

Best Practice: Dynamische Anwahlstrategie

Success Story



Best Practice: Dynamische Anwahlstrategie

Aufgabe:

Optimierung von Conversion-Rate und Performance in Outbound-Kampagnen durch Integration eines selbstlernenden Datenscoringsystems

Ein Telekommunikationsunternehmen beauftragt diverse Dienstleistungscallcenter mit der Durchführung von Outbound-Kampagnen. Dabei werden die gelieferten Datensätze von den Dienstleistern gemäß der Vorgaben des Auftraggebers angewählt. Eine Selektion der Datensätze hinsichtlich der Anwahlreihenfolge geschieht durch die Projektsteuerung beim Dienstleister.

In einem Pilotprojekt soll überprüft werden, wie sich eine durch Maschine Learning optimierte Anwahlstrategie auf die Conversion-Rate und Kampagnen-Performance auswirkt. In einem Branchenumfeld, in dem derzeit nur eingeschränkt Ressourcen für die Outbound-Telefonie zur Verfügung stehen und in dem die Kunden Anrufe schnell als Belästigung empfinden, stellt sich insbesondere die folgende Frage: Können mit selbstlernenden Systemen monetäre Kampagnenziele ressourcenschonender erreicht werden bzw. sind bei einer reduzierten Anzahl von Kundenanrufen vergleichbare Ergebnisse möglich?

Best Practice: Dynamische Anwahlstrategie

tt-Lösung:

Die in **ttCall** & **ttFrame** bestehenden Schnittstellen wurden herangezogen, um das Datenanalyse-Tool von **mxn** anzubinden. Mit der Anbindung dieser Cloud-basierten Lösung erhält das Telekommunikationsunternehmen die Möglichkeit, Kampagnen zu realisieren, bei denen die Anwahlstrategie dynamisch durch Ergebnisse aus maschinellen KI-Lernprozessen beeinflusst wird.

Als Basisdaten für eine Erstanalyse werden dabei ausgewählte kundenspezifische Daten (z. B. frühere Gesprächsergebnisse, Kundenklassifizierungen, etc.) an mxn übergeben, wahlweise auch in anonymisierter oder pseudonymisierter Form. In diesem Prozessschritt ist von entscheidendem Vorteil, dass die unterschiedlichen Kampagnen des Unternehmens – dank ttCall – in einem einheitlichen Datenbankmodell verwaltet werden. In mxn wird mit dieser Datenbasis ein initiales Scoring der Kundendatensätze in Hinblick auf einen oder mehrere zu optimierende Parameter (beispielsweise Abschlusswahrscheinlichkeit oder Erreichbarkeit der Kunden) erstellt, mit dem wiederum die Daten in ttCall angereichert werden.

Dabei ist die Integration in ttCall so flexibel gehalten, dass für einen Datensatz mehrere Scores importiert und als zusätzliche Parameter bei der Anrufsteuerung verwendet werden können. Die jeweiligen Anwahl-Einstellungen können somit nach wie vor granular gewählt werden, die bekannte Flexibilität bei der Kampagnensteuerung bleibt erhalten.

Mit der Durchführung der Kampagne werden neu gewonnene Daten (Gesprächsergebnisse, Anwahlversuche, Wiedervorlagen, etc.) bei der Berechnung der Scores umgehend miteinbezogen. Das Scoring

sämtlicher Datensätze ändert sich somit dynamisch mit jedem Anruf. Die iterativen Scoring-Ergebnisse in mxn werden wiederum unmittelbar an ttCall und ttPhoenix übermittelt und beeinflussen als Parameter in der Anwahlsteuerung aktiv die Reihenfolge bei der Outbound-Telefonie.

Im Pilotprojekt des Telekommunikationsunternehmens wurde beim Scoring mit verschiedenen zu optimierenden Ziel-Parametern und Einstellungen in der Kampagnensteuerung experimentiert. Dabei hat sich deutlich gezeigt, dass eine Optimierung im Hinblick auf den Deal-Score zu einem vorzeitigen Erreichen der monetären Kampagnenziele führt.

Mit einer Optimierung in Hinblick auf die Kundenerreichbarkeit konnte bei Einsatz von Predictive Dialing mit ttPhoenix die Wartezeit der Agenten um 7,5% gesenkt werden. Gleichzeitig ist, bei Beibehaltung der bisherigen Restriktionen bezüglich der Anwahlversuche, die Ausschöpfungsquote um 7,4% gestiegen. Im Testzeitraum wurde außerdem ein Umsatzzuwachs von 5,2% beobachtet.