

Aus einer aktuellen Ausgabe des Informationsdienstes „Marketingleitung aktuell“

Chefredakteur: Günter Stein

Website: [www.marketingleitungaktuell.de](http://www.marketingleitungaktuell.de)

## **Sprachcomputer: Warum man im Marketing nicht darauf verzichten sollte - Unternehmen erhöhen Kundenzufriedenheit durch ständige Erreichbarkeit**

Von Gunnar Sohn

Bonn/Stuttgart - Was macht erfolgreiche Unternehmen aus? Erstens, sie bieten etwas, was der Kunde in dieser Form woanders nicht bekommt. Zweitens, sie sind auch erreichbar. Und zwar den Kundenbedürfnissen folgend rund um die Uhr: „Was nützen die Online- und Direktwerbeaktivitäten, wenn der Kunde anschließend nicht in der Lage ist, einen Ansprechpartner zu der Zeit zu erreichen, die ihm genehm ist? Eine mögliche kostengünstige Variante kann ein funktionierendes Spracherkennungssystem sein, mit dem sich eine Vielzahl von Abläufen strukturieren und damit auch Kosten sparen lassen. Wobei solche Spracherkennungssysteme nichts mehr mit den Primitiv-Varianten ‚Drücken Sie die 1, drücken Sie die 2‘ zu tun haben – und deren Trefferquoten heute schon bei fast 100 Prozent liegen“, so Günter Stein, Chefredakteur des Fachdienstes Marketingleitung aktuell <http://www.marketing-trendinformationen.de>.

Mit Hilfe der Spracherkennung könnten Unternehmen Anrufer vorqualifizieren – zum Beispiel als A-, B-, C-Kunden – oder gleich an die richtige Stelle weiterleiten, was deren Kundenzufriedenheit erhöhe. „Sprachcomputer geben präzise Informationen über Angebote und Dienstleistungen. Sie nehmen Bestellungen entgegen, beraten den Kunden bei der Installation technischer Komponenten, erfassen Zählerstände, vergeben sichere Passwörter, erinnern Schuldner an ausstehende Rechnungen oder ‚sortieren‘ eingehende Anrufe vor“, skizziert Stein einige Beispiele für den Einsatz von Sprachcomputern.

Zwischen 5 und 20 Euro müssten Firmen inzwischen für jede individuelle Kundenberatung über ein Call Center ausgeben. Hier sei ein Sprachdialogsystem eine kostengünstige Alternative, die von immer mehr Unternehmen genutzt werde. „Der Grund liegt in der immer preiswerter gewordenen Technik: Mussten Unternehmen früher allein für die Hardware über 100.000 Euro investieren und dazu noch Techniker für die Wartung und den Betrieb ausbilden, gibt es jetzt kostengünstige Managed Services. Bei diesen Hosting-Lösungen wird oftmals nur nach Minuten oder nach dem Transaktionsvolumen abgerechnet – ideal auch für Tests. Dazu kommt: Sprachanwendungen sind schnell realisiert. Die Investitionen machen sich durchschnittlich schon nach 9,5 Monaten bezahlt – und die Folgekosten sind niedrig“,

erklärt Axel Schnell, Servicedirektor und Mitglied der Geschäftsführung des Stuttgarter ITK-Systemintegrators Nextiraone [www.nextiraone.de](http://www.nextiraone.de).

Auch aus Sicht des Kunden sprechen die Vorteile nach Ansicht von Stein für sich: „In durchschnittlich 90 Sekunden ist der Kunde am Ziel. Fast jeder Anruf führt zum Erfolg – moderne Anwendungen behandeln in 90 Prozent aller Fälle den Anruf bis zum erfolgreichen Ende. So berichtet die Sparda-Bank [www.sparda.de](http://www.sparda.de), dass der von ihr eingesetzte Sprachcomputer bei einem Kundenanruf schneller als ein Mensch realisiert, wenn sich eine neue Geschäftsmöglichkeit anbahnt. Denn das Sprachdialogsystem erkennt bei einem Gespräch blitzschnell die hinterlegten Schlüsselwörter, die auf eine mögliche Verkaufssituation hinweisen. Sagt der Kunde beispielsweise ‚Geben Sie mir die neuesten Konditionen‘ wird der Computer ‚hellowach‘: Die Kombination ‚neueste‘ und ‚Konditionen‘ lässt ihn fragen: ‚Möchten Sie mehr Informationen dazu haben, verbinde ich Sie gleich mit einem Berater‘“, erläutert Stein und empfiehlt die Einsatz von modularen Systemen: „Basismodule sind Spracheingabe und Sprachausgabe. Viel flexibler aber ist die so genannte Sprachsynthese. Dabei setzt der Computer die Sätze individuell aus einer Zahl von Einzelwörtern zusammen. So kann das System den Anrufer mit dessen Namen ansprechen und sogar emotional reagieren. Reaktionen wie ‚Ah‘ oder ‚Oh‘ lockern ein Gespräch auf“.

Vorteilhaft ist nach den Markterfahrungen des ITK-Service-Experten Axel Schnell auch die Anbindung an eine Datenbank. „Haben Unternehmen ihre Kundeninformation bereits in einer Datenbank abgelegt, können sie das System so einstellen, dass es den Kunden anhand der Telefonnummer sofort erkennt. Beim Verbinden hat der Mitarbeiter die Kundendaten gleich parat“, weiß Schnell. Zudem merke ein guter Sprachcomputer sehr schnell, ob der Anrufer eine Blockade habe. Er erkenne das beispielsweise an der Zaghaftheit der Stimme oder am vermehrten Auftreten von „Ähs“. Die könne das System herausfiltern und den Anrufer dann mit einem „echten“ Menschen verbinden. Oft verkannt werde ein weiterer Vorteil von Sprachdialogsystemen: „Unternehmen können neue Geschäftsideen entwickeln, etwa durch Erinnerungsanrufe beim Kunden. Der Sprachcomputer kann beispielsweise bei einer laufenden Internetauktion nachfragen, ob der Bieter sein Gebot erhöhen will oder ein Kfz-Betrieb erinnert seine Kunden an den nächsten Prüftermin“, erläutert Stein. In den USA warne ein Sprachcomputer die Bewohner per Anruf vor Unwetter. Warum nicht als Service eine Hochwasserwarnung in Deutschland“, fragt sich Stein. Onlinemagazin NeueNachricht [www.ne-na.de](http://www.ne-na.de).