

Der Computer ruft an



FOTO: IMAGEDU

Durch moderne Sprachcomputersysteme lassen sich viele Abläufe im Unternehmen automatisieren. Neu ist hingegen der Einsatz für Outbound-Anwendungen.

Im Allgemeinen wird der Sprachcomputer für eingehende Anrufe genutzt und ist hier bereits gut etabliert. Es lassen sich aber auch ausgehende Anrufe an bestimmte Kundengruppen mühelos automatisieren, um Produktinformationen schnell und effektiv zu verteilen. Viele Anbieter haben dies bereits erkannt und nutzen die Technik oder sind in der Überlegungsphase, diese Technik einzusetzen.

Genau wie bei Massen-E-Mail oder -Fax wird durch den Sprachcomputer ein und dieselbe Nachricht an das gesamte Adressbuch versendet. Sprachcomputersysteme können auf vielen Telefonleitungen gleichzeitig arbeiten und somit in kurzer Zeit sehr viele Anrufe tätigen. Zudem kann bei solch einem System auch die Uhrzeit des Anrufs vorher eingestellt werden, damit niemand nachts gestört wird oder damit zum Beispiel ein Anruf jeden Samstag um genau 18.35 Uhr erfolgt, um die aktuellen Fußballergebnisse durchzugeben.

Wer gern bei Ebay einkauft, der kann zum Beispiel den automatischen Dienst „Telefonbieten“ der Firma Mediabeam aus Ahaus nutzen, denn mit diesem Dienst kann der Nutzer an wichtigen Ebay-Auktionen per Telefon teilnehmen. „Telefonbieten“ lässt sich einfach über das Internet einrichten und ermöglicht jedem Nutzer, kurz vor Ende der Auktion nochmals Informationen zu erhalten oder ein Gebot abzugeben. Hier erfolgt auf Basis der Daten aus dem Internet ein Anruf zu einem festgelegten Zeitpunkt vor Auktionsende um nach Authentifizierung des Kunden gegebenenfalls noch Veränderungen am Gebot platzieren zu können. Ohne Internet und PC verpasst man so keine Auktion mehr.

In Amerika ist man viel weiter mit automatisierten Lösungen, denn dort bietet der Homeland Security Service nahezu allen Einwohnern Informationen bei Unwetter oder Katastrophen per Internet und über Dienstleister auch per Telefon. Der

Anbieter Alerts USA ermöglicht bereits seit 2003 allen teilnehmenden Personen per Monatsabo auf Ihrem Handy Nachrichten, so genannte Audio-Informationen zeitnah zu erhalten. Dazu wird ein Teilnehmer vorab per SMS benachrichtigt, um danach zeitnah die aktuelle Nachricht selbst abrufen zu können. Dies ist ein gutes Beispiel für die Verknüpfung mehrerer Informationswege wie SMS, Internet und Telefonie, um schnell Informationen zu verteilen. Aus diesen Beispielen lassen sich noch viele weitere Möglichkeiten ableiten, um einen sinnvollen und für Nutzer interessanten Dienst zu erstellen.

Die Übermittlung von einfachen Informationen an viele Teilnehmer einer geschlossenen Benutzergruppe ist das beste Beispiel für eine sinnvolle Nutzung. Wer beispielsweise in einem durch Hochwasser gefährdeten Gebiet wohnt, freut sich zu jeder Tages- und Nachtzeit über den automatischen Anruf einer Maschine, die vor dem gerade kommenden Hochwasser warnt. Somit kann der Teilnehmer ganz gezielt auf den Anruf reagieren. Und für ein solches System zahlt jeder Anwohner sicher auch gern ein paar Euro im Jahr.

Gleiches gilt auch für Kunden eines bestimmten Pharmaprodukts. Wenn die Lo-

GESETZESLAGE UND EMPFEHLUNGEN

Es gilt es genau zu betrachten, welche Kundengruppe man mit Informationen versehen will. Wie beim E-Mail-Marketing liegen Spam und Information dicht beieinander. Niemand hat wirkliches Interesse daran, unaufgefordert Anrufe zu erhalten, die neuen Reichtum durch Glücksspiel versprechen, vor allen Dingen nicht während der Arbeitszeit oder auf dem privaten Handy. Zudem gibt es hier Gesetze, die einen unaufgeforderten Erstkontakt, genau wie beim Fax- oder E-Mailversand, verbieten.

Das im Juli 2004 in Kraft getretene Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) regelt auch Anrufe von automatischen An-

rufmaschinen, die im Katalog der „unzumutbaren Belästigungen“ als „unlauter“ eingestuft werden. Näheres ist im § 7 des UWG nachzulesen, etwa unter http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/uwg_2004/7.html.

Der Deutsche Direktmarketing-Verband (DDV) hat speziell hierzu einen Leitfaden erlassen und spricht davon, dass „automatische Anrufmaschinen nur in engen Grenzen zulässig und sinnvoll sind“.

Das Positionspapier „Automatische Anrufmaschinen“ des DDV kann unter folgendem Link abgerufen werden: <http://www.ddv.de/downloads/PositionspapierAnrufautomaten.pdf>.

Wer nun denkt, mit seinem Sprachcomputer das Allheilmittel für den Massenvertrieb gefunden zu haben, der sollte zuerst die Gesetzeslage bedenken und vor allen Dingen auch die Reaktion beim potenziellen Kunden. Nicht jeder gutgemeinte Anruf ist wirklich von Interesse und von der Zielgruppe erwünscht. Kurz vor der letzten Wahl in Hamburg hat zum Beispiel die Schillpartei einen Sprachcomputer benutzt, um auf ihre Politik aufmerksam zu machen und weitere Wählerstimmen zu sammeln. Aber gerade das Gegenteil passierte, denn die automatischen Anrufe mit der politischen Nachricht wurden als extrem störend und unangemessen empfunden, was die meisten Wähler negativ gegenüber dem Werbetreibenden einstellte.

Warum hat die schöne Technik hier nicht helfen können? Die Antwort ist ganz einfach. Niemand möchte in seiner Freizeit von solchen Maschinen belästigt werden, es sei denn, die übermittelte Information ist erwünscht und von persönlichem Interesse.

gistik weiß, dass bei normaler Benutzung des Produkts ein Neukauf in einer Woche notwendig ist, kann ein Sprachcomputer den Kunden anrufen und automatisch nachfragen, ob das Produkt geliefert und wie üblich berechnet werden soll. Auch kann der Anbieter den Kauf über den Sprachcomputer etwas günstiger offerieren und somit den Kunden eher davon überzeugen, diese neue Technik zu nutzen.

Zukunftsperspektive

Es werden sich die Systeme durchsetzen, die für den Kunden einen wirklichen Nutzen bringen, der dabei im akzeptablen Verhältnis zu den Kosten steht. Wenn bei solchen Systemen der Benutzer zudem sehr einfach durch Sprecherverifizierung anhand seiner Stimme erkannt werden kann, lassen sich sogar sicherheitsrelevante Dienste realisieren. Das bedeutet, dass immer wiederkehrende Bestellungen oder auch kundenspezifische Nachfragen nur von ei- ▶

nem legitimierten Benutzer ausgeführt werden können. Dies ermöglicht eine Automatisierung in vielen Bereichen, die heute noch von Call Centern oder durch Außendienstmitarbeiter abgewickelt werden.

Dass eine automatische Benachrichtigung bei einem Lotto-Gewinn sicher dazu gehört, steht außer Frage, aber da bei einem ausgehenden Anruf nun mal auch immer Kosten entstehen, gilt es Lösungen zu finden, die diese Kosten kompensieren und trotzdem noch lukrativ sind.

Notwendigkeiten

Ist vom Kunden bereits eine Einwilligung gegeben, um weitere E-Mails oder Anrufe zu bekommen, so steht dem automatischen Sprachcomputer nicht mehr viel im Wege. Mit dieser Einwilligung ist es möglich, eine Kundengruppe nun auch mit einem weiteren Medium, nämlich dem Telefon, anzusprechen. Da das Telefon zudem viel weiter verbreitet ist als E-Mail und auch einen direkten Kontakt herstellt, lassen sich ganz neue Vertriebsmöglichkeiten abbilden. Sollte ein Kunde Interesse an dem Produkt zeigen, kann er gleich mit einem Call Center-Agent verbunden werden oder auch automatisch seine Bestellung aufgeben. Dies ist möglich, denn die Adressdaten sind bereits im Adressbuch oder in der Firmendatenbank vorhanden und können für die Auftragsbestätigung oder Rechnung herangezogen werden.

Die Übermittlung einer Rückrufnummer ist in vielen Fällen ebenfalls sehr wichtig. Wenn etwa ein Versandhändler automatische Anrufe zu seinen Kunden tätigt, kann es auch sinnvoll sein, gleich die Rufnummer der Serviceabteilung zu nennen. Erhält ein Kunde diese Nummer, ist er bei einem Rückruf schnell mit der zuständigen Abteilung verbunden und kann seine Wünsche an das Unternehmen richten.

Zusammengefasst lassen sich folgende Systemgruppen definieren, die keinen Anspruch auf Vollständigkeit haben, aber eine grobe Klassifizierung ermöglichen:

• Erinnerungsanrufe

Die Vielzahl privater Termine wird für viele Personen unübersichtlich. Da macht ein Erinnerungsanruf in einigen Fällen sicherlich viel Sinn. Wenn zum Beispiel das System wegen des aktuellen Ebay-Gebots noch mal nachfragt, um das Gebot zu erhöhen, der TÜV automatisch daran erinnert, daß der Pkw einmal wieder zu einem Besuch vorbeikommen sollte oder wenn

der innovative Zahnarzt seine Patienten zum halbjährlichen Check up mit vorheriger Bestätigung und Terminvorschlag ruft, kann ein guter Nutzen für den Endanwender gefunden werden.

• Warnsysteme

Da mittlerweile fast jeder Bürger ein Telefon oder sogar ein Handy hat, macht es sehr viel Sinn, diesen Kommunikationsweg auch für automatische Alarmer und Anrufe zu nutzen. Dieser Bereich gibt sicher Raum für viele neue Geschäftsideen, aber auch für Systeme, die vom Staat aufgebaut und betrieben werden könnten, wie es in den USA bereits passiert.

• Liefersysteme

Im Bereich der Medizin werden Heilmittel immer für einen bestimmten Zeitraum verschrieben, da jeden Tag die Medikation genommen werden soll. Sollten nun diese Daten vorliegen, kann ein Outbound-System selbständig die Patienten anrufen und nachfragen, ob eine weitere Lieferung erfolgen soll. Dies setzt natürlich ein Rezept oder ein rezeptfreies Mittel voraus. Da dieser Vertriebsweg zudem einfacher ist, können dem Kunden Vorzugspreise angeboten werden, die eine Nutzung des Automaten beim Endkunden sicher positiv einstufen und zur Nachahmung anregen.

• Mahnwesen

Die verschiedenen Inkassounternehmen setzen mittlerweile auf automatische Anrufe im Mahnwesen mittels Sprachcomputer. Der Computer ruft den Gläubiger so lange an, bis dieser, durch Variation der Anrufzeit, wirklich erreicht wird. Dann informiert der Computer emotionslos über die ausstehenden Zahlungen. Der Vorteil dieser Art von Zahlungserinnerungen ist neben der Kostenersparnis auch die deutliche Zeiteinsparung. Zudem hat sich die Erfahrung eingestellt, dass ein Gläubiger, oftmals schneller seine Rechnung begleicht, wenn er bei dieser Kommunikation nicht zusätzlich in die peinliche Lage versetzt wird, seinen Notstand einem Mitmenschen erklären zu müssen.

• Brokerage

Im Bereich der Wertpapiere ist immer schnelles Handeln gefragt. Viele Unternehmen unterrichten ihre Kunden bereits heute schon mit Informationen über das private Depot per SMS und könnten per Sprachcomputer dem Kunden zudem einen weiteren Zugang zum Depot und über einen sicheren Zugang per Benutzerverifikation auch zum Kauf und Verkauf bieten. Sowie eine bestimmte Aktie einen Schwel-

lenwert erreicht hat, ruft das automatisierte System den Kunden von allein an und fragt, was denn nun passieren soll. Es können während des Gesprächs zum sekundenaktuellen Kurs Optionen zum Verkauf oder Kauf genutzt werden, was dem Kunden einen ganz klaren Wettbewerbsvorteil gegenüber Instituten bietet, die einen Service nur über Internet anbieten.

• Community-Systeme

Im Umfeld der vielen Benutzergruppen, zu neudeutsch auch Communities, lässt sich ein Outbound-System sehr gut für das anonyme Gespräch zwischen zwei oder mehreren Teilnehmern nutzen. Quasi lassen sich sehr einfach virtuelle Telefentreffen verabreden, zu denen die Teilnehmer automatisch angerufen werden. Somit bleibt die persönliche Rufnummer ver-

FAZIT

Automatische Sprachcomputersysteme für Outbound-Calls machen sicher Sinn, nur muss der Einsatz genau dosiert werden und zudem muss eine Einwilligung des Kunden vorliegen. Ist dies alles der Fall, lässt sich ein hervorragender Zusatznutzen aus der Automatisierung erzielen. Egal welche Information zum Endkunden übermittelt werden soll, auf jeden Fall ist dabei auch auf eine freundliche Stimme der Maschine zu achten. Der dem Anrufer zuerst vorgespielte Dialog muss zum System passen und zum weiteren Zuhören animieren. Dialoge sollten nicht von der Technikabteilung erstellt werden, sondern vom Marketing.

steckt und jeder Teilnehmer kann unerkannt kommunizieren. Auf demselben Weg lassen sich auch anonyme Nachrichten von Benutzer zu Benutzer schicken, indem diese wie bei einer Mailbox aufgezeichnet, aber dann sofort als Anruf an den Empfänger übertragen werden. Zusätzlich besteht wiederum sofort die Möglichkeit, auf diese Nachricht zu antworten.

► DETLEV ARTELT



► Detlev Artelt ist Berater für Sprachdialogsysteme und Geschäftsführer von Aixvox in Aachen.

da@aixvox.de