

CLOUD CALL CENTER

NOCH IST ES SEHR BEWÖLKT – EINE REISE IM BLINDFLUG

Der vermeintliche Megatrend „Cloud Computing“ hat nun auch die Contact Center-Branche erfasst. Einige Medien und Anbieter stimmen bereits den Abgang der aktuellen Telefonie an und sehen in Cloud-basierten Call Centern in naher Zukunft den Königsweg. Andere wiederum warnen jedoch davor, die existierenden Technologien abzuschreiben und das Heil in der „Wolke“ zu suchen. Ihrer Meinung nach ist das Thema Cloud in der Customer Care-Branche gegenwärtig nur für eine kleine Zahl von Call Centern eine sinnvolle Alternative. Zahlreiche Vorteile – leichte Integration von CRM- und ERP-

System, Mandantenfähigkeit, webbasierte Frontends, intelligentes Routing, durchgängiges Lifecycle-Konzept etc. –, die von den Cloud-Befürwortern regelmäßig ins Feld geführt werden, sind bereits seit langer Zeit auch mit konventionellen IP-Lösungen verfügbar.

„Keine Frage, Cloud Computing wird auch einen Einfluss auf die Contact Center-Branche haben. Die relativ übersichtlichen Einstiegskosten sind sicherlich ein Argument dafür. Dennoch steht diese Entwicklung noch ganz am Anfang, und es wird noch eine Menge Aufklärungs- und Überzeugungsarbeit notwendig sein, bevor sich Cloud-basierte Call Center weiter verbreiten werden.

Von technologischen Aspekten ganz zu schweigen“, erklärt Joachim Schellenberg, Senior Business Development Manager EMEA für die ecenta AG. „Bei sehr vielen Unternehmen beobachten wir noch immer, dass sich die Firmen einfach wohler fühlen, wenn sie ihre Telefonie zumindest zu einem gewissen Grad selbst unter Kontrolle haben. Dazu kommt, dass das Gefühl, die Ausfallsicherheit selbst im Griff zu haben, vielen einfach doch zu wichtig ist. Außerdem können IP-basierte Kommunikationsplattformen auch als Managed Service oder in einem Modell des Dezierten Outsourcing betrieben werden, so dass auch ‚Preis pro Port‘-Abrechnungen möglich sind. Cloud-Lösungen haben sicherlich ihre Existenzberechtigung, aber aktuell sehe ich diesen Ansatz noch als Nische“, so Schellenberg. Aus seiner Sicht werden Managed Services oder auch Deziertes Hosting deshalb mittelfristig gefragter sein als reine Cloud-Lösungen.

Wer ist die Cloud Call Center-Zielgruppe!?

Bei diversen Umfragen und Recherchen bekommt man das Gefühl, dass die Zielgruppe für Cloud Call Center im wahrsten Sinne des Wortes noch in der Wolke versteckt ist. Eine von callcenterresearch.eu im April 2011 durchgeführte Umfrage bei Inhouse-Call Centern brachte ein sehr ernüchterndes Ergebnis. In Deutschland haben sich nur 14 % der Befragten mit dem Thema Cloud Call Center schon beschäftigt. In Österreich erst 5 %. Dennoch ist Cloud Computing mit all seinen Randthemen wie das Cloud Call

Fortsetzung auf S54 ➤



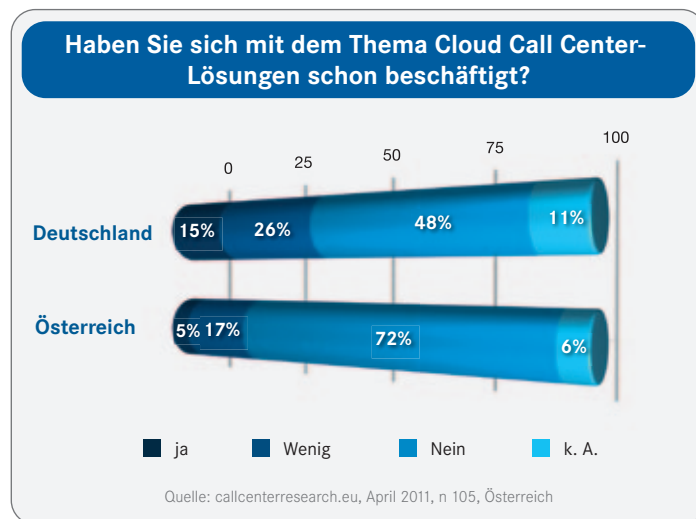


EXPERTENMEINUNG:

DR. EKKEHARD STADIE

PARTNER BEI SIMON-KUCHER & PARTNERS,
LEITER DES COMPETENCE CENTERS
TELECOMMUNICATIONS/ONLINE BUSINESS

INTRE: In der CC-Branche werden Stimmen laut, die sagen, dass es eigentlich bereits jetzt Lösungen gibt, die viele der immer wieder genannten Vorteile, vor allem die Themen Zahlung nur nach Aufwand, einfache Vernetzung, Multichannel-Kommunikation etc. schon anbieten. **Braucht die Branche das Cloud Call Center?** Diese Experten haben in gewisser Weise Recht. Dass Cloud Computing aus Anwendersicht einen völlig neuen Nutzen liefert, der aktuell nicht durch Alternativlösungen geboten wird, ist schwer vorstellbar. Der Trend zu Cloud Computing ist stetig, aber bis er sich durchsetzt, wird es länger dauern als erwartet. Ich glaube auch nicht, dass die primäre Zielgruppe die Unternehmen sind, die heute dezentrale und heterogene Systeme einsetzen. Bei Einführung von IT-Innovationen wie Cloud Computing ist gerade das Ablösen bestehender Systeme einer der größten Flop-Faktoren. Die Branche täte daran gut, Cloud Computing für Call Center eher als komplette Neuanschaffung zu positionieren. Die Ablöse bestehender Systeme ist für den Anbieter extrem kostspielig und bedingt erhebliche Überzeugungsarbeit beim Kunden. Kein Unternehmer wird sich durch noch so günstige Kosten locken lassen, wenn er gleichzeitig noch die bestehenden Systeme in den Büchern stehen hat. Auch ist der vermeintlich günstige Preis bei Cloud zu hinterfragen. Letztendlich sind hier alle versteckten und transparenten Kosten im Preis enthalten: Fielen früher Kosten dezentral beim Kunden und zentral beim Anbieter an, so bündelt über Cloud der Anbieter nahezu alle Kosten der Lösung in einem Port-Preis. Die dezentralen Kosten sind weitestgehend verschwunden, die zentralen, die des Anbieters, die jetzt die dezentralen enthalten, sind sehr transparent. Dass je Port abgerechnet wird, mag die Wahrnehmung des Preises senken. Wer aber die Gesamtkosten betrachtet, wird schnell feststellen, wie hoch die Ausgaben wirklich waren und künftig sein werden. Dies ist aus meiner Erfahrung eine erhebliche Hürde für die Einführung von Cloud-Services.



INTRE: Wie sehen Sie die Chancen bzw. Möglichkeiten, dass es künftig ein „Cloud Call Center“ geben wird? Cloud Computing ist nur in der Wahrnehmung ein Megatrend. Allerdings wird dieser Trend aus drei Gründen überschätzt. ERSTENS: Der Angst, nicht mehr die Applikations- und Datenhoheit zu besitzen. ZWEITENS: Cloud Computing legt die wahren, also alle Kosten/TCO, offen. Das will in der Regel nicht jeder IT-Verantwortliche wirklich wissen. Das Runterbrechen auf einzelne Ports hilft nur begrenzt diesen Effekt zu verschleiern. DRITTENS: Bestehende Lösungen laufen im Normalfall effizient. Neuanschaffungen außerhalb der handelsrechtlichen Abschreibungen wie Cloud-Lösungen sind daher eher die Ausnahme. Die Hürde etwas Neues zu beschaffen ist recht niedrig. Dies mit einem Systemwechsel auf Cloud zu verbinden umso weniger. Wenn es gut läuft, wird Cloud Computing in fünf Jahren ein Viertel des Gesamtmarktes ausmachen. Für Cloud Call Center gehe ich im besten Fall von 5 bis 10 Prozent aus.

Fortsetzung von S52

Center ein Hype-Thema. Die Kapsch Business Com plant beispielsweise in Zukunft Kommunikationslösungen für Contact Center als Public Cloud Services anzubieten. Private Cloud-Lösungen werden bereits jetzt genutzt. Für Ing. René Niederhuber, Product Management, ICT Workspace & Application Solutions bei der Kapsch BusinessCom AG, ist die Frage nach dem „wer braucht's?“ rasch beantwortet: In der Praxis werden dies tendenziell kleine und mittlere Unternehmen sein, die so auf neue „High-End“-Funktionen wie beispielsweise Multichannel zurückgreifen können, ohne eine großes Investment tätigen zu müssen. Diese Lösungen sind auch für „Start-

ups“, die rasch neue Servicebereiche aufbauen möchten, ideal. Ähnlich sieht es auch Manfred Völker, Senior Business Development Manager bei Avaya. Er bringt zusätzlich den geringen finanziellen Investitionsaufwand ins Spiel. In jedem Fall sollten sich Unternehmen für eine Betriebsvariante – Eigenbetrieb oder Cloud-Service – entscheiden, um die Kosten zu optimieren und ein hohes Sicherheitsniveau zu gewährleisten. „Die Erfahrung zeigt, dass kleine und mittelständische Unternehmen sowie Organisationen mit Filialstrukturen von solchen Lösungen besonders profitieren: Beispielsweise muss ein Unternehmen mit 50 Mitarbeitern kein Kommunikationssystem im Keller installieren. Zudem braucht es weder Know-how noch Mitarbeiterressourcen für die Installation und die Wartung des Systems bereitzustellen. Cloud-Lösungen sparen Unternehmen also bares Geld“, so Völker.

„Cloud Call Center machen primär für diejenigen Unternehmen Sinn, die in der Vergangenheit vielleicht nicht alles richtig gemacht haben“, ist die Antwort von Dr. Ekkehard Stadie, Partner und Leiter des Competence Centers Telecommunications/Online Business bei der Strategieberatung Simon-Kucher & Partners. Damit sind Unternehmen gemeint, die heute über sehr dezentral verteilte Einheiten und sehr stark unterschiedlich verwandte Systeme bzw. Datenbanken verfügen. Hier kann eine Cloud Call Center-Lösung eine gewisse Vereinheitlichung und Überbrückung sicherstellen und höchsten Nutzen bringen. Stadie glaubt aber nicht, dass die Unternehmen, die auf solche Strukturen in der Vergangenheit gesetzt haben, gerade diejenigen sind, die eine so neue und zweifelhafte Lösung wie Cloud Call Center als Erstes einsetzen werden. Das sind eher so genannte „late follower“ und keine Vorreiter.

CLOUD-MODELLE:

Private Cloud-Lösungen:

Bei dieser Form bleiben die Daten, Applikationen oder Hardware beim Kunden oder werden in ein externes Rechenzentrum transferiert. Handelt es sich um besonders unternehmenskritische Daten, eignet sich am besten ein modernes Hochsicherheitsrechenzentrum, wie beispielsweise der earthDATAsafe. Die Betriebsführung mit Services und Virtualisierung liegt in diesem Fall beim ICT-Service-Partner. Individualanwendungen und -services stehen hier im Vordergrund.

Public Cloud-Lösungen:

Eine „Public Cloud“ ist eine „Cloud“, die öffentlich ist, das heißt von beliebigen Personen und Unternehmen genutzt werden kann. Hardwareressourcen und Software werden dabei aus der Public Cloud bezogen. Primär werden auf diesem Weg Standardapplikationen, die nicht oder nur eingeschränkt an das Unternehmen angepasst werden müssen, angeboten.

Hybrid Cloud-Lösungen:

Bei der Hybrid Cloud handelt es sich um eine Mischform. Quasi das Beste aus beiden Welten – ausgewählte, meist besonders vertrauliche Daten befinden sich in einer Private Cloud-Lösung wie beispielsweise dem earthDATAsafe. Zusätzliche Services werden aber über eine Public Cloud-Lösung bezogen.

Quelle: Kapsch Business Com

Ist die Wolke sicher?

Das Thema Datensicherheit war, ist und wird immer ein sehr wichtiges Thema bleiben. Bei einigen Unternehmen dürfen beispielsweise die Kundendaten, auch für eine klassische Outbound-Aktion mit einem externen Dienstleister, das eigene Haus nicht verlassen. Bei Cloud-Lösungen könnte der Eindruck entstehen, dass die Kundendaten überall und nirgends sind. Für René Niederhuber



JOACHIM SCHELLENBERG
Senior Business Development
Manager EMEA, ecenta AG



MANFRED VÖLKER
Senior Business Development
Manager bei Avaya



ING. RENÉ NIEDERHUBER
Product Management
ICT Workspace & Application
Solutions, Kapsch BusinessCom



GEORG MACK
Geschäftsführer
MACK Consult

ist aus technologischer Sicht wichtig, dass Themen wie Datenverschlüsselung, Backup, Archivierung, Anti-Malware und Security vom Cloud-Betreiber gelöst sind. Des Weiteren ist eine strikte Mandanten-Trennung sicherzustellen. Vom rechtlichen Gesichtspunkt aus ist es fundamental, dass die Maßnahmen, die der Datensicherheit dienen, auch der lokalen Gesetzgebung entsprechen. Ekkehard Stadie sieht das Thema erstens überbewertet und zweitens beherrschbar. De facto darf man das un-gute Gefühl auch der größten IT-Experten nicht unterschätzen, wenn Daten und Anwendungen nicht mehr im lokalen Zugriff sind. Des Weiteren gibt es in der Bevölkerung riesige Bedenken, wenn publik wird, dass Unternehmen Kundendaten in der Wolke vorrätig halten. Diese Risikoeinschätzung läge dann gar nicht mehr beim CIO, sondern eher beim CEO. „Bis diese Vorbehalte verschwinden dauert es. Proaktive Kommunikation zur Sicherheit erscheint mir aufgrund der aktuellen Datenthematik eher kontraproduktiv“, so Stadie. „Werden die technischen Möglichkeiten berücksichtigt, gibt es keine Bedenken“, ist sich auch Völker sicher.

Customer Care-Trends

Georg Mack, Geschäftsführer der auf Call Center spezialisierten Unternehmensberatung MACK Consult, sieht das Thema Cloud Call Center, vor allem für den

österreichischen Markt, erst am Beginn eines Weges. Bei Beratungsterminen im Bereich strategische IT-Investitionen ist das Thema Cloud Call Center meist ein Randthema. Aus Sicht von Mack liegt es vor allem daran, dass die Anbieter zu wenig Werbung, PR und Informationsveranstaltungen zum Thema Cloud Call Center machen. Der Nutzen von Cloud Call Center-Lösungen ist insbesondere bei den direkten Customer Care-Verantwortlichen noch nicht angekommen. Hier sollte sich die Technologie-Zulieferbranche ein Beispiel an den Social Media-Anbietern nehmen. „Kein Kongress, keine Messe, kein CallCenterCircle kommt ohne das Thema Social Media aus“, ergänzt Mack. Das Ergebnis ist, dass kurz- bis mittelfristig zwischen 10 % und 20 % der österreichischen Customer Care-Investitionsbudgets in das Thema Social Media fließen. Näher am Kunden zu sein ist der Hauptgrund für diese Investitionen. Die zweite große Gruppe mit rund 60 % ist der Bereich der Performance- und Qualitätssteigerung sowie Prozessoptimierung. Der Rest geht für Schulungsmaßnahmen auf. Für Investitionen müssen neue Budgets bereitgestellt werden. Und das wird nur dann passieren, wenn der Nutzen, vor allem im Bereich der direkten Kundenkommunikation, von Cloud Call Center-Lösungen klar erkennbar ist.

AUTOR: VOLKMAR WEILGUNI