

## Telefónica O2 Ireland

### Kunde

Telefónica O2 Ireland

### Branche

Telekommunikation

### Lösung

Impact 360® Workforce Optimisation™  
- Impact 360 Recording™  
- Impact 360 Quality Monitoring™  
- Impact 360 Workforce Management™  
- Impact 360 Speech Analytics™

### Region

EMEA

### Standorte

Limerick, Irland

### Anzahl Agenten

300

### Ergebnisse

- Um ca. 2% verringertes Gesprächsvolumen durch die Erkennung und Lösung eines Problems beim Zurücksetzen von Online-Passwörtern.
- Probleme der Kunden beim Einloggen in die Website wurden deutlich; die darauffolgenden technischen Verbesserungen trugen zu einem um 1% verringerten Gesprächsvolumen bei.
- Verbesserte Best Practices und insgesamt verbesserte Kundenerfahrung.
- Senkung der Betriebskosten durch Anrufvermeidung.

### Die Herausforderung

Als Teil der Telefónica Group ist Telefónica O2 Ireland ein führender Mobilfunk-Anbieter mit über 1,7 Millionen Kunden in Irland. Die Zentrale in den Docklands von Dublin und das Customer Care Center in Limerick beschäftigen zusammen mehr als 1.150 Mitarbeiter. Als anerkannter Marktführer in Irland wurde O2 bereits mehrfach ausgezeichnet, z.B. als „Company to work for“ und als „Bester Einzelhandels-Arbeitgeber“ in Irland, das Customer Care Center wurde als „Irlands Call Center des Jahres“ ausgezeichnet.

O2s Kundenberater führen Inbound- und Outbound-Verkaufsgespräche sowie Supportgespräche durch. Seit einigen Jahren setzt das Unternehmen bereits Impact 360 Workforce Optimization™ von Verint® Witness Actionable Solutions® ein, um Kundengespräche aufzuzeichnen, zu bewerten und die Servicequalität zu sichern. Außerdem werden das Forecasting und die Planung mithilfe von Impact 360 durchgeführt. Entsprechend der Zielsetzung von O2 hilft die Lösung dem Unternehmen dabei, die Kundenerfahrung insgesamt zu verbessern und ermöglicht den Teamleitern, aus den Kundeninteraktionen zu lernen.

Um noch besser zu verstehen, warum Kunden anrufen und um tiefere Einblicke in die Gesprächsinhalte jeder einzelnen Kundeninteraktion zu erhalten, investierte O2 erneut und erweiterte seine Impact 360 Workforce Optimization Lösung um die Funktion Impact 360 Speech Analytics™. Schließlich ist die Optimierung der Kundenerfahrung ein wichtiger Wettbewerbsvorteil.

„Telefónica O2 Ireland nutzte Impact 360 Workforce Optimisation bereits seit einigen Jahren erfolgreich, so war es logisch, diese Investition weiter auszubauen, um noch mehr zu profitieren,“ erklärt Eibhlin Payne, Head of Customer Care bei Telefónica O2 Ireland. „Mit den detaillierten Sprach- und Verhaltensdaten, die wir nach jeder Kundeninteraktion sammeln, können wir unseren Qualitätssicherungsprozess weiter verfeinern. Dank dieser Informationen können wir unsere täglichen Abläufe optimieren und unsere Berater schulen, um die Qualität der Kundenerfahrung zu maximieren.“

### Die Lösung

Mit Impact 360 Speech Analytics können O2s Teamleiter und Manager automatisch Trends und Abweichungen von normalen Verhaltensmustern erkennen.

Durch die Auswertung der Gesprächsinhalte und der Verhaltensmuster innerhalb der Konversationen zwischen Kunden und Beratern bekommt O2 ein klares Bild seiner Kundeninteraktionen. So hilft Impact 360 Speech Analytics O2 dabei, die Kundenerfahrung auf unterschiedlichste Art und Weise zu verbessern. An erster Stelle ist die Verbesserung fehlerhafte Prozesse zu nennen. Durch das automatische Erkennen von Trends innerhalb der Gesprächsthemen und der anschließenden Ursachenforschung werden Probleme im betrieblichen Ablauf frühzeitig erkannt und können daraufhin beseitigt werden. Das verhilft zu einer verbesserten Servicequalität und vermeidet unnötige Anrufe ganz oder verringert die Zahl von Wiederholungsanrufen. Zusätzlich kann man das Gesprächsvolumen im Contact Center reduzieren und die Kundenerfahrung verbessern, indem man häufige Kundenanfragen identifiziert und die entsprechenden Abläufe als automatische Funktion auf die Website verlagert, wo sie vom Kunden selbst bedient werden können.

„Wir bei Telefónica O2 Ireland sind bestrebt, die Kundenerfahrung immer weiter zu verbessern, insbesondere möchten wir vermeiden, dass ein Kunde wiederholt anrufen muss. Deshalb ist die First Call Resolution ein wichtiges Ziel für uns. Mit Impact 360 Speech Analytics können wir die vorhandenen aufgezeichneten Interaktionen auswerten und erkennen die Serviceprobleme, die Anrufe unserer Kunden überhaupt erst nötig machen.“

Eibhlin Payne, Head of Customer Care, Telefónica O2 Ireland

„Wir wollten die eigentlichen Ursachen der verschiedenen Kundenkontakte verstehen“, erklärt Payne. „Mit Impact 360 zeichnen wir Gespräche und Kommentare der Kunden auf. Die Auswertung hilft uns dabei, fehlerhafte betriebliche Abläufe zu erkennen und zu korrigieren. Wir können nun diese Fehler schneller korrigieren und dadurch das Anrufvolumen reduzieren, was Kosten spart.“

O2 setzte Impact 360 Speech Analytics zunächst zur Kontrolle der Rechnungsstellung ein, um herauszufinden, welche Probleme dort vorhanden sind und wie diese das Anrufvolumen im Contact Center beeinflussen. Man fand heraus, dass die große Mehrheit aller rechnungsbezogenen Anrufe Unstimmigkeiten über den Rechnungsbetrag, gescheiterte Log-in-Versuche zur Online-Überprüfung der Rechnung und Unwissenheit über Tarifänderungen zum Gegenstand hatten. Da damit nun die Haupt-Treiber von rechnungsbezogenen Serviceanrufen identifiziert waren, konnte man sich darauf konzentrieren, diese Probleme zu lösen und damit die Kundenerfahrung zu verbessern und Contact Center Kosten zu senken. Tatsächlich war O2 in der Lage, das Anrufvolumen um ca. 6.000 Anrufe pro Monat zu senken. Die dadurch frei gewordenen Kapazitäten bei den Kundenberatern können nun für produktivere Kundenservice-Aktivitäten verwendet werden.

## Die Ergebnisse

O2 setzt Impact 360 Speech Analytics inzwischen für alle Contact Center-Teams ein, aber auch in anderen Abteilungen, z.B. in der Marketingabteilung. Dort nutzt man die Chance, Trends frühzeitig zu erkennen und Marktinformationen zu gewinnen, die sonst unerkannt versickern würden bzw. nur mit sehr hohem zeitlichem und finanziellen Aufwand zu bekommen wären. „Wir haben den Nutzen von Impact 360 Speech Analytics sehr schnell für uns entdeckt. Sie ist ein wichtiger Bestandteil unseres kontinuierlichen Verbesserungsprozesses geworden,“ so Payne.

Durch die Optimierung von zahlreichen geschäftlichen und betrieblichen Abläufen konnte Impact 360 Speech Analytics bereits einen wichtigen Beitrag zum Return-on-Investment bei O2 leisten. Z.B. konnte allein durch die Verbesserung eines fehlerhaften Prozesses zur Zurücksetzung des Online-Passworts das Gesprächsvolumen um 2% gesenkt werden. Ein anderes Beispiel ist das Erkennen von Schwierigkeiten beim Einloggen der Kunden auf der Firmenwebsite. Die Verbesserung dieser Prozedur löste nicht nur ein ärgerliches Problem, sondern senkte auch das Gesprächsvolumen um 1%. Dank der Auswertung von Impact 360 in Kombination mit Informationen aus den Kundenkonten konnte O2 Profile typischer Smartphone-Anwender erstellen. Die Auswertung ergab, warum und wie oft verschiedene Smartphone-Anwendertypen das Call Center kontaktierten. Das Unternehmen vertraut auch auf Impact 360 Speech Analytics, um die First Call Resolution und die Zahl „absoluter“ und „nicht absoluter“ Anrufe verlässlicher und genauer zu messen. Dies verhalf zu wichtigen Erkenntnissen, z.B. dass 69% aller Anrufe Probleme mit ausstehenden Zahlungen zum Thema hatten und das Probleme mit Einzugsermächtigungen ein großer Anruf-Treiber sind.

Innerhalb nur weniger Monate nach der Implementierung von Impact 360 Speech Analytics konnten bereits zahlreiche handfeste und nachhaltige Ergebnisse erzielt werden. Trotzdem ist sich Payne sicher, dass das bisher Erreichte erst die Spitze des Eisbergs ist. „Impact 360 Speech Analytics hat uns den Grad der Kundenzufriedenheit transparent gemacht. Es liefert uns in Echtzeit belastbare Daten bezüglich unseres Kundenservice und ergänzt unsere traditionellen Qualitätskennzahlen. Durch Impact 360 Speech Analytics hören wir die Stimme des Kunden und können unsere Produktivität, Effizienz und Effektivität in unserem gesamten betrieblichen Umfeld noch über viele Jahre hinaus weiter optimieren.“

## Über Verint Witness Actionable Solutions

Verint® Witness Actionable Solutions® ist führender Anbieter von analytischen Workforce-Optimierungslösungen. Diese Lösungen helfen Unternehmen dabei, Informationen über Kunden zu erfassen, Trends im Tagesgeschäft zu erkennen, die Ursache der Verhaltensweisen von Mitarbeitern und Kunden zu verstehen und die Kundenerfahrung im Contact Center, in der Niederlassung und im Backoffice zu optimieren.

## Verint. Powering Actionable Intelligence.®

Verint Systems ist Spezialist für analytische Lösungen, die Ergebnisse für bessere Entscheidungen liefern. Darüber hinaus bietet Verint Beratungs- und Implementierungsleistungen. Die Workforce Optimization- und Sicherheits-Lösungen werden von mehr als 10.000 Organisationen in mehr als 150 Ländern eingesetzt, um die Leistungsfähigkeit ihres Unternehmens zu erhöhen und die öffentliche Sicherheit zu verbessern.



Verint Systems GmbH  
Ziegelteich 29  
D-24103 Kiel

Tel. +49 (0)4321-26 98 5-0  
Fax +49 (0)4321-26 98 5-99  
marketing.emea@verint.com  
[www.verint.com](http://www.verint.com)