

## INHALT

### ALMATO KUNDENFORUM

Gelungener Tapetenwechsel

### KUNDENPROJEKT CARGLASS

Click2Coach trifft RTIM®

### LÖSUNG MIT NOVOMIND

almato und novomind kombinieren  
RTIM® mit novomind iAGENT™

### OPTIMIERTE WEBSITE

Mit drei Klicks ans Ziel – Website-  
Optimierung für bessere Nutzer-  
freundlichkeit

### SWISS CONTACT DAY

Zuverlässig wie ein Schweizer  
Uhrwerk – almato beim Swiss  
Contact Day

### UMFRAGE KUNDENFORUM

Social Media kommt – telefonischer  
Kundenservice bleibt: die almato  
Kundenstudie

### VORSCHAU

Business Factors / CCW 2013

### ALMATO-TEAM

Unsere Experten stellen sich vor

## Liebe Kunden, Freunde und Partner,

viele von Ihnen haben es sicherlich schon mitbekommen: Am 21. Dezember 2012 endet der Mayakalender und so manch einer fürchtet den Weltuntergang. Dennoch sind wir guter Dinge – und mit uns wohl die meisten unserer Leser – auch im kommenden Jahr präsent zu sein ... auf der CCW 2013, bei Business Factors auf Schloss Bensberg und natürlich exklusiv für unsere Kunden mit dem almato Kundenforum.

Ein weiterer Untergang wird seit Jahren prognostiziert und lässt wohl auch noch weiter auf sich warten. Die Rede ist vom Verschwinden der Contact Center. Dazu hat unser Partnerunternehmen NICE eine globale Untersuchung in Auftrag gegeben. Die Ergebnisse lassen uns einerseits gut schlafen und sind andererseits eine Motivation, unseren Kunden auch in Zukunft dabei zu helfen, aus jedem Kontakt im Contact Center das Beste herauszuholen. Zwar ergibt die Studie, dass die Wachstumsraten bei der Nutzung von Apps, in sozialen Netzwerken sowie bei Websites, besonders groß sind. Allerdings zeigt die Untersuchung auch, dass sich mehr als 50 Prozent der Verbraucher direkt an ein Contact Center wenden, wenn sich das Problem über diese Kanäle nicht lösen lässt.

Fazit: Der klassische Kundenservice am Telefon, im Chat und per E-Mail stirbt niemals aus. Vielmehr trifft es zu, dass sich Konsumenten durch Recherchen via Google und Foren zu „wissenden Kunden“ entwickeln, die einfache Sachverhalte in Eigenregie lösen. Das Contact Center entwickelt sich deshalb – neben der bisherigen Funktion als primärer Kontaktkanal – verstärkt zu einer unverzichtbaren Instanz der „zweiten Ebene“, die Aufgaben löst, bei denen Foren und Suchmaschinen an ihre Grenzen stoßen.

Im aktuellen Newsletter schauen wir aber nicht nur in die Zukunft, sondern blicken auch zurück auf das almato Kundenforum. Auch dieses Jahr haben unsere Kunden bestätigt, dass dies ein wichtiger Termin in ihrem Geschäftskalender ist. Berichte über aktuelle Projekte, weitere Einblicke in das almato-Team und die Vorstellung der neuen Inhalte der almato-Website runden den Newsletter ab.

Nun wünsche ich Ihnen jede Menge Energie und Erfolg für den Jahresendspurt und natürlich viel Spaß beim Lesen!



Ihr Peter Gißmann



# almato Kundenforum

## Gelungener Tapetenwechsel – almato Kundenforum in luftiger Höhe



Wärmer, höher, früher ... nur drei von vielen möglichen Attributen für das vergangene almato Kundenforum, das in diesem Jahr am 6. und 7. September im Waldhotel Stuttgart die Teilnehmer – und auch das Team von almato – begeisterte. Kam man in den vergangenen Jahren erst gegen Ende September bei herbstlichen Temperaturen am Ufer des Neckar zusammen, so trafen sich Kunden, Partner und das Team aus Tübingen nun bei hochsommerlicher Witterung hoch über Stuttgart am Fuße des Fernsehturms.



Außerdem hatten in diesem Jahr – trotz Streiks an diversen Flughäfen – erfreulich viele Teilnehmer den Weg zum Kundenforum gefunden. Zu den wichtigsten Themen der Anwenderberichte, Fachvorträge und Diskussionen zählten dabei vor allem Quality Monitoring und Real Time Interaction Management. Kurzweilige Präsentationen wie „Quality Monitoring in der Praxis – Kunden-Highlights aus 10 Jahren Click2Coach“ und „Optimierung und Automatisierung digitaler Kundenkommunikation mit novomind iAGENT™ und NICE RTPO“ verschafften den Besuchern detaillierte Einblicke in Technologien und deren Nutzen.

Außerdem entpuppte sich das almato Kundenforum einmal mehr als Plattform zum Erfahrungsaustausch mit anderen

Anwendern und Entscheidungsträgern. Während der „Meet the Experts“-Runde erhielten die Teilnehmer zudem die Chance, ihre individuellen Fragen zu klären und die almato-Lösungspartner kennen zu lernen.

Das Kennenlernen stand auch im Mittelpunkt des Abendprogramms, das nicht wie in den letzten Jahren im Festzelt, sondern in einem weiteren Stuttgarter Wahrzeichen stattfand: Nach einem feinen Abendessen am Fuße des Fernsehturms ging es mit dem Lift auf 144 Metern Höhe in den Lounge-Bereich mit einer herrlichen Aussicht auf die nächtliche Schwabenmetropole.

„Das Kundenforum 2012 hat viel Neues mit sich gebracht, und der Plan ist aufgegangen. Dazu haben vor allem die Gastvorträge beigetragen, für die ich mich ganz besonders bedanken möchte. Großer Dank gilt auch den übrigen Teilnehmern für ihre aktive Beteiligung, die tollen Gespräche in den Pausen und auch während des Abendprogramms“, resümiert Peter Gißmann. „Außerdem danke ich natürlich dem gesamten Team, das einen reibungslosen Ablauf sichergestellt hat und dafür zu recht von den Teilnehmern in der Feedbackrunde ausgiebig gelobt wurde.“





# Kundenprojekt Carglass

## Carglass steigert Qualitätsstandards und Effizienz im telefonischen Kundenservice



Um Servicegespräche schneller, detaillierter und individueller auswerten zu können, erweitert almato das Quality Monitoring-System von Carglass um eine Analyse-Software und verknüpft diese mittels Real Time Interaction Management (RTIM®). Der Fahrzeugglas-Spezialist kann so zukünftig die bestehenden Qualitätsstandards im telefonischen Kundenservice noch weiter steigern, das Reporting umfassend verbessern, Kundenvorgänge vollständig dokumentieren und das Coaching dem individuellen Bedarf der Servicemitarbeiter anpassen.

Mit 267 Servicecentern und einem 365x24x7 Kundendienst ist Servicequalität für Carglass ein zentraler Erfolgs- und Wettbewerbsfaktor. Deshalb hat das Unternehmen schon früh erfolgreich mit der Einführung von Coaching- und Monitoring-Systemen begonnen. Um den Kundenservice kontinuierlich zu verbessern musste Carglass aber bisher sehr viele Anrufe manuell analysieren um relevante Inhalte zu identifizieren. Der Aufwand dafür war hoch und mit zeitlichem Verzug sowie großen Kosten verbunden. Zudem war dieses manuelle Vorgehen recht anfällig für Fehler. Durch die neue Infrastruktur werden zukünftig nicht nur bestehende Herausforderungen gelöst sondern neue Möglichkeiten geschaffen. Ausführlich wurden auch diese beim almato Kundenforum 2012 erläutert.

Um Carglass beim Verbesserungsprozess im Kundenservice zu unterstützen und Marketingaktionen effizienter auszuwerten, erweitert almato nun das bestehende Quality Monitoring-System Click2Coach mit dem Reporting-Modul „Ana-

lytics“ und verknüpft diese durch eine RTIM®-Lösung. Somit werden in Zukunft während der Gespräche die Inhalte vordefinierter Felder der genutzten Applikationen automatisch ausgelesen und in die Quality Monitoring-Datenbank geschrieben. Hierbei werden die Gespräche mit zusätzlichen Informationen angereichert und zu den Sprachaufzeichnungen hinzugefügt. Die Auswertungsteams erhalten so in ihren Analyse-Dashboards eine gefilterte, detaillierte Darstellung der Aufzeichnungen, die auf den gesammelten Daten basiert. Zukünftig können so Gespräche zu ausgewählten Themen ohne Umwege recherchiert und gezielt nochmals angehört werden.

Die Mitarbeiter im Contact Center werden nach Abschluss der Implementierung auf detaillierte und individuelle Feedbacks vertrauen können. Die Coachings werden dadurch kürzer, präziser, effektiver und folglich dem individuellen Bedarf anpassbar.

Für die Call-Analysten entfallen zukünftig durch Real Time Interaction Management eine Vielzahl manueller Arbeiten und sie können mit weniger Aufwand eine wesentlich höhere Zahl an Gesprächen auswerten.

Carglass wird als Unternehmen von der Optimierung der gesamten Analyseprozesse, von Kostensenkungen und einer geringeren Bindung von Ressourcen durch Schulungen profitieren. Für die Kunden des Unternehmens wird sich die Kombination von RTIM®, Analyse-Software und Quality Monitoring ebenfalls bemerkbar machen – denn individuell geschulte Mitarbeiter versprechen für die Zukunft konstant noch hochwertigeren Service am Telefon.



# Lösung mit novomind

almato und novomind kombinieren RTIM® mit novomind iAGENT™



Um Unternehmen in die Lage zu versetzen, die Qualität der Kundendaten zu erhöhen und diese wesentlich effizienter zu pflegen, haben novomind und almato ein Konzept entwickelt, in dem die Prozess- und Softwareexperten die Stärken ihrer Angebote kombinieren. Die Fähigkeit von almato im Rahmen des RTIM®-Konzeptes verschiedene Systeme zu integrieren und Prozesse vollautomatisch abzuwickeln wird dabei mit den Analysefunktionen von novomind iAGENT™ kombiniert. Auf dem almato Kundenforum 2012 wurde der Ansatz erstmals öffentlich vorgestellt.

„Die Pflege von Kundendaten ist in vielen Unternehmen eine Aufgabe, die häufig ein Flickenteppich aus manuellen Arbeiten und Softwareunterstützung ist. Entsprechend aufwändig und fehleranfällig sind deswegen vielerorts die Prozesse, bei denen die Kundendaten aktualisiert und verwaltet werden“, berichtet Peter Samuelsen, Vorstandsvorsitzender von novomind. „Zusammen mit almato haben wir nun einen Weg gefunden unsere Technologien so miteinander zu verknüpfen, dass eine effiziente und automatisierte Erfassung der relevanten Daten, wie zum Beispiel Adressdaten, gewährleistet ist.“

Besonders Unternehmen mit einem hohen Kommunikationsaufkommen profitieren von diesem Konzept, an dessen Startpunkt die automatische Analyse der Inhalte sowie der unstrukturierten Daten eingehender Nachrichten durch novomind iAGENT™ steht. Die ausgewerteten Texte – egal ob eMail, Formulare, Anträge, Faxe, Brief oder auch Social Media – werden dann in Form einer standardisierten und struk-

turierten Anfrage als Webservice an die von almato verwendete NICE Real Time Process Optimization-Software geschickt.

Dort werden im Anschluss die entsprechenden Aufträge, wie eine Vervollständigung der Adresse, eine Änderung der Telefonnummer oder die Übergabe in Subsysteme, durchgeführt, ohne dass hierzu Integrationen in Backendsysteme erforderlich sind. Sobald dieser Prozess abgeschlossen ist, kann eine Meldung erneut via Webservice an den novomind iAGENT™ abgesetzt werden, der dann eine entsprechende Bestätigungsmail verschicken kann. Der Mitarbeiter greift nur in Ausnahmefällen ein, wenn z.B. die entsprechenden Sicherheitskriterien dies erfordern – einem hohen Automatisierungsgrad bei gleichzeitig hohem Sicherheitsstandard steht also nichts mehr im Weg.

Durch die Kombination der beiden Systeme sinken die Kosten für die Datenpflege spürbar, da manuelle Datenkorrekturen nur noch in Ausnahmefällen nötig werden. Außerdem wird die Bearbeitungszeit massiv reduziert und die Bearbeitung der Anfragen erfolgt vollautomatisch und fallabschließend. Unter dem Strich steht somit eine erhebliche Steigerung der Effizienz. Da almato im Rahmen des RTIM®-Ansatzes parallel auf verschiedenste Systeme zugreifen kann, ist zudem gewährleistet, dass der Datenstand in allen Quellen identisch ist. Die Mitarbeiter im Kundenservice werden so von zeitraubenden Aufgaben befreit und können sich wesentlich besser um den direkten Kontakt mit den Kunden kümmern.

**NOVO  
MIND**

IQ INTERACTIVE

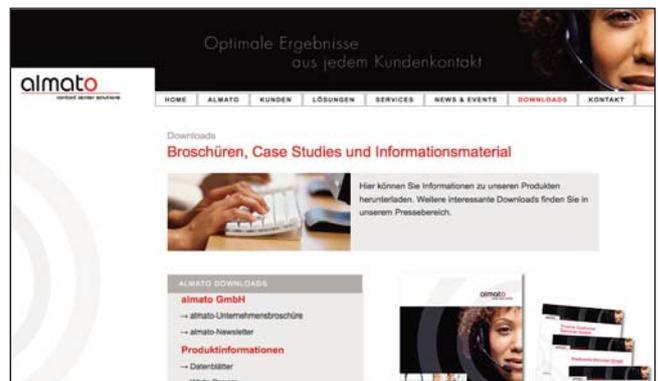
# Optimierte Website

## Mit drei Klicks ans Ziel – Website-Optimierung für bessere Nutzerfreundlichkeit

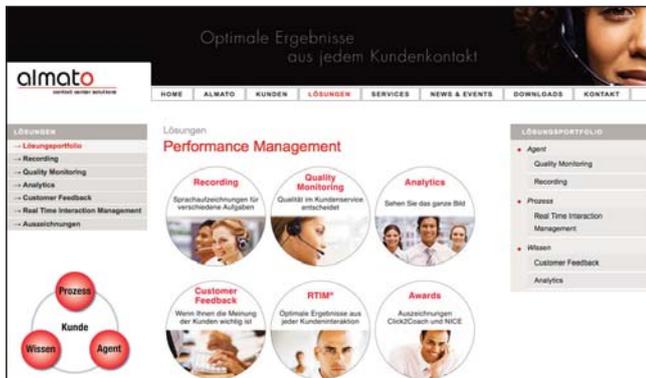
Orientierung am Kunden, schnelle Bereitstellung von Information und maximale Aktualität der Daten – dafür sorgt almato seit Jahren durch Quality Monitoring und Real Time Interaction Management. Nun hat sich das Unternehmen die eigene Website vorgenommen und den Internetauftritt unter diesen drei Gesichtspunkten überarbeitet.

„Wir haben die Überarbeitung der Website dazu genutzt, die Inhalte so aufzugliedern, wie sich unser Portfolio unseren Kunden gegenüber in der Praxis darstellt. Der Schwerpunkt unserer Geschäftsaktivitäten liegt im Performance Management, und dabei werden die drei elementaren Erfolgsfaktoren, die als wichtigste Stellschrauben im Performance Management dienen, optimiert. Diese sind die Prozesse, das Wissen und die Agenten der Unternehmen. Ausgangspunkt aller Überlegung dabei ist der Kunde, mit dem das Customer Service Center kommuniziert“, erklärt Peter Gißmann. „Mit drei Klicks gelingt es nun den Usern für praktisch jede Frage, die sie über almato und unsere Expertise haben, eine Antwort zu finden.“

Die wichtigsten Elemente der Optimierung auf einen Blick:  
 Die neue Navigationsleiste unterscheidet zwischen Lösungen und Services, um das Angebot von almato noch übersichtlicher darzustellen.  
 Der Fokus richtet sich weniger auf Produkte sondern auf Herausforderungen und die damit verbundenen Lösungen.



Das Re-Design der Startseite macht alle aktuellen Informationen auf einen Blick verfügbar und bringt die User noch schneller ans Ziel.



In der Rubrik News und Events werden alle aktuellen Informationen aufbereitet: Sowohl für die Presse als auch für Partner und Kunden.

Ebenfalls klarer strukturiert – und gleichzeitig inhaltlich deutlich besser ausgestattet – ist nun der Downloadbereich. Neben Broschüren werden hier auch Videos, eBooks und Fallstudien angeboten.

# Swiss Contact Day

## Zuverlässig wie ein Schweizer Uhrwerk – almato beim Swiss Contact Day

Auch wenn der diesjährige Swiss Contact Day in Bern im Allegro Grand Casino Kursaal stattfand, so zeigte das Team von almato, dass Effizienz im Kundendialog mit Glücksspiel nichts zu tun hat. Im Veranstaltungsabschnitt „Customer Care und Technologie – (k)ein Gegensatz“ wurde das Konzept effizienter Prozessoptimierung mit Real Time Interaction Management vorgestellt. Die theoretischen Ausführungen wurden durch eine Software-Demonstration und das aktuelle Praxisbeispiel der Thomas Cook AG zum Leben erweckt.

Die Phänomene, welche die Referenten zum Einstieg ihrer Präsentation beschrieben, sind allen Verantwortlichen in Contact Center und Kundendienstabteilungen bekannt: eine große Zahl an Applikationen und beteiligten Bereichen, eine hohe Prozessvielfalt und unterschiedliche Zuständigkeiten. Daraus resultieren nur allzu häufig Doppelarbeiten, unnötig lange Time to Market-Zeiten, Fehler, großer Schulungsaufwand und lange Prozesszeiten.

All diesen Herausforderungen stellt sich die almato mit der Prozessoptimierung durch Real Time Interaction Management (RTIM®), das auf der Software NICE RTPO basiert. Um den Zuhörern den Lösungsansatz näher zu bringen, wurden unter anderem die fünf zentralen Merkmale eines RTIM®-Konzepts erläutert:



- Alle Events werden fortlaufend in den bestehenden IT-Systemen während der Interaktion Agent-Kunde interpretiert.
- Das System hilft dem Servicemitarbeiter bei Entscheidungen über die optimale Vorgehensweise.
- Die individuellen Wissens-, Trainings- und Erfahrungsstände der Agenten werden berücksichtigt.
- Unterschiedlichste Faktoren werden dazu genutzt, kontinuierlich während des Servicegesprächs für den Agenten Handlungsempfehlungen und Hilfestellungen zu generieren.
- Prozesse werden systemübergreifend optimiert und automatisiert.



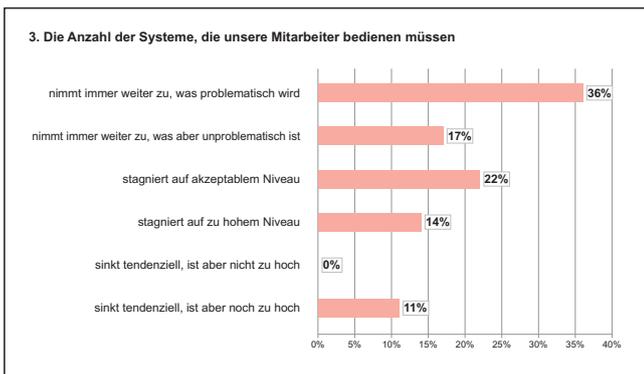
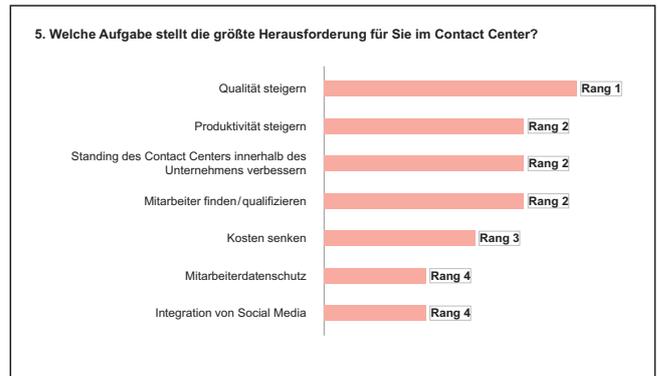
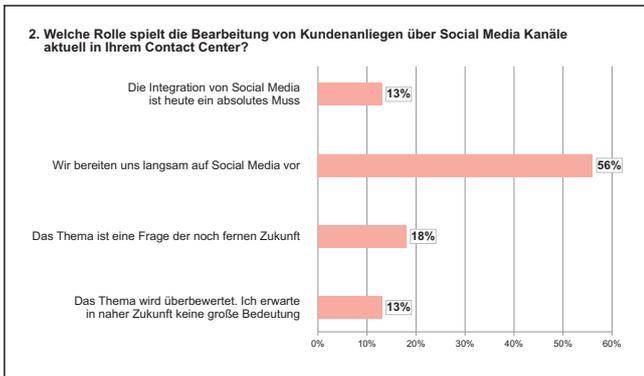
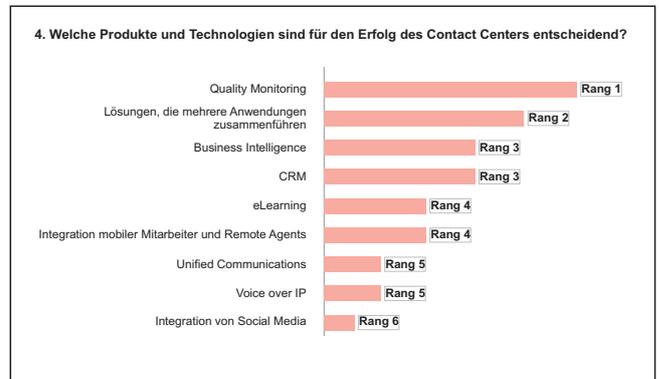
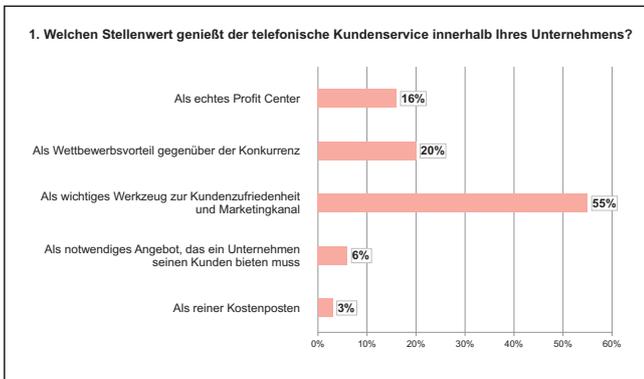
Wie dies durch eine Frontendintegration sowie die Nutzung von Business Rules und Real Time Scoring Engines funktioniert demonstrierte almato anhand einer Live-Demonstration, um im Anschluss den Praxiseinsatz von Real Time Interaction Management bei der Thomas Cook AG vorzustellen.

# Umfrage Kundenforum

## Social Media kommt – telefonischer Kundenservice bleibt: die almato Kundenstudie

Viel haben die Teilnehmer beim vergangenen almato Kundenforum über die Lösungen und Services erfahren, die aktuell und in Zukunft zum Einsatz kommen werden. Viel erfahren hat aber auch almato, dank der zahlreichen Antworten der almato Kundenstudie, die am Fuße des Fernsehturms durchgeführt wurde. Fast alle Gäste des Kundenforums haben ihre Fragebögen ausgefüllt und almato somit wichtige Hinweise über ihre aktuellen Bedürfnisse, Einschätzungen und Prognosen gegeben.

Die Ergebnisse im Einzelnen:



# Vorschau

## Business Factors / CCW 2013



Am 6. und 7. November werden wir erneut bei den CRM & Call Center Strategie Tagen im Grandhotel Schloss Bensberg teilnehmen. Die zweitägige Veranstaltung, die von der business factors Deutschland GmbH in Bergisch Gladbach organisiert wird, gliedert sich in einen Workshop-Teil und zwei Konferenz-Bereich. Bei der Konferenz zum Thema CRM wird dabei unter anderem ein Vertreter der Thomas Cook AG aus dem Praxisalltag berichten. Nicht weniger spannend werden die Vorträge für die Contact Center-Experten. Hier sprechen unter anderem der Vorsitzende der Geschäftsführung der Deutschen Telekom Kundenservice GmbH sowie der Director Customer Care der Lufthansa AG. Mit einem Workshop zum Thema RTIM® beteiligt sich almato an der Strategietagen. Unter der Überschrift „Prozessoptimierung mit Real Time Interaction Management“ werden die Vorteile von RTIM® für Unternehmen, Servicemitarbeiter und Kunden erläutert.

<http://www.businessfactors.de>



Ein kleines Jubiläum feiert die CCW im kommenden Jahr. Bereits zum 15. Mal trifft sich die Branche zur größten Europäischen Kongressmesse für Kundenservice, -kommunikation und Call Center in Berlin. Vom 26. bis 28. Februar zeigt almato in Halle 4 am Stand D7 seine aktuellen Softwarelösungen zur Prozessoptimierung und -automatisierung sowie für das Quality Monitoring. Anhand konkreter Kundenprojekte werden beispielsweise Funktion und Nutzen von Real Time Interaction Management erklärt.

<http://www.callcenterworld.de>

### EVENT-VORSCHAU

Treffen Sie unsere Experten bei zahlreichen Veranstaltungen und Terminen.

#### NOVEMBER

06.11. – 07.11.2012

#### **StrategieTage CRM & Call Center 2012**

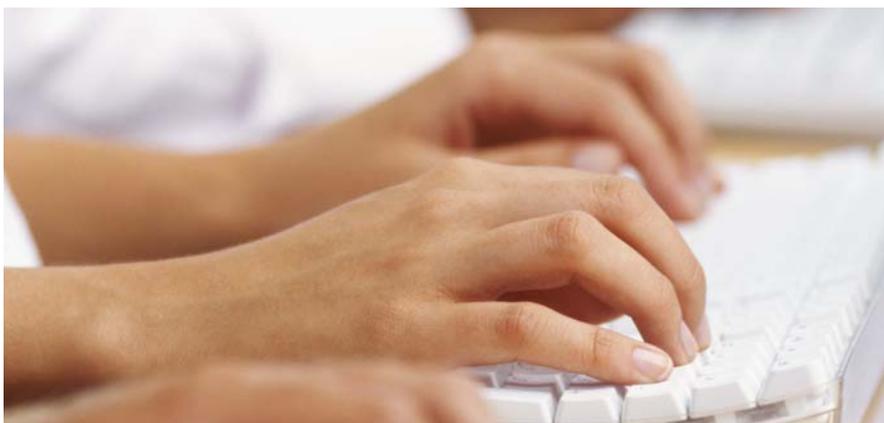
Schloss Bensberg, Bergisch Gladbach

#### FEBRUAR

26.02. – 28.02.2013

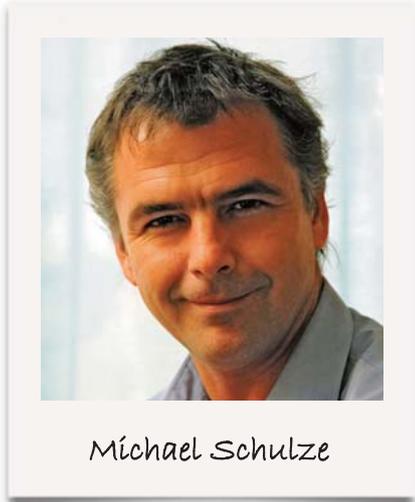
#### **CCW 2013**

Berlin



# almato-Team

## Unsere Experten stellen sich vor



Michael Schulze

### Michael Schulze – Projektmanager

Der gebürtige Schwabe verbrachte seine Schulzeit in der Harald-Schmidt-Stadt Nürtingen und schloss seine Ausbildung zum Kaufmann im Groß- und Einzelhandel bei der Metro in Esslingen ab. Dem folgte ein erfolgreiches Studium der Betriebswirtschaftslehre.

Sein Faible für neue Technologien und Marketing begleitete Michael Schulze dann vom ersten Tag seiner beruflichen Karriere, in der er verschiedene Kunden wie Hewlett-Packard, Daimler-

Chrysler und AT Kearny unterstützte.

Im April 2011 ging der begeisterte Hobbyfotograf bei der almato GmbH an Bord. Hier ist er seither für Projektleitung, Vertriebsunterstützung, Dokumentation und Trainings zuständig. Außerdem koordiniert Michael Schulze aktuell zentrale Marketingaktivitäten – wie beispielsweise den almato Newsletter.

Der zweifache Familienvater hat aber nicht nur ein geschicktes Händchen mit der Maus, wenn er mit Photoshop & Co. arbeitet, sondern er ist auch auf dem Golfplatz nicht zu unterschätzen. Bei der Mannschaft des Golfclubs Freudenstadt stellt der ehemalige Verbandsliga-Tennisspieler regelmäßig sein Können unter Beweis.

„Ehrlichkeit, Hilfsbereitschaft und Anstand sind die drei klassischen Werte beim Golf, die mich neben der sportlichen Herausforderung ganz besonders ansprechen. Ich versuche dies zusammen mit unserem Team auch im Geschäftsalltag zu leben.“

[michael.schulze@almato.de](mailto:michael.schulze@almato.de)

## 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.

© 2012 almato GmbH.  
Alle Rechte vorbehalten.

## KONTAKT

**Thomas Geiling**  
Presse & Marketing  
[thomas.geiling@almato.de](mailto: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](mailto:info@almato.de)

[www.almato.de](http://www.almato.de)



## Bleiben Sie informiert!

### almato auf allen Kanälen.

Abonnieren Sie unsere Firmen-Updates bei XING, folgen Sie den almatotweets bei Twitter oder werden Sie Fan von almato bei Facebook.

Sie sind gar kein „Networker“? Selbstverständlich informieren wir weiterhin über [www.almato.de](http://www.almato.de), lesen Sie unseren Newsletter oder Publikationen in der Fachpresse. Sprechen Sie uns an!