

# *manage* **it**

[[ IT - S t r a t e g i e n u n d L ö s u n g e n ]]

## **Die vierte Generation**

Darwin und die Portale

## **Identity Management**

Kontrolliert zugreifen

## **IT-Infrastruktur**

Fort Knox und der Mainframe

## **UMTS und IP-basierte Anwendungen**

Das mobile Büro



Geschäfts- und IT-Strategie vereinen

# Die Verschmelzung

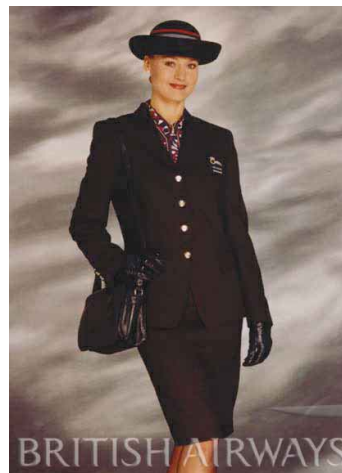
Nutzen Sie unser Angebot für  
Sonderdrucke oder E-Publishing-Dateien  
von Artikeln dieser Ausgabe

Tel.: +49 8092 87543

Online-Self-Service für British Airways

# Akzeptanz bei Kunden und Aktionären

Cost-Cutting im Kundenservice funktioniert nur mit gleichzeitiger Erhöhung der Kundenzufriedenheit.



Die Ereignisse vom 11. September 2001 stürzten die Luftfahrtbranche in große Turbulenzen. Doch bereits vor den Terroranschlägen durchlebten Fluggesellschaften schwierige Zeiten. Um die hochgesteckten und notwendigen Kosteneinsparungsziele zu erreichen, musste bei British Airways die Kundenbetreuung drastisch rationalisiert und vereinfacht werden. Gleichzeitig war man sich der Tatsache bewusst, dass entsprechende Änderungen langfristig nur dann greifen können, wenn sie bei den Kunden und Aktionären Akzeptanz finden.

Um diese Herausforderung zu bewältigen, befasste sich die Fluggesellschaft mit web-basierten Self-Service-Angeboten und neuen Wegen das Potenzial der bestehenden Website besser auszuschöpfen. Daneben analysierte man Möglichkeiten, um Online-Self-Service mit Telefon- und E-Mail-Kundenservice zu verknüpfen.

»Der Vorteil von Self-Service-Lösungen ist, dass sie rund um die Uhr zur Verfügung stehen. Da wir im Rah-

men unserer täglichen Arbeit so viele Zeitzonen überschreiten, ist das für uns besonders wichtig. Mit sorgfältig formulierten Antworten zu den Kundenfragen konnten wir sicherstellen, dass Kunden stets möglichst vollständige und relevante Informationen erhalten« sagt Ian Romanis, kaufmännischer Leiter bei eBA.

»Unser Ziel war es, eine konsistente Kontaktlösung zu schaffen, die gewährleistet, dass unsere Kunden über den besten und kundenfreundlichsten Kommunikationskanal stets die richtigen Antworten auf ihre Fragen erhalten.«

Zunächst wurden von British Airways verschiedene Optionen beleuchtet, darunter eine reine Suchmaschine und eine auf natürlicher Sprache basierende Suchlösung. Dabei kam das Unternehmen jedoch zu dem Ergebnis, dass keine dieser Lösungen über die erforderliche Funktionalität verfügen und den entsprechenden Return on Investment sicherstellen würde.

British Airways brauchte eine Lösung, die einen deutlichen praktischen

und hohen wirtschaftlichen Nutzen liefert, ohne Investitionsmaßnahmen in Millionenhöhe oder eine komplette Überarbeitung des bestehenden Internet-Angebots erforderlich zu machen.

RightNow Service sorgt nicht nur für eine fundamentale Veränderung der Kostenstruktur im Kundenservice, sondern auch für eine deutliche Steigerung der Kundenzufriedenheit.

Neben Online-Self-Service und dem Email Response Management bietet die Multi-Channel-Plattform von RightNow Funktionen wie Live Chat und Collaboration sowie statistische Auswertungen.

Mit der leistungsfähigen Knowledge Engine von RightNow werden Informationen so analysiert und sortiert, dass in der umfassenden Liste von etwa 250 bis 300 Antworten die nützlichsten und am häufigsten gestellten Fragen zuerst erscheinen. Da regelmäßig auftretende Fragen auf diese Weise schnell gefunden werden, können Kundenanfragen per Telefon oder E-Mail weitgehend vermieden werden.

Andererseits bietet das System dem Benutzer auch die Möglichkeit, persönlich mit einem Mitarbeiter zu sprechen oder eine E-Mail zu senden, falls eine Frage auf der Grundlage der vorhandenen Antworten nicht vollständig beantwortet wird. Anschließend werden diese Fragen und Antworten in die Wissensdatenbank aufgenommen, so dass Kunden mit ähnlichen Anfragen künftig die entsprechende Antwort im System vorfinden.

Diese proaktive Lösung entsprach genau den Vorstellungen von British Airways. Zwei weitere Faktoren sprachen für die RightNow-Lösung. RightNow war in der Lage, die Lösung im Internet zu hosten: »Dies bedeutete, dass die Lösung nicht erst nach Monaten, sondern schon nach wenigen Tagen in Betrieb genommen werden konnte,« so Romanis.

Darüber hinaus bietet RightNow als Standard ‚Business Practice‘ allen potenziellen Kunden eine äußerst kostengünstige, produktiv eingesetzte Pilotimplementierung der Lösung an, bevor sie eine endgültige Investitionsentscheidung treffen. So testete British Airways eine Pilotimplementierung der Software für die Kunden des North American Executive Club sowie bei einer Reihe von Reisebüros in Großbritannien.

**Kaufentscheidung nach erfolgreicher Pilotimplementierung.** Romanis lobt die Pilotimplementierung in den höchsten Tönen: »Wir konnten die Lösung praktisch sofort einsetzen und einen Nutzen erzielen – und das mit geringstem bzw. keinem Entwicklungsaufwand. Wir haben das Produkt an unserer eigenen Kundenbasis getestet, d.h. wir haben sofort damit angefangen, es vorzustellen. Daneben hatten wir die Gelegenheit, vor der Entwicklung unserer Strategie für die Anwendungsentwicklung möglichst viel über das Produkt zu lernen.«

Die Pilotimplementierung erwies sich als voller Erfolg. Die Kundenbefragung nach dem Pilottest bei den beteiligten British Airways Kunden ergab, dass der Service bei 94 Prozent der Kunden auf Zustimmung stieß

und sie eine Fortführung des Service befürworten.

Nach dieser positiven Rückmeldung begann British Airways damit, RightNow Service (unter der jetzigen Bezeichnung »AskBA«) noch stärker in die Websites des Unternehmens zu integrieren. Hierzu war es erforderlich, die Zielgruppen zu segmentieren, um den verschiedenen Kundentypen, die jeweils für sie relevanten Informationen zur Verfügung zu stellen.

Inzwischen hat British Airways 24 Schnittstellen zu RightNow Service Applikationen, davon 10 externe und 14 interne, implementiert. Kunden können jetzt rund um die Uhr mit der Fluggesellschaft in Kontakt treten und

**Nutzen Sie unser  
Angebot für  
Sonderdrucke oder  
E-Publishing-Dateien  
von Artikeln aus**

**manage it**  
|| IT-STRATEGIEN UND LÖSUNGEN ||

**Tel.: +49 8092 87543**

bequem Antworten zu den unterschiedlichsten Fragen erhalten, angefangen bei »Wie alt muss ein Baby sein, damit es an Bord darf?« bis hin zu »Wie kann ich mein Surfbrett transportieren?«

Wenngleich British Airways keine Angaben darüber macht, um wie viel Prozent die Anzahl telefonischer Kundenanfragen seit der Implementierung von RightNow Service zurückgegangen

ist, sagt das Unternehmen, dass die Zahlen »den Geschäftsplan und die ursprünglichen Erwartungen übertreffen«. Einen statistischen Wert gibt British Airways dennoch bekannt: »Mithilfe von AskBA werden pro Woche 55.000 Kundenfragen über www.ba.com beantwortet. Im Durchschnitt entspricht dies fünf Fragen und Antworten pro Minute.«

Bei Anfragen von Reisebüros aus Großbritannien und Irland hat man festgestellt, dass sich das Verhältnis zwischen telefonischen Anfragen und der Nutzung von Self-Service-Angeboten verändert hat. So fiel der Anteil telefonischer Anfragen an der Gesamtanzahl der Kontakte von 98 auf 69 Prozent, während beim Self-Service ein Anstieg von 1 auf 31 Prozent verzeichnet wurde.

RightNow spielt darüber hinaus eine wichtige Rolle in einem ehrgeizigen Intranet-Projekt, bei dem Mitarbeiter über eine Self-Service-Wissensdatenbank Zugang zu Informationen aus dem Personalwesen erhalten, wodurch zahlreiche Formulare überflüssig und somit weitere Kosteneinsparungen in erheblichem Umfang erzielt werden.

RightNow hat wesentlich dazu beigetragen, dass British Airways die schwierigen Herausforderungen meistern konnte, die das Unternehmen zu bewältigen hatte. So konnte mithilfe von RightNow eine Aufgabe gelöst werden, vor der viele Unternehmen immer wieder stehen: Wie kann man die Kosten deutlich senken und gleichzeitig sicherstellen, dass der Kundenservice verbessert wird? Mit durchschnittlich fünf beantworteten Fragen pro Minute liegt die Antwort auf der Hand: Fragen Sie einfach AskBA. ]

**Herausforderungen:**

- Hohe Kosteneinsparungen
- Verbesserung des Kundenservices
- Zugang rund um die Uhr für globale Kunden

**Vorteile/ROI:**

- Vollständig produktiv genutzte Pilotimplementierung vor dem Kauf der Software
- Rückgang der Anrufe übertraf Geschäftsplan und Erwartungen
- Weitere Kosteneinsparungen durch umfassendes Intranet für Personalangelegenheiten

3 Ausgaben

# Einblick

# Durchblick

# Ausblick

f ü r d r e i z e h n f ü n f z i g !



[ ] **Ja**, ich bestelle drei Ausgaben » *manage it* « zum Preis von Euro 4,50 pro Ausgabe. Dieses Probeabonnement verlängert sich nicht automatisch.

Schicken Sie diesen Coupon an:

**ap Verlag GmbH**  
**Postfach 1380**  
**85554 Ebersberg**

oder faxen Sie die Seite einfach an die Nummer

**+49 8092 87544**

Titel: \_\_\_\_\_

Vorname: \_\_\_\_\_

Nachname: \_\_\_\_\_

Position: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ: \_\_\_\_\_ Ort: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

Fax: \_\_\_\_\_