

TECHNOLOGIE DIE HET VERSCHIL MAAKT

Software voor contactcenter-managers

Werken voor en met consumenten is mensenwerk. Laat dat geen punt van discussie zijn. Technologie is ondergeschikt aan het doel dat iedere customer-contactprofessional voor ogen moet hebben: een ultieme klantervaring die bijdraagt aan een goede en waar mogelijk bestendige verstandhouding tussen organisatie en consument. Technologie kan daarbij wel degelijk een zeer belangrijke rol spelen, of sterker, kan hét verschil maken. Jan Rozendaal, adviseur, schrijver en bovenal kenner van technologie voor de industrie, zet op een rij wat er te koop is en wat iedere contactcenter-manager moet weten.

Tekst: Jan Rozendaal **Beeld:** BBP/Telecommerce

We beperken
ons tot
technologie
waar agents
en hun
managers
dagelijks
mee te
maken
krijgen

Als er iets is waar ik als contactcenter-manager mee heb geworsteld, dan is het wel de 'technologie', ofwel de infrastructuur in het contactcenter. Wat moet ik hebben, wat is leuk om te hebben en wat heb ik eigenlijk niet nodig? Ik denk dat menig contactcenter-manager bij tijd en wijle worstelt met dergelijke vraagstukken.

Een worsteling die niet eenvoudiger wordt, blijkt ook nu weer na bezoek aan TCD2007. Wat een mogelijkheden, wat een keuze en wat is alles onmisbaar als we de leverancier mogen geloven. Op basis van eigen ervaring - dus niet op basis van een uitgebreid, objectief en vergelijkend onderzoek - volgt hieronder een uitgediept artikel in de hoop voor de lezer het geworstel wat eenvoudiger te maken.

De keuze voor de drie hoofdonderwerpen *Quality Monitoring (QM)*, *Work Force Management (WFM)* en *Reporting (RP)* is overigens een persoonlijke. Natuurlijk zijn er andere onderwerpen die aandacht behoeven: telefonie en netwerken zijn eveneens essentieel, maar we beperken ons tot technologie waar agents en hun managers dagelijks mee te maken hebben. Want hun werk maakt het echte verschil.

QUALITY MONITORING

Als eerste een onderwerp waarvan heel veel mensen vinden dat je dat niet kunt doen zonder applicatie:

QM. Het lijkt er soms op dat met QM hetzelfde gaat gebeuren als ooit met CRM gebeurde: de naam van de werkwijze, ofwel het proces, wordt synoniem voor een technisch hulpmiddel.

QM is de meting waarbij wordt vastgesteld wat de kwaliteit is van de transactie tussen de medewerker en de klant. Met transactie kan dus zowel een call, als een e-mail, chat-sessie of brief worden bedoeld. Dat proces begint met het formuleren van de norm voor die transactie; het bedrijfsproces waar de klant contact over opneemt en de wijze waarop het contactcenter daarmee om dient te gaan - vaak vertaald naar werkinstructies voor de agents. Door naast die agent te zitten, of door het beluisteren en bekijken van de transactie op afstand, kan door eigen waarneming worden getoetst of de medewerker die instructies correct uitvoert. Vorm en inhoud van het klantcontact komen daarbij aan de orde.

Wat betreft QM en de korte termijn, kan een papieren scoreformulier prima werken (*lees kader 'QM is proces' op pagina 15*). Op iets langere termijn echter is ondersteuning door techniek van groot belang. Het kunnen opnemen van gesprekken (en liefst ook de schermactiviteiten) maakt de coaching die er op volgt een stuk krachtiger. Bij het bespreken van je verrichtingen op de werkplek is het leereffect een stuk groter als je kunt horen en zien waar je goed en waar je minder



Het besturen van een contactcenter is topsport, diverse doelstellingen strijden om de aandacht van de manager

ERLANG-C

Voordelen:

- goedkoop;
- eenvoudig in het gebruik;
- geen specialisten nodig voor onderhoud;
- prima voor kleinere contactcenters met één werkstroom en een vaste groep agents.

Nadelen:

- foutgevoelig, lastig te delen met staf en agents;
- zeer bewerkelijk, zeker als er veel beweging in het bestand agents zit;
- zodra dagpatronen variatie vertonen en in meerdere shifts wordt gewerkt, is het lastig met Excel te blijven werken;
- ondersteunt niet het werken met meerdere werkstromen;
- geen RTA-functionaliteit (lees elders op deze pagina);
- rapportagemogelijkheden zeer beperkt;
- dagsturing wordt niet ondersteund.

goed presteerde. Daarnaast is het verwerken van de resultaten in een goede en bruikbare rapportage een essentiële feature voor de contactcenter-manager.

• Te koop

Wat is er allemaal te koop op het gebied van tooling voor het QM-proces? De TCD2007-exposantengids biedt uitkomst; de volgende exposanten (alfabetische volgorde) waren op de beurs te vinden: Atis Telecommunicatie, Bumicom Telecom, Cybertech, EAL Apeldoorn, Teleknowledge en Tele'Train. Maar ongetwijfeld heb ik een paar namen gemist. Bekende producten in de markt zijn Nice en Optimise, applicaties die zowel het maken van de opname als het vastleggen in een scoreformulier én het rapporteren in zich verenigen. Deze vergen overigens een behoorlijke investering en zullen dus niet voor ieder contactcenter binnen bereik liggen. Veel leveranciers bieden een opnamemogelijkheid (*recording device*), al dan niet aangevuld met software voor het scoreformulier en de rapportages.

Aan te raden is om eens heel goed te kijken naar de mogelijkheden die worden geboden. Veel ACD's worden geleverd met de mogelijkheid om opnames te maken, waaraan dan alleen de tool voor formulier en rapportage moet worden toegevoegd. Bij de 'all in applicaties' is de koppeling aan de ACD en de overige systemen vaak een kritisch punt. Daarnaast heb ik de ervaring dat vooral het rapportagestuk onvoldoende beantwoordt aan de behoefte van de contactcenter-manager.

WORKFORCE MANAGEMENT

Wat is er op tegen om - zeker in een wat kleiner contactcenter - te werken met een Microsoft Office Excel forecast-, planning- en rooster-tool? In veel organisaties wordt met Excel gewerkt, vaak tot tevredenheid van de gebruikers. Als je contactcenter wat kleiner is, wordt de verleiding groot om het zelf te blijven doen in een eigengemaakte spreadsheet. Zodra de zogeheten 'Erlang-C invoegtoepassing' op je pc is geïnstalleerd, is er veel mogelijk. Er zijn voor- en nadelen te noemen (*zie kader hiernaast*).

• Van groot belang

Ik ben geen expert op het gebied van WFM-tooling, maar ik heb in de praktijk toch zeer veel plezier gehad van het werken met één goed pakket. Verder moeten de



specialisten op het gebied van forecasting, planning en roostering er natuurlijk goed mee uit de voeten kunnen. Maar wát is voor een contactcenter-manager van groot belang in een WFM-tool?

'Dagsturing op bereikbaarheid en efficiency' is vrijwel onmogelijk zonder goede tooling. Het WFM-pakket voor de actieve contactcenter-manager dient dan ook realtime of bijna realtime, bijvoorbeeld per interval van vijftien of dertig minuten, inzicht te verschaffen in service level, afhandeltijd, afgebroken gesprekken en aantal geleverde uren. Als je deze elementen realtime kunt volgen, afgezet tegen de verwachting - forecast en actual - heb je een heel krachtig dashboard voor de dagsturing te pakken. Let hier dus op bij de eventuele aanschaf van een WFM-pakket.

Voor teamleiders geldt natuurlijk hetzelfde. Als het pakket ze in staat stelt 'het wel en wee van de individuele agents te volgen', inclusief de *real time adherence* - RTA is een percentage dat uitdrukt in welke mate de agent zich aan het rooster houdt -, kunnen ze echt hun team 'managen'. Ook praktisch en zeer efficiënt zijn de mogelijkheden om agents onderling de shifts uit te laten wisselen na het definitief worden van het rooster, zonder tussenkomst van een planner of teamleider. De vraag- en aanbodmogelijkheid wordt door agents graag benut en geeft ook vertrouwen aan de mensen. Goede roosterregels afspreken en de agents zorgen er zelf voor dat het rooster intact blijft na publicatie. Ten slotte bestaat er nog de mogelijkheid om overige activiteiten in het pakket te verwerken. De mogelijkheid om naast inbound, outbound, andere media en zaken als training en coaching in te plannen en te roosteren is een belangrijk hulpmiddel voor de contactcenter-manager.



Search criteria	Result date	Result	Call time
1500057	rob	8	2005-08-30 11:31:34 00:00:28 Kies a.u.b.
1500058	marro	8	2005-08-30 11:26:54 00:02:23 220 Jeroen ges
1500059	marro	3	2005-08-30 11:26:51 00:02:25 203 Merro ges
1500064	marro	8	2005-08-30 11:25:33 00:00:29 220 Jeroen ges
1500063	marro	3	2005-08-30 11:25:26 00:00:36 203 Merro ges
1500062	trank	16	2005-08-30 11:22:55 00:02:34 0046123456789
1500061	marro	3	2005-08-30 11:20:29 00:00:54 5123456
1500050	marro	15	2005-08-30 11:14:23 00:00:44 218 Produktie ges
1500049	marro	3	2005-08-30 11:14:22 00:00:01 Kies a.u.b.
1500048	marro	3	2005-08-30 11:14:20 00:00:02 28 1123456
1500047	marro	3	2005-08-30 11:13:00 00:01:53 0027999999999 ges
1500046	rob	2	2005-08-30 11:12:58 00:00:01 Kies a.u.b.
1500045	rob	2	2005-08-30 11:11:55 00:00:15 239 Samee Ver
1500044	rob	12	2005-08-30 11:10:08 00:02:50 002711123456 ges
1500043	rob	2	2005-08-30 11:10:08 00:00:22 Kies a.u.b.
1500042	marro	8	2005-08-30 11:08:55 00:00:27 Kies a.u.b.
1500041	marro	8	2005-08-30 10:53:04 00:02:38 5123456 2 ges
1500040	marro	3	2005-08-30 10:51:08 00:00:36 Kies a.u.b.
1500039	marro	7	2005-08-30 10:51:08 00:00:36 Kies a.u.b.



**QUALITY
MONITORING
MADE EASY**



Voor meer informatie: www.bps.nl info@bps.nl

Manage customer contacts
faster at lower costs



Time is money



Wilt u beter bereikbaar zijn voor uw klanten tegen lagere kosten? T5™ is de nieuwe contactcenter software van Trinicom voor het afhandelen van alle klantcontacten. Via de kanalen internet, e-mail, chat en telefoon worden vragen eenduidig beantwoord vanuit de centrale kennisbank. Uniform, snel en efficiënt, met als resultaat een afname van het aantal klantcontacten op het contactcenter met 30 tot 50%. Tel uit uw winst! Met Trinicom T5™ haalt u de slimste en snelste supporter van uw contactcenter in huis. Maak kennis met T5™ en doe de flash tour op www.trinicom.nl.

Web based multi-channel customer interaction software

Trinicom Lathmerweg 5 7384 AD Wilp T (0571) 26 82 60 F (0571) 26 82 61 info@trinicom.nl www.trinicom.nl

TRINICOM

be **e-ailable**

• Te koop?

Tot enige tijd geleden waren de twee bekendste merken van WFM-suites op de Nederlandse markt Blue Pumpkin (tegenwoordig Witness) en Totalview. Tijdens mijn bezoek aan de Contactcenter Expo in Birmingham vorig jaar september, kwam ik voor het eerst stands tegen van andere producten. Zo waren op TCD2007 de volgende aanbieders met een stand vertegenwoordigd: Atis Telecommunicatie, InVision Software, Planning IT en TeleTrain. Maar ook hier zijn er vast nog meer bedrijven die oplossingen bieden.

Ook voor kleinere contactcenters kan een goed WFM-pakket de workload van de contactcenter-manager en zijn staf fors verlichten en het leven een stuk eenvoudiger maken. Kijk daarom bij de oriëntatie goed naar wat het pakket allemaal te bieden heeft; de aansluiting op de gewenste rapportagefunctionaliteit is zeer belangrijk.

REPORTING

In de reporting-functie van het contactcenter wordt de rode draad duidelijk en komen bovenstaande onderwerpen samen. Het besturen van een contactcenter is topsport, doelstellingen met betrekking tot bereikbaarheid, service, kwaliteit, kosten medewerkers- en klanttevredenheid strijden om de aandacht van de manager. Adequate en betrouwbare rapportages zijn daarbij onmisbaar. Ik richt me daarbij op de vijf B's (vrij naar 'CUIKA' uit de COPC-standaard - CUIKA staat voor *Collected, Usable, Integrity, Knowledgeable, Actions* en betekent: data moet worden verzameld, bruikbaar zijn, integer zijn, bekend worden gemaakt aan de juiste personen en leiden tot actie wanneer gestelde doelen niet worden gehaald). In het Nederlands dus: rapportages dienen 'Beschikbaar', 'Bruikbaar', 'Betrouwbaar' en 'Bekend' te zijn bij degene die ze nodig heeft en moeten vervolgens 'Beweging' veroorzaken.

Reporting ondersteunt de discipline performancemanagement. Performancemanagement (PM) is 'alles dat het contactcenter-management nodig heeft en onderneemt om de doelstellingen van het contactcenter te realiseren en de doelstellingen van de onderneming te ondersteunen'. PM kan snel de verschillen tussen de bestaande prestaties en de gewenste prestaties wegnemen. Het levert de medewerkers (van contactcenter-manager tot en met de agent) de hulpmiddelen die ze nodig hebben om de eigen prestaties te zien, te beoordelen en waar nodig bij te sturen. Het begrip en de acceptatie van prestaties en gestelde normen draagt bij tot verbeterende prestaties. Daarnaast levert het inzicht in de eigen prestaties een belangrijke bijdrage aan de medewerkertevredenheid. PM is dus niet iets van de contactcenter-manager, maar van iedereen die in het contactcenter werkt.

• Praktijk

Daarmee is direct de sleutel in handen van wat goede reporting tooling moet kunnen brengen: inzicht in de

In de reporting-functie van het contactcenter wordt de rode draad duidelijk en komen QM en WFM samen

individuele prestaties, waar nodig geaggregeerd tot op teamniveau en verder tot en met het niveau van het contactcenter-management. In de praktijk is het erg lastig om dit alles bij elkaar te brengen. Veelal moeten we werken met de rapportages uit verschillende systemen. Denk onder meer aan: WFM, telefonie (ACD, IVR et cetera), HR-systemen, QM...

Dat valt niet mee. Mede daarom is het marktaandeel van Microsoft Office Excel hier volgens mij enorm: vrijwel iedereen werkt met Excel bij het maken van de gewenste rapportages. Voor zover ik heb kunnen waarnemen zijn er geen in reporting-software gespecialiseerde partijen op de markt. Wat zou het handig zijn als we een reporting tool konden kopen, die aansluit op al onze systemen en voilà.

DUS...

De beste zet die je als contactcenter-manager kunt doen, is kiezen voor een WFM-pakket met uitgebreide functionaliteit op het vlak van rapportages. Als de koppelingen met je ACD en HR-systemen correct tot stand zijn gekomen, is een groot deel van de behoefte aan managementinformatie beschikbaar. Zeker als het pakket de mogelijkheid ondersteunt om op individueel (agent)niveau en geaggregeerd niveau te rapporteren heb je als contactcenter-manager voor de besturing van de dagelijkse gang van zaken een prima hulpmiddel. Voeg daarbij de informatie uit het QM-stuk plus informatie over de top tien *call reasons* en je bent prima gedocumenteerd. @

Jan Rozendaal is consultant en managing partner van de BRW Groep

'QM IS PROCES'

Zelf zie ik QM als een proces, in figuur 1 weergegeven in drie stappen. QM is een belangrijk proces om in stap 1 'inzicht te verkrijgen in wat we willen', in stap 2 'te meten wat we in de praktijk doen' en in stap 3 'te werken aan de verbetering van de kwaliteit'. Als belangrijk neveneffect merk ik op dat QM een prima methodiek is om het team planmatig en regelmatig aandacht te geven, immers bij stap 3 is contact met de medewerker over de vorm en inhoud van zijn werkzaamheden. Leggen we QM langs deze meetlat, dan is de inzet van een applicatie zeker niet noodzakelijk om dit proces in gang te kunnen zetten. Een start op basis van een papieren scoreformulier is zeker mogelijk en werkt uitstekend.

Procesanalyse en formulering kwaliteitsnormen. Zowel inhoud als vorm van de transactie dienen aan bod te komen.

Ontwikkeling van het scoreformulier

Aan de hand van het scoreformulier meten van de kwaliteit. Zowel inhoud als vorm komen aan bod.

Op basis van de bevindingen uit de monitoringssessie:
1 - gerichte coaching van de medewerker
2 - input voor verbetering van interne processen
3 - feedback naar de opdrachtgever over de bevindingen

Quality Monitoring als proces