

Lösung e-Serve® MCR Version 6:

**BPMS-basierte Lösung
 für die
 Multi-Channel Kundenbeziehung**

Stichworte: CRM, e-CRM, Databased Marketing, Business Intelligence, Produktsupport, Kundenservice, Help-Desk, Ticketing, Call Center, Service-Center, eMail Response System, Inbound & Outbound, Support-Center, Customer Care, ...

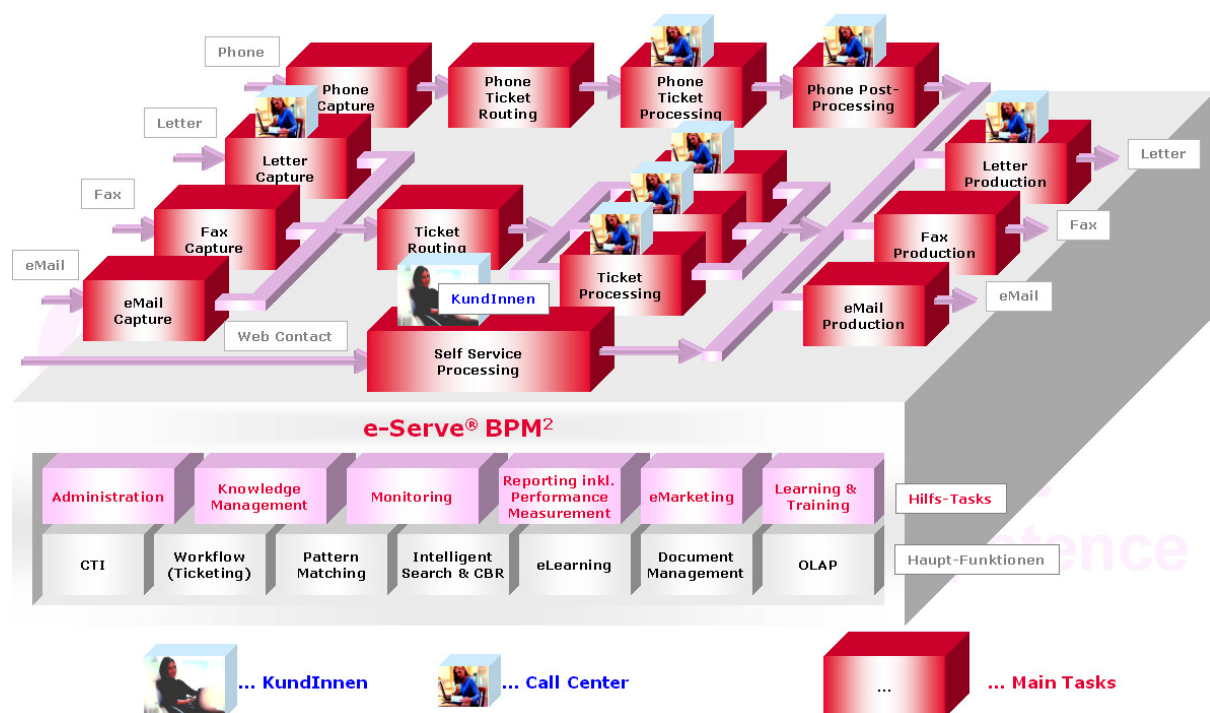


Bild: Integrierte Gesamtlösung für die Kundenbeziehung

Optimierung der Kundenbeziehung

Die Kundenbeziehungsprozesse gehören zu den zentralen Prozesse bei allen Unternehmungen. Mit der Lösung e-Serve® MCR können diese optimal und differenzierend gestaltet und umgesetzt werden. Dies inbezug auf Automatisierungsgrad, Systemunterstützung der Mitarbeiter, Kosten, Flexibilität und Individualität.

Grundlage dazu ist Business Process Management (BPM) und das Business Process Management System (BPMS) e-Serve®.

BPM ... Business Process Management

BPM revolutioniert das Management der Prozesse in den Unternehmungen. Die BPM-Plattform – auch Business Process Management System (BPMS) genannt – ermöglicht erstens die optimale Gestaltung von Prozessen, wie man es von der Business Prozess Modellierung her kennt, und zweitens die optimale IT-mässige Unterstützung dieser Prozesse.

Das zentrale Merkmal eines BPMS liegt darin, dass durch die Modellierung der Prozesse die prozessunterstützenden Anwendungen vollständig definiert sind. Mittels diverser Engines des BPMS und aufgrund der vollständigen Definition der Prozesse sind die prozessunterstützenden

Anwendungen damit lauffähig (executable). Die Implementation ist durch die Modellierung abgedeckt. Ändert sich die Modellierung, dann ändert sich auch die unterstützende Anwendung. Damit sind Prozess und unterstützende Anwendung immer aufeinander abgeglichen; sie sind synchronisiert.

Nach diesem Prinzip ist die Lösung e-Serve® MCR gebaut.

e-Serve® MCR – BPMS-basierte Lösung für die Kundenbeziehung

Die Lösung e-Serve® MCR basiert auf dem BPMS e-Serve® der Firma e-Serve AG. Sie richtet sich nach den folgenden Prinzipien:

1. Optimale Kundenbeziehung = Individuelle Kundenbeziehung

Die Kundenbeziehungsprozesse einer Unternehmung müssen individuell gestaltet werden können, damit ein Optimum an Nutzen und Differenzierung erreicht werden kann; dies aufgrund der individuellen Produkte und Dienstleistungen sowie aufgrund der diversen Kundensegmente.

2. Vollständige Abdeckung der Kundenbeziehungsprozesse

Die Kundenbeziehungsprozesse müssen vollständig und umfassend unterstützt werden. Es muss möglich sein vom Marketing, von der Beratung und Verkauf über den Service bis hin zu Support und Customer Care den gesamten Kundenbeziehungszyklus abzudecken.

3. Multi-Channel Kundenbeziehung: WEB, Telefon, eMail und Face-to-Face

Es muss möglich sein, alle Kundenbeziehungskanäle in deren gesamten Breite zu unterstützen; sei es die Kundenbeziehung über Telefon, Fax, Brief, eMail, Internet oder Face-to-Face. Die KundInnen sollen die freie Wahl des Beziehungskanals haben. Damit wird eine hohe Konsistenz über die diversen Kanäle erreicht. Zudem können die Prozesse quer über die diversen Kanäle verlaufen, ohne dass es zu Systembrüchen kommt.

4. Knowledge Management – Tiefgreifende Unterstützung der Kundenbeziehung

Die Unterstützung der Kundenbeziehungsprozesse muss tiefgreifend sein, damit ein Höchstmass an Automatisierung und Autonomisierung (Mitarbeiterunterstützung) erreicht werden kann. Mittels Knowledge Management wird dies erreicht.

Kundenbeziehung – Das allgemeine Prozess-Modell

Die Bilder ‚Allgemeine und Marketing Tasks‘, ‚Call Center Tasks‘ und ‚Kundenberater und Self-Service Tasks‘ liefern eine Übersicht über die diversen Tasks, aus denen die Kundenbeziehungsprozesse bestehen. Tasks können als Subprozesse verstanden werden, aus denen die Gesamtprozesse (end-to-end process) aufgebaut sind.

Allgemeine Tasks:

Zu den allgemeinen Tasks gehört der Login Mechanismus, die Administration, das Monitoring, das Reporting und das Learning&Training.

Die Administration dient der fachlichen Pflege der Kundenbeziehung wie Pflege von statischen Tabellen, Benutzerverwaltung, etc..

Das Monitoring erlaubt die online Überwachung der Abläufe und deren Steuerung. So können die einzelnen Kundenbeziehungen wie Anfragen, Bestellungen, Dienst- und Supportleistungen verfolgt werden in bezug auf Stand und Auslastung der Mitarbeiter.

Mittels des Reporting können die diversen ordentlichen (regelmässigen) und ausserordentlichen Auswertungen erstellt werden.

Marketing Tasks:

Die Marketing Tasks bestehen aus dem Kampagnen Management, dem Phone- und e-Marketing.

Mittels des Kampagnen Management werden die Kampagnen identifiziert und definiert, indem die potentiellen Kunden den Kampagnen zugeordnet werden.

Basierend auf einer Telefonkampagne werden die Outbound Telefonate getätigt.

Beim e-Marketing werden aufgrund des Kundenprofiles automatisch eMails erstellt und versandt.

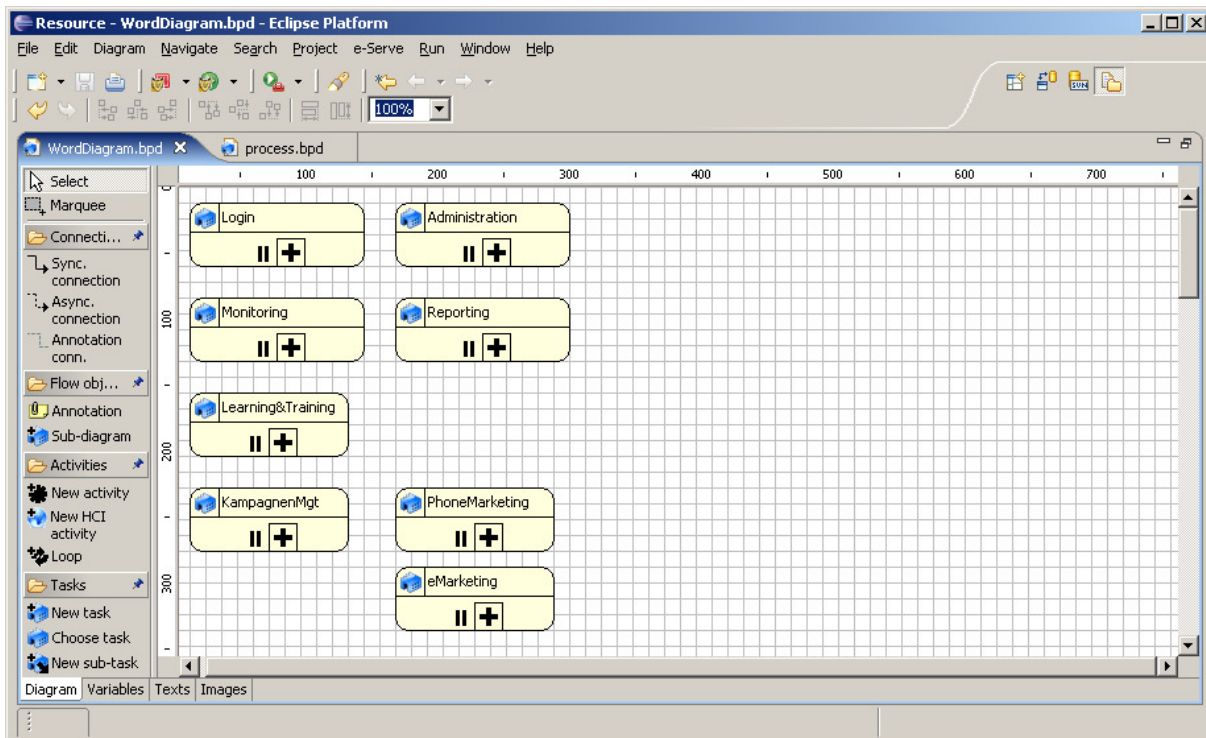


Bild: Allgemeine und Marketing Tasks

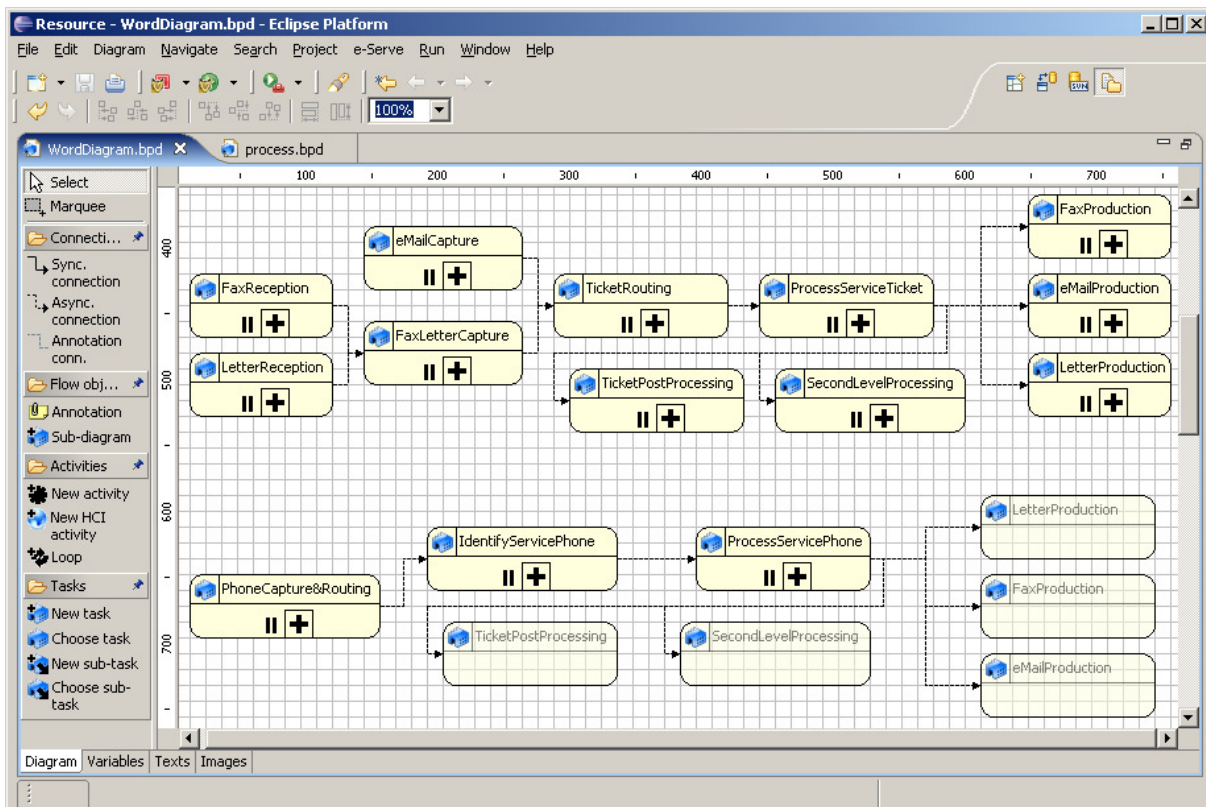


Bild: Call Center Tasks

Call Center Tasks:

Die Call Center Tasks erlauben die Bearbeitung von Anliegen per Telefon, eMail, Brief und Fax. Kanalspezifisch werden die Anliegen erfasst und an die entsprechenden Call Center MitarbeiterInnen weitergeleitet, die darauf die Dienstleistungen liefern. Die Art der Dienstleistung ist branchen- und firmenspezifisch. So sehen die Tasks bei typischen Dienstleistern wie Banken und Versicherungen anders aus als bei Artikellieferanten wie Detailhandelsunternehmen.

Die Call Center Tasks decken die gesamten Abläufe (Ticketing) innerhalb eines Call Centers ab, inklusive Nachbearbeitung und Eskalation.

Im Call Center gibt es Frontoffice sowie Backoffice Aufgaben.

Kundenanliegen werden grobklassifiziert in Beratungs&Verkaufs-, Service- sowie Support-Anliegen.

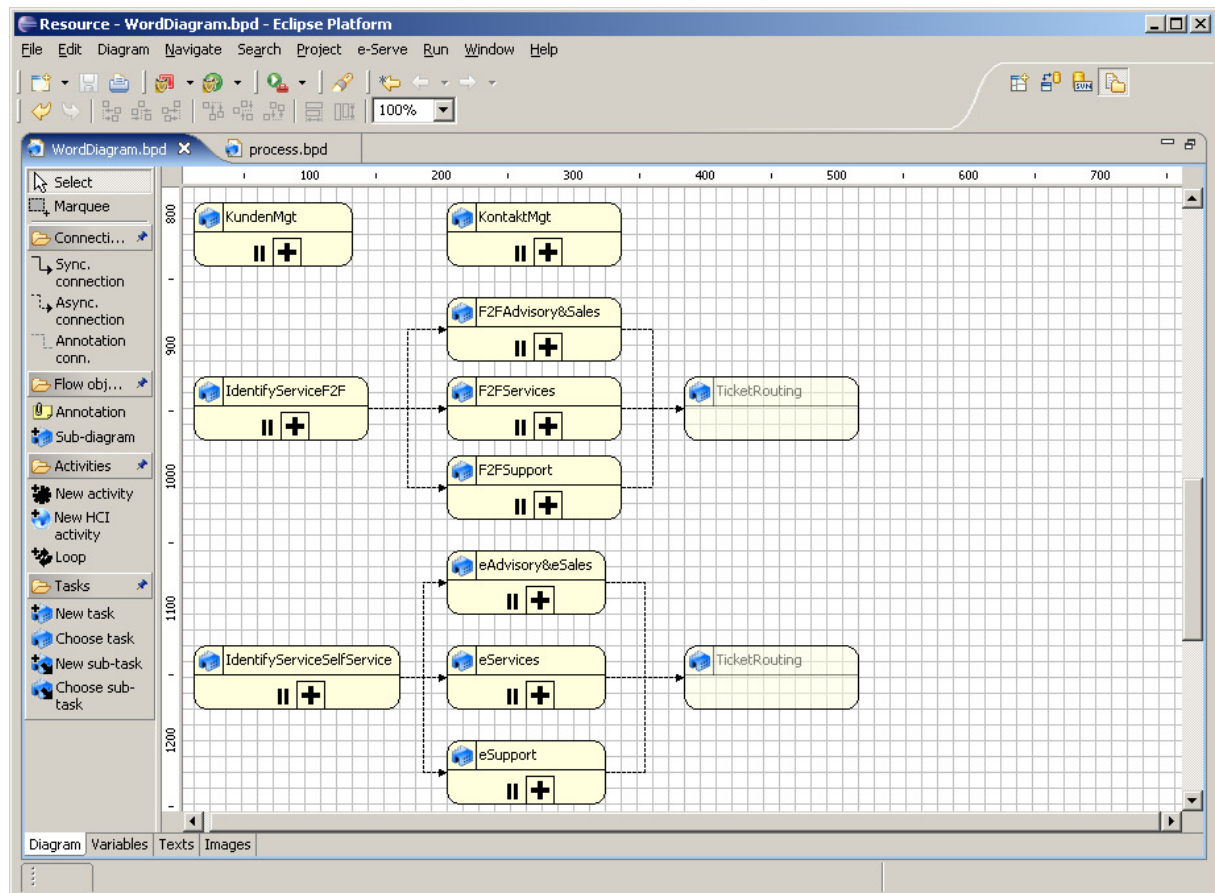


Bild: Kundenberater und Self-Service Tasks

Kundenberater Tasks:

Die Kundenberater Tasks umfassen die Kundenverwaltung, die Kontaktverwaltung inkl. Benachrichtigung, das Identifizieren der Kundenanliegen und deren Bearbeitung. Kann ein Kundenanliegen nicht unmittelbar bearbeitet werden, dann geht es über das Ticket Routing ins Backoffice zur vollständigen Bearbeitung.

Kundenanliegen werden grobklassifiziert in Beratungs&Verkaufs-, Service- sowie Support-Anliegen.

Self-Service Tasks:

Die Self-Service Tasks decken die gesamte WEB-basierte Kundenbeziehung ab. Das Anliegen des Kunden, das auch freitextlich formuliert sein kann, wird analysiert, und die entsprechenden Dienstleistungen werden identifiziert und ihm vorgeschlagen. Je nach Dienstleistung wird eine Beratung inkl. Offertstellung und Verkauf durchgeführt (e-Business, e-Commerce), es wird eine entsprechende vertragliche Dienstleistung erbracht, wie im Banking beispielsweise eine Kontotransaktion (e-Banking), oder es wird Support geleistet inkl. Customer Care (e-Customer Care).

Beispiel: Bank

Der Kunde möchte ein Haus bauen (Anliegen: ‚ich möchte ein Haus bauen‘). Sein Anliegen wird analysiert, und es wird ihm das Thema ‚Hypothesen für Privatkunden‘ vorgeschlagen. Er wählt dieses Thema und erhält die entsprechende Antwort und Informationen vom WEB. Weiter wird ihm ein Beratungsprozess vorgeschlagen. Stimmt er zu, dann wird er individuell nach seinen Bedürfnissen über Hypothesen (elektronisch) beraten.

Branchenspezifische Lösung – Individuelle Lösung

Die Lösung e-Serve® MCR basiert auf diesem allgemeinen Prozess-Modell. Je nach Branche und je nach Firma sieht das Prozess-Modell wesentlich anders aus. Erstens werden nur gewisse Tasks benötigt, zweitens werden die Tasks unterschiedlichen zusammengehängt, drittens soll die Implementation mehr oder weniger schrittweise durchgeführt werden.

Wichtig ist aber, dass diese Unterschiede sich primär auf die Abläufe und weniger auf die Funktionalität auswirken.

Die Unterschiede liegen primär in der Prozess-Schicht !

Dank des BPMS e-Serve® lassen sich die unterschiedlichen Abläufe einfach über die Modellierung (wie Prozess-, Rule- und Begriffs-Modell) abfangen. Daher kann die Lösung e-Serve® MCR optimal und mit wenig Aufwand auf die diversen Branchen und individuellen Firmen optimal ausgerichtet werden.

Die Business Funktionen sind primär branchenneutral !

Die Business Funktionalität wie einerseits Marketing-, Beratungs-, Verkaufs- und Support-Funktionalität und andererseits die kanalspezifische Funktionalität (Phone-, eMail-Capture, ...) sind im Wesentlichen weder branchen- noch firmen-spezifisch. Dies ermöglicht einen grossen Reuse quer über die Branchen und Firmen.

Pro Branche und pro Firma kommt zur dieser allgemeinen Funktionalität zusätzliche Funktionalität dazu.

Einführung der Lösung

Die Einführung einer BPMS-basierten Lösung geht im Vergleich zu konventionellen Lösungen – seien es Standard- oder Individual-Lösungen – wesentlich schneller und besser vor sich. Es werden die folgenden Schritte durchgeführt:

Schritt 1: Customizing der Basislösung

Mittels Modellierung werden die firmenspezifischen Abläufe ausgehend vom Basis-Modell definiert. Dadurch ist die kundenspezifische Lösung definiert, ausführbar und kann auf dem Testsystem getestet werden.

Schritt 2: Installation der Kundenlösung

Erfüllt die Kundenlösung aufgrund der Tests die Anforderungen, wird die Lösung auf dem Produktivsystem installiert, die Benutzer geschult und die Lösung betrieben.

Schritt 3: Durchführung von Anpassungen

Ist das System im Betrieb, dann kommt es im Verlaufe der Zeit zu Anpassungen und Erweiterungen. Diese werden am Testsystem schrittweise vorgenommen und nach erfolgreichen Tests auf das Produktivsystem überspielt.

Schrittweise Integration mit bestehenden System

Mittels einer BPM-basierten Lösung wird die User-Interface Schicht durch eine Prozess-Schicht ersetzt. Schon bestehende Anwendungen können schrittweise über Service (SOA ... Service-Orientierte Architektur) angeschlossen werden. Auf diese Weise kann die schon bestehende Systemwelt schrittweise auf eine prozess-orientierte Systemunterstützung migriert werden.

Diese schrittweise Integration führen wir mit der jeweiligen Informatik oder dem jeweiligen IT-Dienstleister des Kunden durch.

Die Lösung läuft auf jeglicher Infrastruktur wie MicroSoft, Unix und Linux.

Pricing

Gegenüber konventionellen Lösungen kann dank der BPMS-basierten Lösung das Preis-Leistungsverhältnis um einen Faktor 2-10 verbessert werden; dies inbezug auf Lizenz-, Implementations und Betriebs-Kosten sowie Mehrwert aufgrund der Kundenlösung.

Das Pricing ist derart gestaltet, dass es für kleine, mittlere bis grosse Unternehmen attraktiv ist.

In den Lizenzkosten sind die Individualisierungsaufwände inbegriffen.

Anhang: Pricing

Die Kosten teilen sich auf in Lizenz- und Projektkosten. Die folgende Tabelle gibt eine Übersicht über die Lizenz-Kosten.

Number of annual Contacts	Concurr. User	Basis	Web Self Service	eMail / Fax / Letter	Phone	Trainer	e-Serve BPMS	Total	Total annually
10'000	1.0	10'000	10'000	10'000	10'000	10'000	10'000	60'000	15'000
20'000	2.0	20'000	12'000	12'000	12'000	11'000	11'000	78'000	15'600
50'000	5.0	39'000	17'400	17'400	17'400	13'700	13'700	118'600	23'720
100'000	10.0	57'400	25'400	25'400	25'400	17'700	17'700	169'000	33'800
200'000	20.0	95'400	39'400	39'400	39'400	24'700	24'700	263'000	52'600
300'000	30.0	99'400	51'400	51'400	51'400	30'700	30'700	315'000	63'000
500'000	50.0	151'400	71'400	71'400	71'400	40'700	40'700	447'000	89'400
1'000'000	100.0	271'400	111'400	111'400	111'400	60'700	60'700	727'000	145'400
2'000'000	200.0	411'400	171'400	171'400	171'400	90'700	90'700	1'107'000	221'400
5'000'000	500.0	771'400	291'400	291'400	291'400	150'700	150'700	1'947'000	389'400
10'000'000	1000.0	791'400	391'400	391'400	391'400	200'700	200'700	2'367'000	473'400

Massgeblich für die Berechnung der Lizenzkosten ist die kumulierte Anzahl der jährlichen Kontakte (Tickets). Die Lizenzkosten sind nach den verschiedenen Teilen von e-Serve® MCR gegliedert.

Die jährlichen Kosten betragen 20% der einmaligen.

Beispiel: 500'000 Kontakte; alle Komponenten ausser Trainer

Einmalige Lizenzkosten: CHF 406'300.- (151'400 + 71'400 + 71'400 + 71'400 + 40'700)

Jährliche Lizenzkosten: CHF 81'260.- (20%)

Eine Lizenz kann jederzeit auf eine höhere Stufe mit Wirkung auf die einmaligen und jährlichen Lizenzkosten erhöht werden. Eine Lizenz kann jederzeit auf eine tiefere Stufe mit Wirkung auf die jährlichen Lizenzkosten geändert werden.

Die folgende Tabelle zeigt typische Projektaufwände.

Umfang der Projektleistungen *	Projektleistungen	
	einmalig	jährlich
Standard: Die Basisanpassungen und die Implementation/Integration wird durchgeführt.	10'000	2'000
Umfangreiche Anpassungen: Viele Anpassungen (inkl. Integration) und kleinere Erweiterungen werden durchgeführt.	50'000	10'000
Umfangreiche Erweiterungen: Zur Integration und den Anpassungen kommen wesentliche Erweiterungen dazu.	100'000 – 200'000	20'000 – 40'000

* ... Der genaue Aufwand wird aufgrund der Aufgabenstellung/Spezifikation definiert.