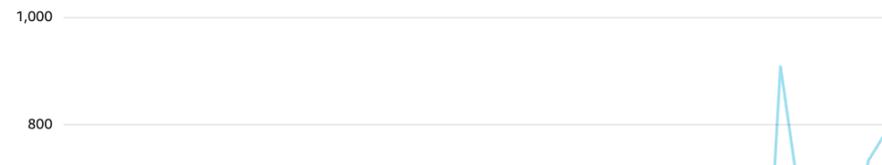
Rahmenbedingungen



Customer Emotions in Service Interactions



Anzahl Analysen



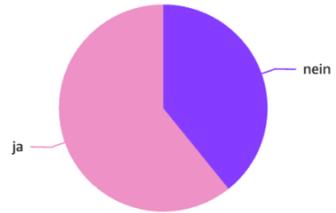


Agenthandling

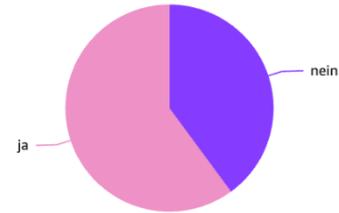
Value Transformed

■ nein
■ ja

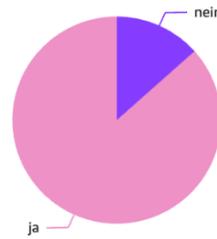
Abschließende Bearbeitung



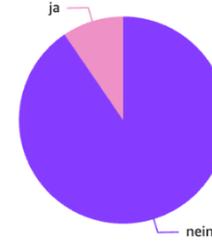
Anliegen gelöst?



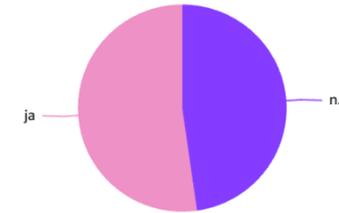
Bearbeitungstempo



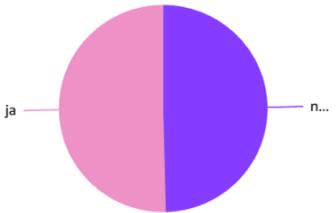
Bearbeitungstransparenz



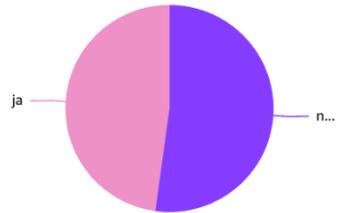
Bedarfsanalyse



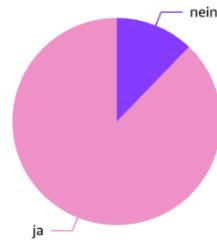
Datenschutz-Abgleich



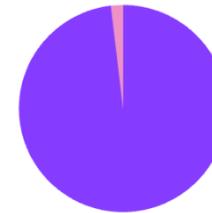
Empathie



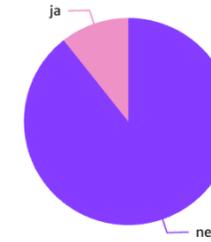
Gesprächlenkung



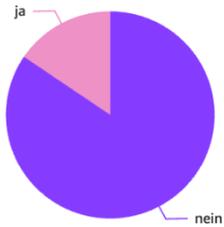
Gesprächspausen



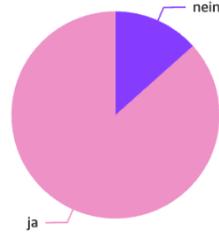
Hilfsangebot



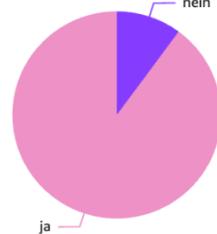
Individuelle Verabschiedung



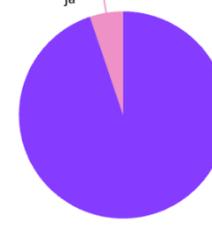
Klare Formulierungen



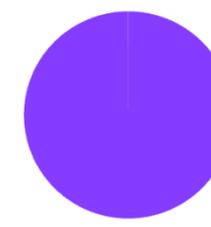
Klare Sprache



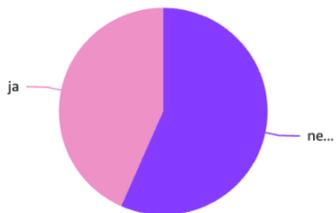
Kontaktabfrage



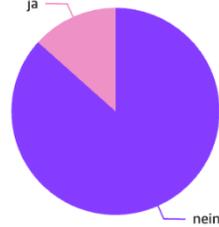
Kundeninteresse geweckt?



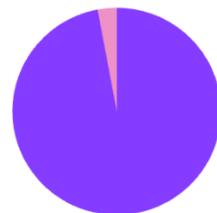
Lächeln in Stimme



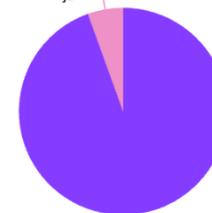
Markenloyalität



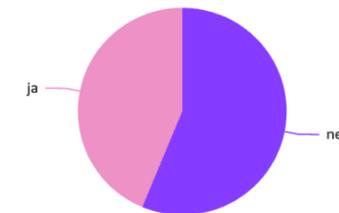
Passendes Angebot



Positive Verstärker



Positiver Abschied



Kontaktanalyse - Zu Demozwecken nur annoymer Mitarbeiter - MA-Nr: 1

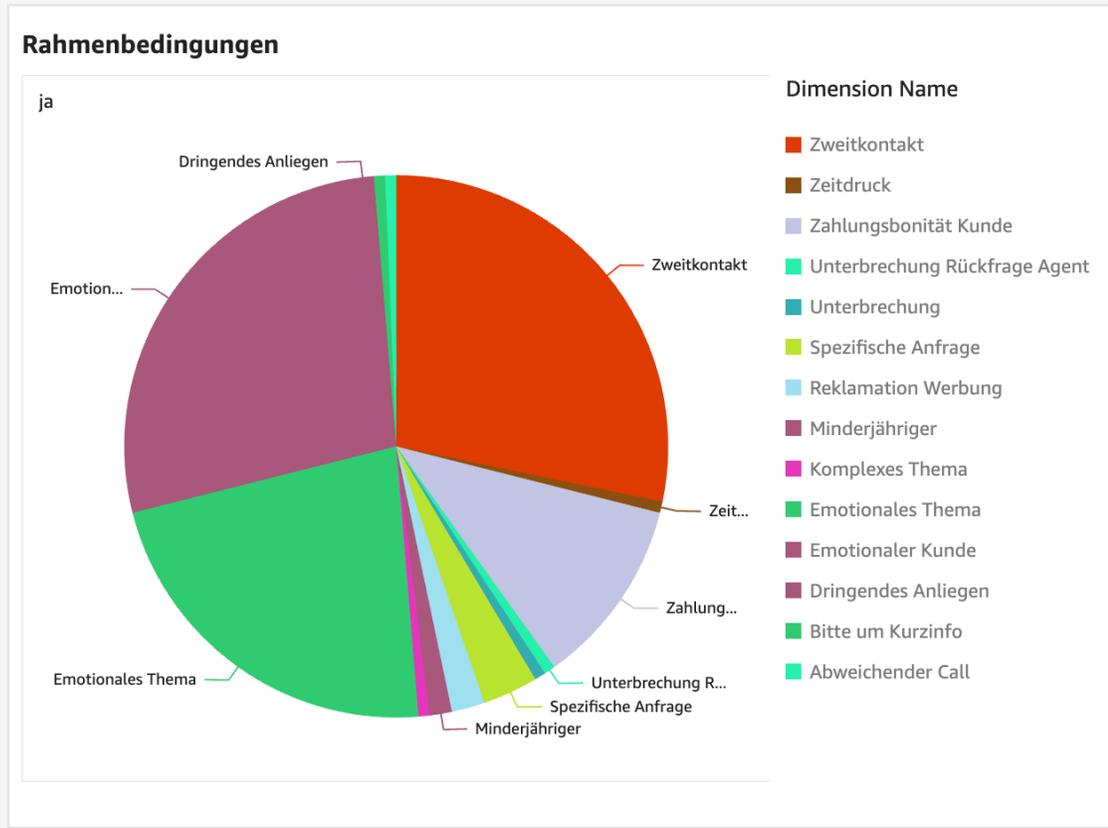
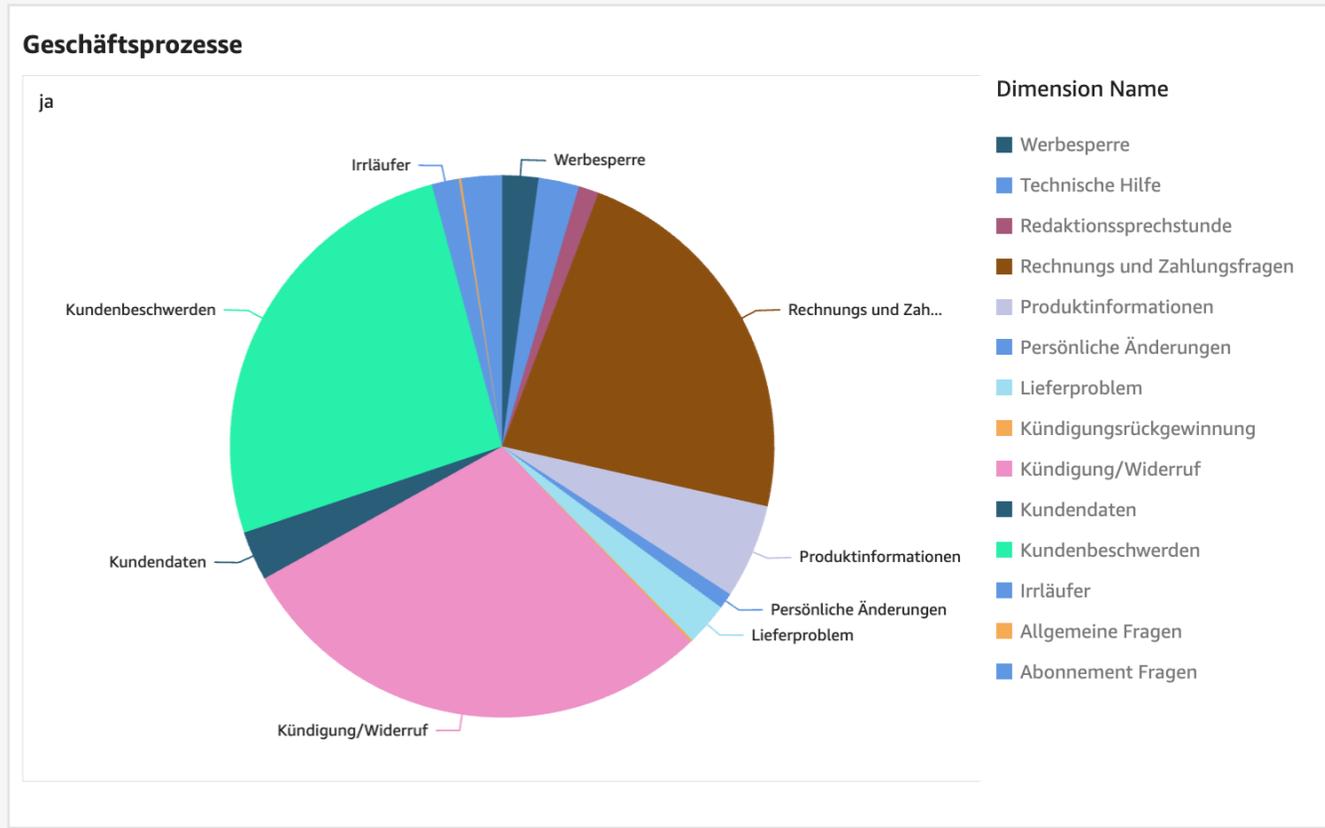
Gesamtübersicht zu Geschäftsprozessen und Verteilungen



Gesamtanzahl der Calls
566

Ø Dauer der Calls
3,88m

Erreichung Calltime
▲ 10,92%
Calltime 3.5 3.88



Customer Emotions in Service Interactions

Anzahl Analysen



Ø Dauer der Calls
219,77s

Erreichung Calltime
▲ 4,65%
Calltime 3.5 3.66

Gesamtanzahl der Calls
8.932



Emotionen

Abweichende Rahmenbedingungen

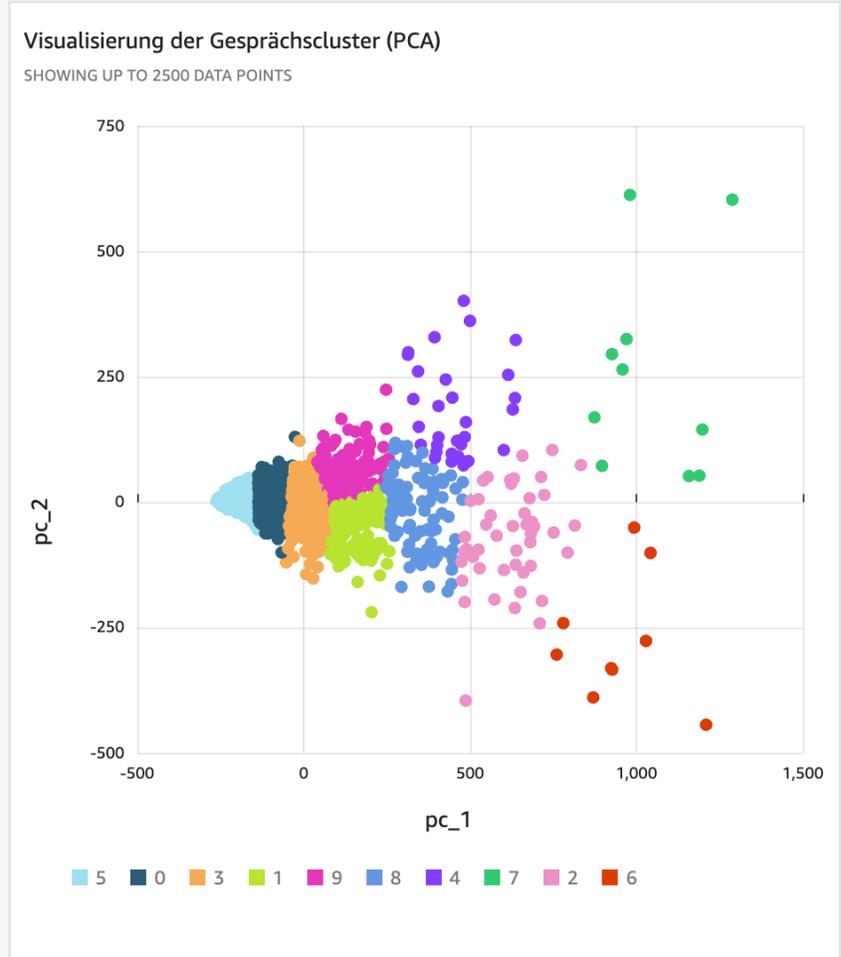
Visualisierung der Gesprächscluster (PCA)
SHOWING UP TO 2500 DATA POINTS

Emotionen

Rows	%
<input type="checkbox"/> Customer Emotions in Service Interactions	100.00%
Empathie	16.09%
Enttäuschung	4.84%
Frustration	12.25%
Loyalität	6.59%
Neutralität	60.22%
keine Angabe	0.01%
<input type="checkbox"/> Emotionen	100.00%
Dankbarkeit	15.16%
Empathie	0.11%
Enttäuschung	4.81%
Erleichterung	1.35%
Freude	0.10%
Frustration	12.23%
Hoffnung	0.02%
Neutralität	0.01%
Traurigkeit	0.01%
Vertrauen	7.15%
Verwirrung	0.06%
keine Emotion	58.98%
<input type="checkbox"/> Sentiment Abschluss Gespräch	100.00%

Abweichende Rahmenbedingungen

Rows	#Abweichung	%
Total	1,677	18.78%
Abweichender Call	15	0.17%
Bitte um Kurzinfo	27	0.3%
Dringendes Anliegen	8	0.09%
Emotionaler Kunde	626	7.01%
Emotionales Thema	312	3.49%
Komplexes Thema	1	0.01%
Minderjähriger	33	0.37%
Reklamation Werbung	66	0.74%
Sonderanforderung	0	0%
Spezifische Anfrage	49	0.55%
Unterbrechung	11	0.12%
Unterbrechung Rückfrage Agent	33	0.37%
Zahlungsbonität Kunde	277	3.1%
Zeitdruck	35	0.39%
Zweitkontakt	602	6.74%



- ### Beschreibung Clusteranalyse
- allg.
 - Verteilung interpretation
 - K-Means (Verfahren) - geht auf alle Dimensionen

Calls nach Cluster

Cluster	Beschreibung	Anzahl Calls
0	Dieser Cluster zeigt eine mittlere Gesprächsdauer von ca. 153 Sekunden, wobei sowohl der Agent als auch der Kunde ähnlich lang aktiv sind.	641
1	Mit einer Gesprächsdauer von ca. 370 Sekunden handelt es sich bei diesem Cluster um längere Gespräche, bei denen oft proaktiv Lösungen angeboten werden.	162
2	Dieser Cluster enthält die längsten Gespräche (ca. 759 Sekunden), was auf besonders komplexe Themen hindeutet.	50
3	Dieser Cluster repräsentiert Gespräche mittlerer Dauer (ca. 243 Sekunden), bei denen es häufig um Rechnungsfragen und Kündigungen geht.	406
4	Die Anrufdauer in diesem Cluster beträgt ca. 619 Sekunden, was auf eine gewisse Komplexität der Anfragen hinweist.	34
5	Mit einer sehr kurzen Anrufdauer von ca. 77 Sekunden stellt dieser Cluster einfache Anfragen dar.	559
6	Dieser Cluster enthält die längsten Gespräche im Vergleich (ca. 1024 Sekunden), mit einer hohen Rate an technischen Anfragen.	12
7	Dieser Cluster hat eine mittlere Gesprächsdauer (ca. 532 Sekunden), in dem Kündigungsfragen und Abonnements im Fokus stehen.	13
8	Dieser Cluster zeigt eine mittlere Gesprächsdauer (ca. 343 Sekunden) und enthält eine Vielzahl an Themen, darunter Beschwerden und Rechnungsanfragen.	111
9	Dieser Cluster weist eine sehr lange Gesprächsdauer (ca. 1141 Sekunden) auf, in denen es oft um komplexe Anliegen wie Vertragsdetails geht.	137



Innerhalb der Übersicht "Calls nach Cluster", lassen sich die Cluster, durch einen Klick auf das jeweilige Cluster, filtern.

Dadurch lassen sich die Übersichten "Coaching Schwerpunkte", "Spezifika für die Cluster" und "Zusammenhänge zwischen den Clustern" filtern, in welchen man nähere Informationen zu den Clustern erhält.

"Coaching Schwerpunkte" zeigt Verbesserungsmöglichkeiten für den Coach an.

"Spezifika für die Cluster" gibt spezifische Eigenschaften für die Gespräche an.

"Zusammenhänge zwischen den Clustern" gibt die Zusammenhänge zwischen dem gewählten Cluster und den anderen Clustern an.

Coaching Schwerpunkte

Beschreibung

Hier könnten Agenten zu weiteren proaktiven Angeboten geschult werden, um den Kundenwert zu erhöhen.

Spezifika für die Cluster

Beschreibung

Häufig diskutierte Themen sind allgemeine Fragen und einfache Produktinformationen. Die Agenten sind sofort einsatzbereit, und es gibt viele klare Formulierungen und individuelle Verabschiedungen.

Zusammenhänge zwischen den Clustern

Beschreibung

Die extrem kurze Gesprächsdauer hebt diesen Cluster von den anderen ab. Es ähnelt Cluster 1 hinsichtlich der Klarheit der Gesprächsführung.

Ihre Ergebnisse

Metrik	Ergebnis
Zusammenfassung des Gesprächs	In diesem Gespräch kontaktierte ein Kunde die Hotline der Muster AG, um ein Lieferproblem zu klären. Der Kunde hatte die letzte Ausgabe seines Abonnements nicht erhalten. Der Agent reagierte freundlich und hilfsbereit, überprüfte die Kundendaten und entschuldigte sich für das Problem. Er bot an, die Ausgabe sowohl digital als auch postalisch erneut zu senden und versprach, das Problem mit der Auslieferung zu klären. Der Kunde war mit der schnellen und umfassenden Hilfe zufrieden und bedankte sich.
Handlungsempfehlung für den Agenten	<p>Situation: Der Kunde hatte ein Problem mit der Lieferung seines Abonnements und kontaktierte die Hotline, um Unterstützung zu erhalten.</p> <p>Behavior: Der Agent zeigte ein hohes Maß an Empathie und Professionalität. Er überprüfte die Kundendaten, entschuldigte sich für das Problem und bot proaktiv Lösungen an, indem er die Ausgabe sowohl digital als auch postalisch erneut versandte.</p> <p>Impact: Der Kunde war sehr zufrieden mit der schnellen und umfassenden Hilfe und bedankte sich herzlich. Dies stärkt die Kundenbindung und das Vertrauen in den Service der Muster AG.</p> <p>Empfehlung: Herzlichen Glückwunsch zu einem tadellosen Gespräch! Behalten Sie diese positive und lösungsorientierte Herangehensweise bei, um weiterhin exzellenten Kundenservice zu bieten.</p>
Haupt-Stichwort	Anliegen
Kundenstimmung	Positiv
Kunde verärgert?	Nein
Gesamtanzahl der positiven Verstärker des Agenten	8

plattform **X** Kontaktanalyse

Übersicht Gesprächszeiten

Gesamtdauer des Gesprächs: 128 Sekunden

Sprechzeit des Agenten: 35 Sekunden

Sprechzeit des Kunden: 93 Sekunden

Wörter pro Minute des Agenten: 198

Sprechgeschwindigkeit des Agenten: spricht zu schnell

Ihre Ergebnisse

Metrik	Ergebnis
Zusammenfassung des Gesprächs	In diesem Gespräch kontaktierte ein Kunde die Hotline der Muster AG, um ein Lieferproblem zu klären. Der Kunde hatte die letzte Ausgabe seines Abonnements nicht erhalten. Der Agent reagierte freundlich und hilfsbereit, überprüfte die Kundendaten und entschuldigte sich für das Problem. Er bot an, die Ausgabe sowohl digital als auch postalisch erneut zu senden und versprach, das Problem mit der Auslieferung zu klären. Der Kunde war mit der schnellen und umfassenden Hilfe zufrieden und bedankte sich.
Handlungsempfehlung für den Agenten	<p>Situation: Der Kunde hatte ein Problem mit der Lieferung seines Abonnements und kontaktierte die Hotline, um Unterstützung zu erhalten.</p> <p>Behavior: Der Agent zeigte ein hohes Maß an Empathie und Professionalität. Er überprüfte die Kundendaten, entschuldigte sich für das Problem und bot proaktiv Lösungen an, indem er die Ausgabe sowohl digital als auch postalisch erneut versandte.</p> <p>Impact: Der Kunde war sehr zufrieden mit der schnellen und umfassenden Hilfe und bedankte sich herzlich. Dies stärkt die Kundenbindung und das Vertrauen in den Service der Muster AG.</p> <p>Empfehlung: Herzlichen Glückwunsch zu einem tadellosen Gespräch! Behalten Sie diese positive und lösungsorientierte Herangehensweise bei, um weiterhin exzellenten Kundenservice zu bieten.</p>
Haupt-Stichwort	Anliegen
Kundenstimmung	Positiv
Kunde verärgert?	Nein
Gesamtanzahl der positiven Verstärker des Agenten	8

SIMULATIONSTRAINING

Mark Müller, Verlag für die deutsche Wirtschaft. Das kann ich für Sie tun.

Kunde

Ja, grüß Gott, Herr Müller. Ich hab da ein Problem mit meinem Abonnement. Irgendwie hab ich doppelt bezahlt letzten Monat. Können Sie mal nachschauen, was da los ist?

Sie

Zunächst bräuchte ich ihre Kundennummer oder ihre Adresse für einen Abgleich.

Kunde

Ja klar, meine Kundennummer ist 1 2 3 4 5 6. Adresse wäre Sonnenstraße 12, 8 0 3 3 5 München. Können Sie da mal nachsehen, was da schiefgelaufen ist?

Sie

Oh, das tut mir auch sehr leid, dass wir doppelt zahlen müssen. Das ist nämlich das Problem. Ich schaue in der Datenbank immer nach, wieso das passiert ist.

Kunde

Ja, ähm, danke fürs Nachschauen. Bin gespannt, was da los ist.

Datenschutz Legitimation

Erfolgt

Identitätsüberprüfung wird eingeleitet.

"Zunächst bräuchte ich Ihre Kundennummer oder Ihre Adresse für einen Abgleich."

Situationsverständnis

Erfolgt

Agent zeigt Empathie.

"Das tut mir auch sehr leid, dass Sie hier doppelt zahlen müssen."

Bedarfsanalyse

Ausstehend

Nachricht eingeben...



HAPPY TO CONNECT

NAME: MARC MÜLLER
LINKEDIN: MARCMUELLERCS
EMAIL: MAM@PL-X.DE



NAME: THOMAS FICHTE
LINKEDIN: THOMAS-FICHTE
EMAIL: TMF@PL-X.DE



platform **X**

platform X GmbH & Co. KG
Theodor-Heuss-Straße 4
53177 Bonn

www.pl-x.de