Zeitschrift: Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology

Herausgeber: Swisscom

Band: 77 (1999)

Heft: 4

Artikel: Customer Care : schneller und präziser

Autor: Schläpfer, Annette / Schöne, Andreas

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-877009

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 16.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Kundenkontakte

Customer Care – schneller und präziser

Kundinnen und Kunden finden es nicht immer einfach, mit ihren Anfragen bei Swisscom auf Anhieb an die richtige Stelle zu gelangen. Das soll sich bald ändern.

ANNETTE SCHLÄPFER UND
ANDREAS SCHÖNE, BERN

Pro Jahr kümmern sich die Angestellten des Swisscom Customer Care um rund 15 Mio. telefonische Anfragen von Kundinnen und Kunden. Sie tun dies über die ganze Schweiz verteilt in über sechzig Call Centers. Die Swisscom Call Centers befassen sich mit einer ganzen Palette von Anfragen: Sie reicht von Störungsmeldungen über Fragen zu bestimmten Dienstleistungen bis hin zu Auskünften zur Rechnungsstellung. Bisherige Erfahrungen haben gezeigt, dass die gegenwärtige Struktur für die Kundschaft nicht immer leicht durchschaubar ist. Organisatorische Veränderungen und Vereinfachungen sind angezeigt.

Im Rahmen des Swisscom Customer Contact Programs ist eine Arbeitsgruppe damit beschäftigt, mehr Einheitlichkeit in jene Organisationen zu bringen, die als Anlaufstellen für Kundinnen und Kunden dienen. Dazu sind umfassende Arbeiten im Gange: Die wichtigsten technischen Customer Care Centers, wie beispielsweise das Customer Interaction Center oder the blue window in Zürich-Stadelhofen, werden im Moment neu gestaltet. Andere werden ganz neu aufgebaut, so zum Beispiel das Virtual Customer Interaction Center für Retailkunden im Standardvoicebereich. Für die Umsetzung der Pläne rechnet die Projektgruppe mit einem Zeithorizont von rund zwei Jahren (Bild 1).

Ziel dieses Umbaus ist eine verbesserte Koordination und Konzentration der existierenden Customer Care Centers. Swisscom soll für die Kundschaft leichter zugänglich gemacht werden und ihr gegenüber mit «einem einzigen Gesicht» auftreten (one face to the customer). Die Anzahl der Telefonnummern, unter denen Kontakte möglich sind, soll sich ebenfalls reduzieren und mehr Überblick schaffen.

Mit einbezogen in die Neugestaltung der Customer Care sind jedoch nicht nur die telefonischen Anlaufstellen. Mit zum Konzept gehören auch die relativ neuen Bereiche der Swisscom Shops und das Internet. Auch diese beiden Bereiche entwickeln sich zu wichtigen Orten der direkten Kommunikation mit der Kundschaft. Mit ihren Fragen und Anliegen soll Kundinnen und Kunden an allen Orten auf offene Ohren stossen. Denn das erklärte Ziel von Swisscom lautet: Die Kontakte zur Kundschaft sind so zu gestalten, dass es für sie keine Rolle mehr spielt, an welcher Stelle sie mit Swisscom in Verbindung tritt. Die gebotene Servicequalität muss für sie immer gleich hoch sein.

Erreicht werden soll das anvisierte Ziel mithilfe eines virtuellen Call Centers, das verschiedene Anlaufstellen mittels einer ausgeklügelten IT-Struktur zu einem einzigen Call Center verbindet. Swisscom-Kunden sollen vom neuen Customer-Care-System ohne viele Umwege zur richtigen Kontaktperson geleitet werden (Bild 2).

Swisscom Customer Care im Bereich Data

Was in den 70er-Jahren als Kundensupportorganisation für auf der X.25-Technologie basierende Datenkommunikations-Services begann, hat sich über die Jahre zu einer umfassenden Verkehrsüberwachungszentrale im Bereich Network Services entwickelt.

Mitten in der Stadt Bern, an zentraler Lage am Bahnhof, liegt das, was die Ver-

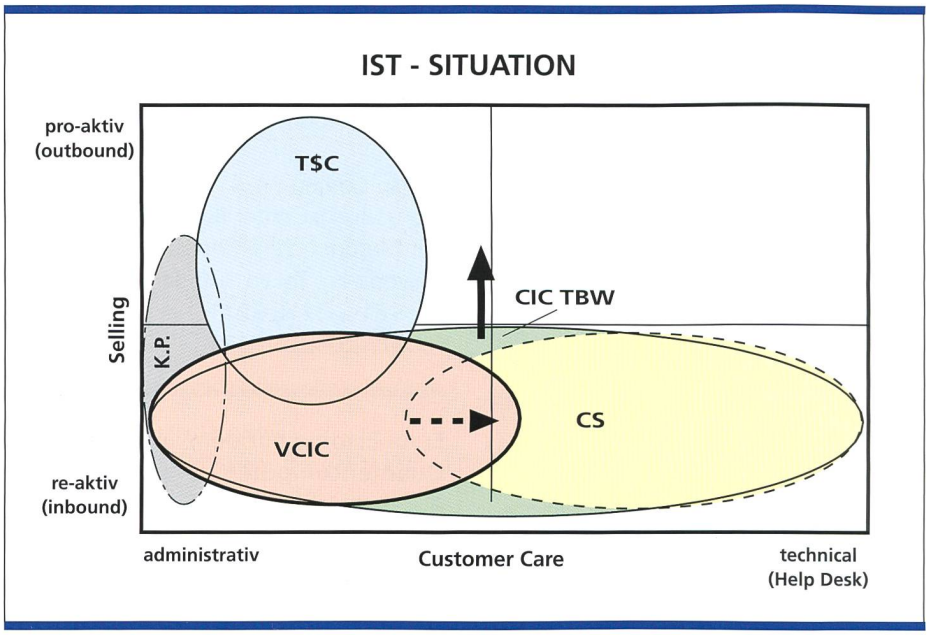

Bild 1. Die Positionierung der Customer Care Center von Swisscom. Die Customer Care Center erfüllen die unterschiedlichsten Aufgaben, vom reinen technischen Support bis zum aktiven Verkauf. Das reibungslose Zusammenspiel dieser Center stellt eine grosse Herausforderung dar.
TSC: Telesales Center, Call Center für den Verkauf; CS: Customer Center, Anlaufstelle für technische Störungen; CIC TBW: Customer Interaction Center The Blue Window, Call Center für Internetbenutzer; VCIC: Virtual Customer Interaction Center, für Retail-Kunden im Bereich Standard-Voice; K.P.: Kundenprogramm.

kehrszentrale der Schweiz im Bereich der Datennetzwerke genannt werden könnte, das Customer Care Center des Bereichs Data & Multimedia von Swisscom. Ein gut ausgebildetes Team von rund 130 Frauen und Männern sorgt national und international dafür, dass bei den von Swisscom betreuten Datennetzwerken alles rund läuft. Das Team erledigt dies 24 Stunden im Tag und an 365 Tagen im Jahr.
Betreut werden im Customer Care Center rund 140 Kundennetzwerke mit insgesamt 5000 Routern in der ganzen Schweiz. X.25, der Datendienst der 70er-Jahre, oft auch als das Internet der 70er-Jahre bezeichnet, ist heute längst nicht mehr der prominenteste Service, den es zu betreuen gilt. Längst haben sich neue Transporttechnologien wie Frame Relay und ATM durchgesetzt und weisen weit grössere Wachstumspotenziale auf als X.25. Und längst haben sich modernste Softwarewerkzeuge zum ursprünglichen Arbeitsinstrument Telefon gesellt.
Diese Softwarewerkzeuge erlauben eine lückenlose Überwachung der Netze der Swisscom-Kundschaft. Klare Informationen, Records und Reporte bieten den Informatikverantwortlichen der Unternehmen die Möglichkeit, sich umfassend über den Zustand ihrer Netzwerkdienste zu informieren. Via Telefon, Fax oder Internet können sie sich ans Überwachungsteam wenden, falls sie bei ihrem Netzwerk eine Störung bemerken. Mittels eines professionellen Störungsbehebungsprozesses wird die Störung erfasst, analysiert und innert vertraglich vereinbarter Frist behoben.

Qualität der Dienstleistungen sicherstellen

Das Customer Care Center Data hat den Auftrag, sicherzustellen, dass die Servicequalität, welche den Datenkunden vertraglich zugesichert ist, auch tatsächlich geboten wird. Es kümmert sich darum, dass die im so genannten Service Level Agreement (SLA) definierten Leistungen auch eingehalten werden.
80% der auftretenden Störungen werden innerhalb von zwanzig Minuten klar lokalisiert und störungsbehebende Massnahmen werden eingeleitet. Ebenfalls 80% der Störungen werden innerhalb der ersten zwei Stunden behoben. Dabei ist die Aufgabe gar nicht so einfach, wie man aufgrund der schnellen Fehlerbehebungsergebnisse vermuten könnte.

Das Customer Care Center Data

Wussten Sie,
...dass das CCC von Data & Multimedia 7524 Stunden pro Woche für Sie da ist?
...dass im CCC rund 130 Personen für einen reibungslosen Betrieb sorgen?
...dass das CCC alleine im Bereich LAN Interconnect Services über 140 Kunden mit insgesamt rund 5000 Routern betreut?

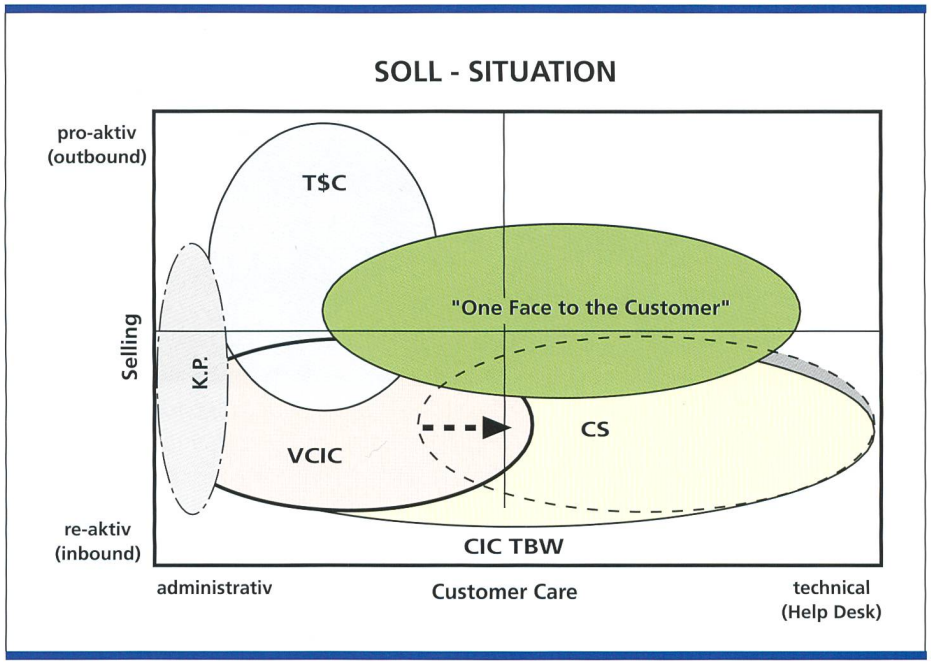

Bild 2. One Face to the Customer. Die Vision von Swisscom ist ein virtuelles Swisscom Customer Call Center, das dem Kunden in jedem Belang einen optimalen Service gewährt.

Bild 3. Das Customer Care Center Data. Die Organisationsform des Centers ist dem Ablaufprozess einer Störungsbehebung untergeordnet – bis hin zur physischen Anordnung und dem Aufbau der Arbeitsplätze.

Bild 4. Der Arbeitsplatz im CCC Data. Modernste Infrastruktur unterstützt die speditive Erledigung der im Laufe einer Störungsbehebung anfallenden Aufgaben.

Eine Störung wird behoben

Wie das Trouble-Ticketting-System bei einer Störung zur Anwendung kommt, illustriert die folgende Chronik eines fiktiven Störungsbehebungsverlaufes:

Mittwoch, 15. April, 01.20 Uhr
Das Überwachungssystem meldet eine Störung des Router-Anschlusses Moosseedorf BE, welche die Verbindung von und nach Ittigen betrifft. Eine erste Überprüfung ergibt: Aufgrund der vorliegenden Vereinbarung mit dem Kunden (Standard Support) wird das Ticket eröffnet. Die Bedeutung der Störung wird für den folgenden Morgen terminiert. Der Kunde wird via Fax über die Erkennung einer Störung orientiert.

Mittwoch, 15. April, 08.05 Uhr
Der Kunde meldet telefonisch, dass seine Verbindung unterbrochen ist. Wir informieren ihn, dass die Störung erkannt und bereits intern an die zuständige Organisation für Übertragung weitergeleitet wurde.

Die Fehleranalyse durch das Team im «Bollwerk» wird durch mehrere Faktoren verkompliziert: Bei der Analyse und Behebung einer Störung hat das Team des Customer Care Centers Data mit folgenden Faktoren umzugehen:

- Es sind viele verschiedene Dienste zu betreuen.
- Die Ursache muss oft anhand von Symptominformationen untersucht werden.
- Es gilt zu unterscheiden zwischen den unterschiedlichen Service Level Agreements, so genannten Servicegraden, welche die Kunden für ihren Vertrag wählen können.
- Es gibt unterschiedliche Supportzeiten.
- Die Kundschaft wird mehrsprachig betreut, aufgrund der internationalen Tätigkeit.
- Die Zusammenarbeit mit anderen Supportorganisationen, innerhalb und ausserhalb Swisscom.

Präsenzzeiten rund um die Uhr bedingen, dass die Übergabe von Störungsbehebungsprozessen über das Schichtende hinaus gewährleistet sein muss.
Um die komplexe Aufgabe der Störungsbehebung zu meistern, ist eine professionelle Organisation und eine topmoderne Infrastruktur unabdingbar.

Klar definierte Abläufe

Die grundsätzliche Frage: «Wie gehe ich vor, wenn eine Störung auftritt?» war der Ausgangspunkt für die Organisation des Customer Care Center Data. Zuallererst wurde der Verlauf einer Störungsbehebung analysiert und ein klarer Ablauf

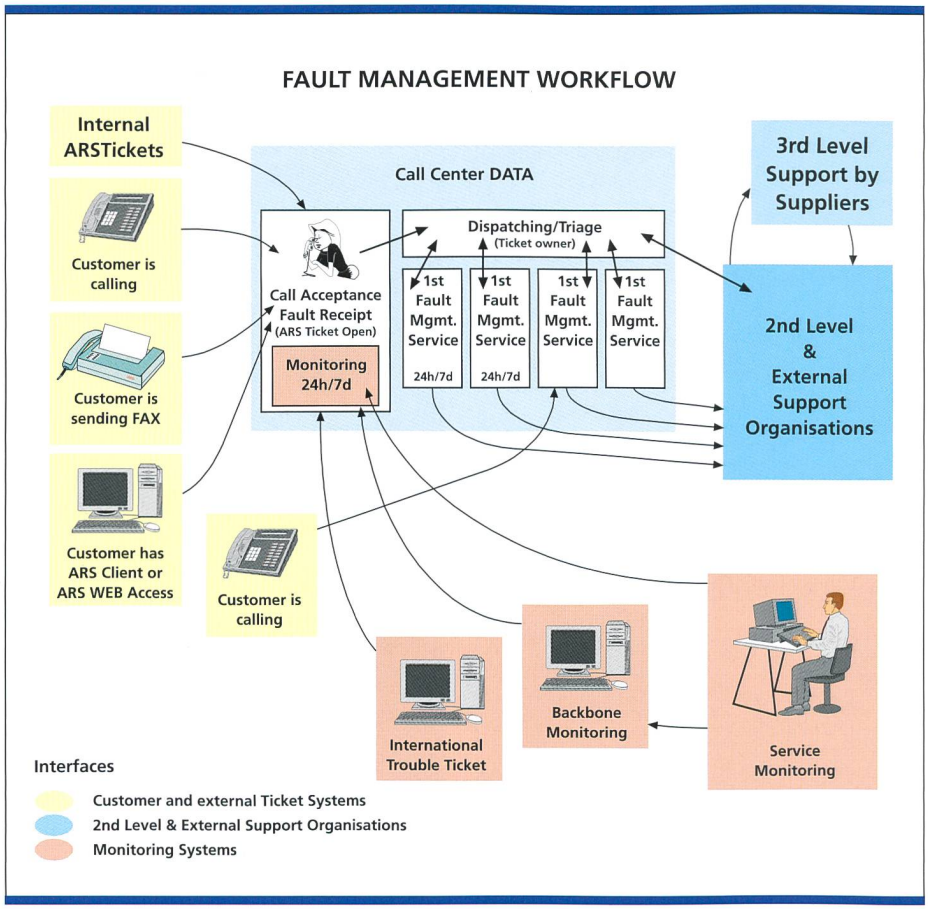

Bild 5. Ablauf einer Störungsbehebung (Fault Management Workflow). Genau definierte Abläufe sind die Voraussetzung für eine professionelle Störungsbehebung.

für die Behandlung von Störungen definiert. Aus diesem Ablauf ergaben sich einzelne, konkrete Aufgaben. Und diese Aufgaben bestimmten dann die Organisationsform des Customer Care Centers, bis hin zur physischen Anordnung und dem Aufbau der Arbeitsplätze. Schliesslich wurden die spezifischen Hilfsmittel/Tools und die Infrastruktur definiert, welche für die Störungsbehebung benötigt werden (Bilder 3 und 4).
Bild 5 gibt den Ablauf einer Störungsbehebung (Fault Management Workflow) wieder. Anlaufstelle für eine eintreffende Störungsmeldung ist eine Teleoperatrice, welche eine Störungsmeldung beispielsweise über eine 0800er-Nummer entgegennimmt. Sie nimmt die Kundendaten auf oder ruft diese ab. Aufgrund der vorhandenen vertraglichen Daten kann jetzt genau gesagt werden, ob der Kunde die gewünschte Dienstleistung in Anspruch nehmen kann oder nicht. Ist Ersteres der Fall, wird die Störung in Form eines Trouble Tickets erfasst. Das Trouble Ticketting System ist mit anderen Systemen, Datenbanken und Abteilungen der Swisscom verknüpft. Die dadurch verfügbaren kommerziellen und technischen Informationen reichen aus, um in 80% aller Fälle eine Störungseingrenzung bzw. Störungsbehebung machen zu können. Das Trouble Ticket gelangt von der Anlaufstelle zum Dispatcher. Die Aufgabe des Dispatchers ist es, eine Art Triage vorzunehmen, das heisst, anhand der vorhandenen technischen und kommerziellen Informationen die gemeldeten Symptome mit einer möglichen Ursache in Verbindung zu bringen und an das entsprechende technische Fachteam weiterzuleiten. Es ist dann die Aufgabe der einzelnen Gruppe, die Störung einzugrenzen, Ursachen zu erkennen und die entsprechenden Massnahmen zur Behebung einzuleiten. Das Trouble Ticket wird von Organisation zu Organisation weitergegeben. Der Dispatcher hat den Verlauf des Trouble Tickets zu überwachen und den Kunden über den Störungsverlauf auf dem Laufenden zu halten. Es liegt auch in der Verantwortung des Dispatchers, dass die Störung innerhalb der vertraglich vereinbarten Zeit behoben wird (Bild 7).
Eine fundierte Ausbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie klare Prozesse garantieren eine hohe Qualität bei der Erbringung einer Dienstleistung. In Bild 5 sind die Prozesse des Customer Care Centers Data dargestellt. Teil dieser Prozesse ist eine Eskalationsprozedur, welche – in Abhängigkeit der bereits verstrichenen Zeit – die für die Störungsbehebung zu ergreifenden Massnahmen vorschreibt.
Die Infrastruktur des Customer Care Center Data erlaubt zudem, Informationen über Anrufe, Servicetyp, Anzahl Gespräche, Dauer der Gespräche aufzuzeichnen und das Verhalten der Ereignisse in den einzelnen Arbeitsgruppen zu registrieren und auszuwerten. Die so gewonnen Erkenntnisse dienen dazu, Prozesse, Einsatzpläne oder Überlaufkonzepte zu optimieren.

Die Organisation für Übertragung informiert:

Kein permanenter Alarm in der Übertragungszentrale ersichtlich.
Ein Techniker wurde aufgeboten, um beim Kunden Tests durchzuführen.
Mittwoch, 15. April, 10.10 Uhr
Das Call Center Data informiert sich bei der Übertragungszentrale über den Stand der Arbeiten:
Die Techniker führen vor Ort erste Tests durch.
Der Kunde wird entsprechend informiert.
Mittwoch, 15. April, 14.57 Uhr
Gemäss Information der Übertragungszentrale ist die Verbindung wieder hergestellt. Entsprechende Nachfrage beim Kunden (der Kunde ist nicht erreichbar). Das Trouble Ticket wird auf «suspend» gesetzt.
Mittwoch, 15. April, 16.30 Uhr
Das Call Center Data nimmt erneut Kontakt mit dem Kunden auf. Dieser bestätigt, dass zwei Techniker vor Ort waren und Folgendes rapportieren:
- Beim Modem/Kabel konnte keine Fehlerquelle gefunden werden. Ein Austausch war deshalb nicht erforderlich.
- Der Kunde überprüfte die Anschlüsse und rebootete den Router.
- Die Verbindung ist in Ordnung. Das Call Center Data vereinbart mit dem Kunden, den Bericht der Übertragungszentrale abzuwarten.
- Das Trouble Ticket wird auf «closed» gesetzt.

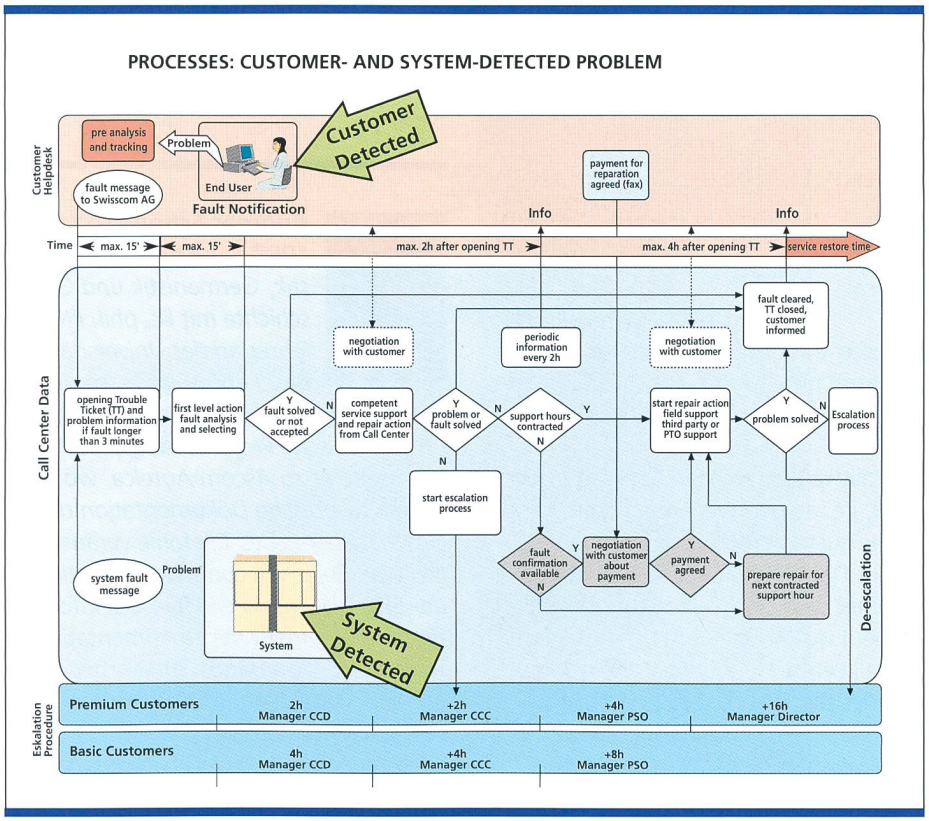

Bild 6. Prozesse im CCC Data. Abhängig von der verstrichenen Zeit definiert eine Eskalations-Prozedur die zur Störungsbehebung einzuleitenden Massnahmen.

Auch in Zukunft den Ansprüchen der Kundschaft gerecht werden

Ein Customer Care Center bildet eine wichtige Schnittstelle zum Kunden. Es

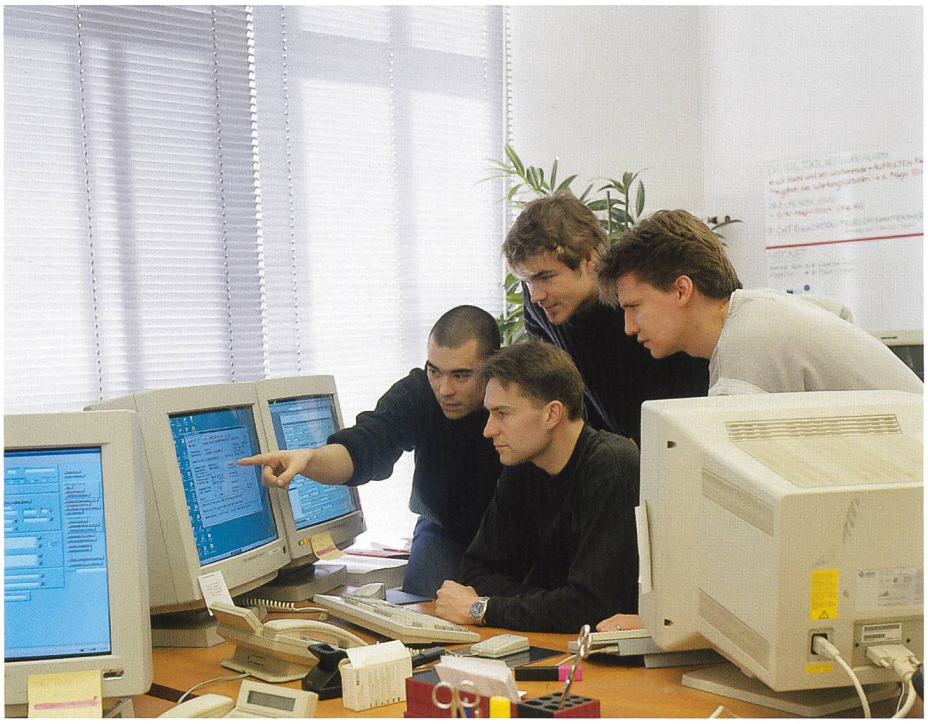

Bild 7. Der Arbeitsplatz im CCC Data.

bietet die Gelegenheit zum Dialog und die Chance, eine dauerhafte, partnerschaftliche Kundenbeziehung aufzubauen bzw. zu erhalten. Angesichts der zunehmenden Komplexität von Telekommunikationsdiensten und -lösungen, einer immer grösseren Zahl von Produkten, bedingt durch immer kürzere Produktlebenszyklen, der rasanten technischen Entwicklung, die zu einer Vielfalt nebeneinander bestehender Technologien führt, und angesichts einer stetig wachsenden Anzahl von Kunden wird die Erfüllung der von Swisscom abgegebenen Qualitätsversprechen künftig mit noch grösserem Aufwand und noch höheren Investitionen verbunden sein.
Das Customer Care Center Data bietet aber die einmalige Chance, gerade im vom Wettbewerb geprägten Markt, in dem sich die Produkte immer ähnlicher werden, die Kompetenz von Swisscom augenfällig unter Beweis zu stellen. 7

Annette Schläpfer *hat an der Universität Basel Anglistik, Geschichte und Germanistik studiert. Sie arbeitet seit Mai 1998 als Redaktorin in der Marketingkommunikation von Swisscom Data & Multimedia in Bern. Dort betreut sie unter anderem die Kundenzeitschrift Update. Bevor sie vor einem Jahr zu Swisscom stiess, hat sie zusammen mit ihrem Mann ein Jahr in Japan gelebt. Zuvor schrieb sie im Auftrag des Basler Pharmaunternehmens Hoffman-La Roche zwei Publikationen zum 100-jährigen Bestehen des Konzerns.*

Andreas Schöne *schloss 1987 sein Studium in Anglistik, Germanistik und Geschichte mit lic. phil. II/Oberlehrer an der Universität Basel ab. Anschliessend war er bei Ascom Hasler im Marketing sowie für strategische Projekte tätig. 1990 wechselte er zu Ascom Autelca, wo er für die technische Dokumentation des Geschäftsbereiches Telefonie verantwortlich war. Bei der Technischen Direktion der SRG übernahm er 1994 das Informationsmanagement der Dokumentationsstelle Bern. Bis anfangs 1998 arbeitete er als Technical Account Consultant in einer Werbeagentur. Seit Februar 1998 ist er im Bereich Marketing des Produkthauses Data & Multimedia von Swisscom für Product Promotion zuständig.*

Summary

Customer Care

A large number of call centres have been set up over the years to meet the most varied requirements in customer care ranging from purely administrative tasks to purely technical tasks (helpdesk) and spanning all areas of customer care from the reactive to the proactive aspect.
The large number of call centres will be drastically reduced within the next two years. The vision is one customer contact point, i.e. a pan-Switzerland virtual Swisscom customer call centre that provides the customer with easy access and offers top-quality service in all areas. Swisscom's Data & Multimedia product house has recognised the importance of customer care. Satisfied customers are loyal customers and in a competitive environment quality is an important factor in gaining the edge over competitors. The data call centre honours data solution quality guarantees provided by Swisscom and has the task of repairing faults quickly and efficiently. This requires expertise in fault repair and definition of the necessary processes. This article describes how Swisscom's data customer care centre deals with faults and what challenges lie ahead.

SIEMENS

Die Mobil-Lösungen von Siemens sorgen nicht nur bei der Ex-Miss Schweiz Tanja Gutmann für besten Anschluss. Sondern auch bei Ihnen.

Unabhängigkeitserklärung.

Wenn Sie Ihre Redefreiheit nicht nur auf allen fünf Kontinenten, sondern auch in den eigenen vier Wänden lieben, sollten Sie sich jetzt von Siemens die Unhabhängigkeit erklären lassen.

Erstens mit dem Dualband-Handy Siemens S15E: Das schlaue Gerät arbeitet sowohl auf dem GSM 900- als auch auf dem GSM 1800-Netz und wechselt während des Telefonierens und über Landesgrenzen hinweg automatisch dorthin, wo Sie den besten Empfang haben. Und zweitens mit der Telefonfamilie Siemens Gigaset: Es ist das meistverkaufte digitale und abhörsichere Schnurlostelefon der Welt. Und bietet Ihnen mit bis zu 6 Mobilteilen ab sofort noch mehr Funktionen, bessere Ergonomie und grössere Ausdauer.

Pflegen Sie in Zukunft bessere Kontakte: Die mobilsten Telefonkabinen der Welt sind nur ein paar Tastendrucke entfernt.

Siemens Schweiz AG
Telefon 01-495 42 26
www.siemens.ch

Gestaltung: Ogilvy & Mather

Erwarten Sie mehr.
Innovationen von Siemens.