



06. CCaaS – Contact Center as a Service

Major TOM – völlig losgelöst

Callcenter-Werkzeuge aus der Cloud verändern die Unternehmen technisch und organisatorisch.

Sie kennen TOM (technische und organisatorische Maßnahmen) sicher als ungeliebtes Beiwerk in den Anlagen Ihres AVV (Auftragsverarbeitungsvertrages). Das ist ganz sicher auch ein wichtiges Thema im hier behandelten Kontext. Aber „Major Tom“ ist als Metapher zu verstehen. Eine Metapher für eine(n) Projektleiter(in) nach der Übernahme der Verantwortung für die Ablösung einer seit vielen Jahren im Einsatz befindlichen Software-Landschaft und für die Einführung/Migration einer Contact-Center-Software aus der Cloud. Schnell wird ihm oder ihr klar, dass die hauseigene Technik samt Organisation auf den Kopf gestellt wird und man sich neben technischen Neuigkeiten auch mit dem Thema der Organisation beschäftigen muss. Nicht selten führt ein derartiges Projekt zu Umschichtungen im Organigramm. Der Entscheidungsprozess sollte immer von den strategischen Entscheidern des Unternehmens begleitet werden. Der Weg von der klassischen Telefonanlage und einer On-Premise-ACD hin zu einer CCaaS-Lösung braucht das klar formulierte Mandat von oberster Führungsebene. Wer schon einmal im Projektteam an derartigem Thema mitgearbeitet hat, weiß, dass unbeachtete Risiken sich oftmals durch das fehlende Verständnis für Contact-Center-as-a-Service-Lösungen seitens der Stakeholder begründen. Auf die Unterschiede zwischen Cloud Computing und Software as a Service wird in diesem Beitrag nicht eingegangen. Sie haben für die Herausforderungen, denen man sich beim Wechsel von On-Premise zu stellen hat, nur marginale Bewandnis. Viel leichter haben es Start-ups, die keine Infrastruktur ersetzen müssen, sondern ihren Bedarf aus den attraktiven Angeboten aus der Cloud decken und im schlimmsten Falle nach ein paar Wochen den Anbieter nochmals tauschen, wenn ein Feature fehlt oder die Prozesse klarer werden und der Bedarf an Software sich besser greifen lässt.

Klick – Klick – Klick – und Ihre neue Callcenter-Software ist einsatzbereit!

So oder so ähnlich versprechen es die Anbieter moderner Softwarelösungen aus der Cloud. In diesem Beitrag möchte ich Tatsachen für sich sprechen lassen und mit einigen Vorurteilen aufräumen. Bevor ich Geschäftsführer der Diabolocom GmbH geworden bin, war ich in diversen ACD-Migrations-Projekten involviert. Der Umgang mit Herausforderungen, insbesondere seitens des Softwareanbieters, ist maßgeblich für den Erfolg der Implementierung und für mich persönlich der Hauptgrund, warum ich ein großer Fan und heute sogar Geschäftsführer der Diabolocom GmbH geworden bin.

Nach dem Lesen dieses Beitrages können Sie folgende Fragen beantworten:

1. Was ist CCaaS?
2. Was bietet CCaaS?
3. Welche Abrechnungsmodelle gibt es?
4. Worin liegen die Unterschiede der Anbieter?
5. Welche Aufgaben müssen vor der Entscheidung erledigt werden? (Top-10-Checkliste)
6. Wie verläuft der Prozess von der Anforderung bis zum Go-live? (Meilensteinplanung)
7. Welche Unternehmen sollten sich gegen ein CCaaS-Projekt entscheiden?

Vorab soll gesagt sein – nicht für jedes Unternehmen ist CCaaS die perfekte Customer-Experience-Software-Lösung. Ich hoffe, Ihnen mit meinem Beitrag eine Hilfestellung bei der Entscheidungsfindung geben zu können.

Dennis Schottler

Dennis Schottler, Geschäftsführer der Diabolocom GmbH, arbeitet seit 25 Jahren in der Callcenter-Branche und gilt als Experte für Distanz-Kundenservice. Der gebürtige Hamburger arbeitete bereits für prominente Marken und Konzerne, wie Coca-Cola, ADAC und Siemens sowie als Top-Manager bei international agierenden Marktforschungsunternehmen. Er hat in den letzten Jahren mehrere Unternehmen gegründet, u. a. das Softwareunternehmen voiXen, den SchoSimo Fachverlag mit dem Titel SQUOT und das Callcenter der DDinternational.

In langfristigen Beratermandaten hat Dennis Schottler zudem diverse Unternehmen als Interims-Manager nachhaltig zum Erfolg geführt. Darüber hinaus beteiligt er sich im Rahmen der Schottler & Simon GmbH an Start-up-Unternehmen, die hohen Bedarf an Omnichannel-Kundenservice haben und berät Unternehmen beim Aufbau von klassischen Callcenter-Strukturen.

www.diabolocom.de

06.1 Was ist CCaaS?

Wie der Name schon sagt, handelt es sich bei ...aaS um Software, die als Service lizenziert wird. Diese Software wird nicht direkt auf dem Gerät des Nutzers installiert. Stattdessen erfolgt der Zugriff über eine Art Abonnement des Dienstes online. Der Zugriff erfolgt in der Regel mit einem **Webbrowser**. Was heisst CCaaS? Wir sprechen von Contact Center as a Service und oftmals ist hiermit eine Softwarelösung für das klassische Callcenter gemeint. Die noch gar nicht so alte Wortschöpfung „Contact Center“ basiert auf dem Bedarf, neben dem Telefon auch noch weitere Kanäle zu bedienen. Somit geht es auch bei einer klassischen ACD (Abkürzung für Automatic Call Distribution) heutzutage eigentlich eher um **Automatic Contact Distribution**. Es ist organisatorisch kein großer Unterschied, ob ein Kontakt per Telefon, per E-Mail, per Chat, Social Media oder Videocall verarbeitet werden soll. Es gelten weitgehend die gleichen Spielregeln bei der Verteilung, Zuordnung, Priorisierung und Dokumentation der Kontakt-Ereignisse. Ein Contact Center nutzt die Vorteile der IP-Kommunikation, einschließlich der Tatsache, dass sowohl die Sprach- als auch die Datenkommunikation effizient an jeden Agenten weitergeleitet werden kann, der Zugriff auf eine Breitband- oder IP-Verbindung hat. Dadurch wird sogar ein zentrales Callcenter obsolet, da ein weit verteilter Agentenpool über mehrere Standorte und sogar Mitarbeiter im Homeoffice eingebunden werden können. Wer sich nun für Kundenkommunikations-Software entscheiden will oder muss, hat diverse Möglichkeiten. Bei der Verwendung von Software as a Service bedient man sich des Cloud Computings. SaaS-Modelle basieren auf dem Grundsatz, dass die Software und die IT-Infrastruktur bei einem externen IT-Dienstleister betrieben und vom Anwender als Dienstleistung genutzt werden.

06.2 Was bietet CCaaS?

Die besonderen Vorteile einer CCaaS-Strategie haben seit dem Paradigmenwechsel in Bezug auf den Betrieb von Callcentern, bedingt durch die Pandemie-Auswirkungen seit März 2020, einen enormen Zuspruch erfahren. Maßgeblich für die Forcierung von Digitalisierungsprojekten mit Migration von On-Premise-Applikationen zu Cloud-Diensten sind folgende Fokus-Argumente, die Nutzer erwarten können:

- Flexibel skalierbar, je nach Geschäftsaufkommen und Bedarf
- Leichte Einbindung dezentraler Organisationseinheiten, wie z. B. Callcenter-Dienstleister
- Ready for Work@Home
- Schnelle Implementierung in die eigene Infrastruktur möglich
- An den Bedarf ausgerichtete Kostenstruktur
- Keine Kosten für Updates
- Immer auf dem aktuellen Software-Release-Stand
- Standards, die in der Regel zigtausendfach genutzt und somit geprüft sind
- Standard-Schnittstellen zu meistgenutzten Fremd-Software-Systemen
- Intuitive Bedienung im Webbrowser
- Outsourcing komplexer IT- und Sicherheits-Themen
- Hohe Servicelevel im Support

06.3 Welche Abrechnungsmodelle gibt es?

Das meist verbreitete Abrechnungsmodell nennt sich **Peak of Concurrent User**. Hier wird die höchste Anzahl der gleichzeitig angemeldeten Nutzer im Monat für die Faktura herangezogen. Der Preis pro User ist bei diesem Modell in der Regel etwas höher als der Preis beim Modell „Named User“. Hier werden auch User abgerechnet, die sich nicht eingeloggt haben (z. B. wegen Urlaub oder Krankheit). Der Fantasie für Abrechnungsmodelle sind aber keine Grenzen gesetzt. Der Markt ist hart umkämpft und demnach gibt es je nach Auftragsvolumen verschiedene Formen der Abrechnung. Neben den Lizenzkosten werden oftmals professional Services für Schulung, Inbetriebnahme und Beratung (z. B. für Schnittstellenkonfiguration) offeriert und auf Tagessatzbasis in Rechnung gestellt.

06.4. Worin liegen die Unterschiede der Anbieter?

Wenn man sich die Featurelisten der Softwarehersteller anschaut, so wird man keine oder nur sehr geringe Unterschiede feststellen. Zumeist werden lediglich marketing-wirksame Leistungsversprechen in den Vordergrund gestellt. Bei Rückfrage und genauer Recherche sind die Lösungen und Lösungsansätze nahezu identisch, da sich die Anforderungen auf Seiten der Kundenservice-Abteilungen ähneln. Die Gefahr, sich Software an eigene Prozesse zu formen, birgt enorme Risiken und Kosten, wenn sich Kundenverhalten am Markt verändert oder angebundene Software-Lösungen sich den gängigen Trends anpassen. Genau das stellt viele Unternehmen vor besondere und kostenintensive Herausforderungen und sollte beim Einsatz von CCaaS der Vergangenheit angehören. Das besondere Augenmerk bei der Auswahl des Softwareanbieters sollte daher auf dem Unternehmen und den Mitarbeitern des Unternehmens gelegt werden. Bei der Beantwortung folgender Fragen finden Sie schnell den für Ihre Bedürfnisse passenden Partner:

- Wie stabil wächst das Unternehmen?
- Wie beurteilen Bestandskunden den Support?
- Gibt es für Ihre Anforderungen belastbare Referenzen?
- Offeriert Ihnen der Anbieter eine kostengünstige Proof-of-Concept-Phase?
- Passen die offerierten Preismodelle und Kosten zu Ihren Anforderungen?
- Passt die Software-Roadmap zu den strategischen Kundenservice-Strategien in Ihrem Unternehmen?
- Existieren native Integrationen von bei Ihnen im Einsatz befindlicher Software?

06.5 Welche Aufgaben müssen vor der Entscheidung erledigt werden? (Top-10-Checkliste)

- Klare qualitative Zielvorgaben der Geschäftsleitung unmissverständlich formulieren und bestätigen lassen
- Detaillierte Meilensteinplanung mit der Geschäftsleitung abstimmen
- Budget festlegen (wobei auch interne personelle Ressourcen berücksichtigt werden) und Konditionen für Softwarelizenzen verhandeln sowie Zusatzaufwand für Professional Services kalkulieren
- Externe Beratung ja/nein – wenn ja, Auswahl treffen und mandatieren
- Interne(n) Projektleiter(in) und Vertreter(in) bestimmen
- Interne und externe Stakeholder evaluieren und vom Vorhaben informieren (eventuelle Vetos analysieren)
- Arbeitnehmervertreter involvieren
- Potenzielle Hersteller auswählen (Shortlist von maximal drei Anbietern), die den Ziel- und Auftragsdatenverarbeitungs-Vorgaben gerecht werden
- Abgleich mit parallel laufenden Projekten (Cross Path Analyse)
- Risikoanalyse für den Softwarewechsel (Workshop)

06.6 Meilensteinplanung:

Wenn Sie die Checkliste abgearbeitet haben, kann das Projekt starten. Hier ein Beispiel für eine Meilensteinplanung zur grafischen Darstellung bei CCaaS-Projekten. Es wird die Verwendung eines Projektmanagement-Tools (z. B. Asana) empfohlen, um die Aufgaben und Abhängigkeiten zu dokumentieren und für alle Projektbeteiligte jederzeit zugänglich zu machen. Kommunikation und Transparenz ist ein gutes Mittel für den schnellen Projekterfolg.

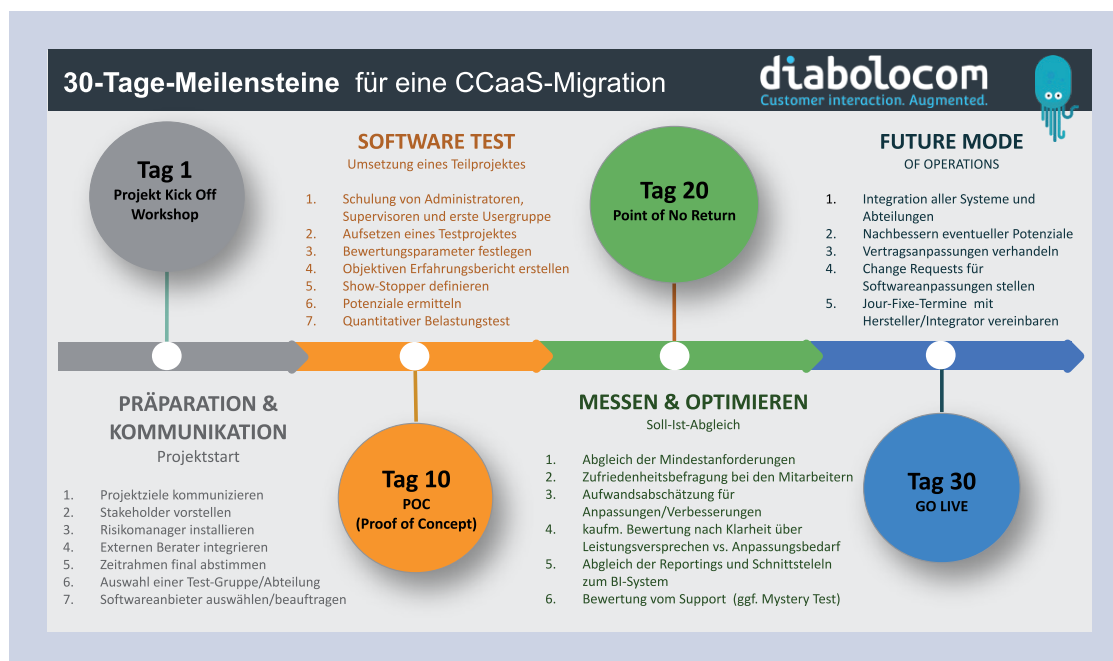


Abbildung 06-1

06.7 Welche Unternehmen sollten sich gegen ein CCaaS-Projekt entscheiden?

Sollte Ihr Unternehmen komplett oder partiell in absehbarer Zeit verkauft werden oder Sie gedenken ein anderes Unternehmen zu übernehmen, dann ist von derart Projektvorhaben dringend abzuraten. Veränderte Unternehmensstrukturen könnten schwerwiegende Anforderungs-Anpassungen zur Folge haben. Des Weiteren ist davon abzuraten, ein solches Projekt zu starten, wenn Ihnen die notwendigen personellen Ressourcen nicht zur Verfügung stehen.

Der meistgenannte Grund für die Nichtdurchführung eines CCaaS-Projektes ist aber die interne Unklarheit über die Zielparame-ter. Die Einführung einer Contact-Center-Lösung aus der Cloud nur um dem Trend der Digitalisierung gerecht zu werden und ohne echte Klarheit über die Mehrwerte, ist keine gute Basis für den Eingriff in das Herz Ihrer Kundenbeziehungen.

Ich hoffe, Ihnen mit diesem Artikel ein wenig dabei zu helfen, eine Entscheidung zu finden.

Ihr Dennis Schottler

Nachtrag: Wer behauptet, aus datenschutztechnischen Gründen wäre eine Software aus der Cloud nicht nutzbar, verwendet diese Argumentation in der Regel als Vorwand, hält der Diskussion darüber aber selten stand.