

Supervisor grijpt in voor de klant uit zijn vel springt

Speech analytics legt vinger op de zere plek

Iedereen die wel eens stiekem heeft meegeluisterd in een contactcenter, weet dat er aan de telefoon soms harde woorden vallen. Sinds cabaretier Youp van 't Hek het begrip helpdeskhel introduceerde, moeten callcentermedewerkers helemaal op hun woorden passen. Onder het motto 'Deliberately innovative' ontwikkelt het Amerikaanse Interactive Intelligence al zeventien jaar software en services voor contactcenters. Oprichter en CEO Donald E. Brown vertelt over een van de nieuwste features: real-time speech analytics.

DOOR ERIC VAN DER STEEN

Don Brown, niet te verwarren met bestsellerauteur Dan Brown, is een Amerikaanse CEO zonder kapsones. Ooit stond hij als medeoprichter aan de wieg van Software Artistry, een bedrijfje dat helpdesksoftware ontwikkelde en dat in 1997 voor 200 miljoen dollar aan IBM verkocht werd. Enkele jaren voor deze overname had Brown al afscheid genomen van Software Artistry, waar hij CEO was, om Interactive Intelligence op te richten. Het was het derde softwarebedrijf waar Brown als oprichter bij betrokken was. Anno 2012 heeft Interactive Intelligence meer dan vierduizend organisaties als klant, verspreid over negentig verschillende landen.

Bij 'bastard' en 'screw you' komt de supervisor tussenbeide

Tijdens de jaarlijkse klantendag in Utrecht valt serieel ondernemer Brown nauwelijks op tussen de andere bezoekers. Gekleed in een donkere pantalon en lichtblauw overhemd, met een congresbadge om zijn nek, opent hij zijn presentatie met enkele facts and figures. Zijn onderneming telt wereldwijd zo'n duizend medewerkers. Het hoofdkantoor van het beursgenoteerde Interactive Intelligence staat in Indianapolis. Er zijn 23 internationale kantoren in Noord-Amerika, Zuid-Amerika, Europa, het Midden-Oosten, Afrika, Azië en Australië. Het Benelux-kantoor is gevestigd in Amsterdam.

Uit het magic quadrant van Gartner blijkt dat Brown tegen een forse concurrentie moet opboksen. Giganten als Alcatel-Lucent, Avaya, Cisco en het Chinese Huawei: het zijn allemaal geduchte tegenstanders. Jeroen Buis, senior product manager voor Interactive Intelligence in

Nederland, mag de verbeteringen en nieuwste features in versie 4.0 van het Customer Interaction Center (CIC) uit de doeken doen. Ondertussen is Brown, zoals het een echte visionair betaamt, in zijn denken al een paar stappen verder. Hij schetst alvast de contouren van CIC 5.0, de next-generation servicedesk waarin een prominente rol is weggelegd voor speech analytics, social media, webchats, mobiele clients, videoconferencing en, last but not least, apps.

Waarom houdt Interactive Intelligence geen kantoor in Silicon Valley, the place to be, waar zo veel innovatieve softwarebedrijven zich sinds jaar en dag vestigen? Brown reageert als door een wesp gestoken: "De prijzen van huizen en kantoren zijn er veel te hoog. De opsmuk, jobhoppers die zichzelf opblazen, al die gewichtigdoenerij: ik moet er niet aan denken! We hebben overigens wel een kantoor in het zuiden van Californië, in het plaatsje Irvine dat onder Los Angeles ligt."

Is het niet vreemd dat, terwijl in Nederland CIC 4.0 wordt gelanceerd, u het al heeft over CIC 5.0? "Klanten verwachten van ons dat wij vooruitdenken. 'Deliberately innovative' is niet voor niets onze bedrijfs-slogan", zegt Brown. "Hoewel wij louter zakendoen in de business-to-businessmarkt, zie ik een parallel met de wijze waarop innovatieprocessen bij Apple zich voltrekken. Ook bij ons komt innovatie top-down tot stand. Steve Jobs heeft ook niet eerst aan alle consumenten gevraagd of ze eventueel interesse zouden hebben in een iPod touch. Hij wist gewoon waar zijn klanten op zaten te wachten. Dat kan alleen als je je werkelijk verdiept in de problemen waarmee klanten dagelijks worstelen. Voor zover het de communicatie in het contactcenter betreft, pretenderen wij te weten waar de wereld naartoe gaat. In tegenstelling tot bij Apple, waar de iPad 3 en de iPhone 5 op stapel staan, is er bij ons

niet zo'n grote druk om vrij kort op elkaar met nieuwe versies te komen. Dat is het voordeel van de business-to-businessmarkt. Mijn klanten zijn primair geïnteresseerd in de return on investment van hun investeringen, niet in de nieuwste gadgets. Technologie is bij ons nooit een doel op zich. Integendeel, we luisteren eerst naar de behoefte op de markt en reageren daarop met nieuwe functionaliteiten en features."

Met welke problemen worstelen klanten dan?

"De jongere generatie verwacht van bedrijven en instellingen in toenemende mate een veel grotere flexibiliteit. Ze zijn gewend hun bankzaken met de smartphone of via de laptop te regelen. Als ze hun eerste appartement huren, verwachten ze dat de helpdesk van het kabelbedrijf, het elektriciteitsbedrijf of de loodgieter ook via social media of een app te benaderen is. Ook willen ze zakendoen met de helpdesk op het moment dat het hen het beste uitkomt. Met deze best time to call, die in de software is ingebouwd, moeten contactcenters rekening houden, ook al zit de klant dan in een bus of trein. Dat klinkt voor ouderen vreemd, maar het is wel de realiteit. Bedrijven moeten veel meer inspelen op generation now. Helpdesks moeten zichzelf transformeren tot organization now. Operational responsiveness is inderdaad een relevant begrip in dit verband. Voor contactcenters betekent dit dat zij adequaat op deze behoeften moeten inspelen. In werkelijkheid bestaat er nog veel verborgen leed bij consumenten. Klanten moeten nog steeds een nummer bellen, krijgen te maken met een keuzemenu of worden in de wacht gezet en raken gefrustreerd als ze uiteindelijk iemand aan de lijn krijgen die slecht geïnformeerd is en geen antwoord kan geven op de gestelde vragen. De meeste contactcenters zijn nog opgezet met de bedoeling om het zakendoen voor bedrijven te vereenvoudigen, niet om het consumenten zo gemakkelijk mogelijk te maken." Er zijn echter ook goede voorbeelden. In Nederland heeft bijvoorbeeld Univé-VGZ-IZA-Trias Zorgverzekeringen (UVIT) er na een proof of concept voor gekozen om het merendeel van de contactcenteromgevingen uit te rusten met CIC. Het project voor meer dan achthonderd agents is uitgevoerd door Newtel Essence. Het nieuwe contactcenter is redundant uitgevoerd en staat fysiek in een datacenter. In de eerste fase is de basis geïmplementeerd, inclusief een uitgebreid systeem voor interactive voice response (IVR). De volgende fasen staan vooral in het teken van performancemanagement.

Met welke features speelt uw bedrijf in op die nieuwe ontwikkelingen?

"De combinatie van real-time speech analytics met wordspotting spreekt ongetwijfeld het meest tot de verbeelding. Klanten kunnen op voorhand zelf invoeren welke termen of zinsneden cruciaal zijn bij de door hen gewenste customerservice. Alle gesprekken in het contactcenter kunnen worden opgenomen en in real time worden gescreend op deze termen. Een door ons zelf ontwikkeld algoritme houdt dit continu bij en onze software is zo ingericht dat de supervisor van het contactcenter een alert krijgt als de bewuste termen ter sprake komen. Het systeem signaleert dus wanneer een telefoongesprek met een klant uit de hand dreigt te



Donald E. Brown: 'Alle algoritmes zijn door onze engineers in eigen huis ontwikkeld.'

lopen. Er ontstaat een groot risico dat de boze klant de verbinding gaat verbreken, met alle negatieve gevolgen van dien. Op dat cruciale moment is de supervisor nog in staat om in te grijpen en het gesprek een andere wending te geven." "I can't believe this", "cancel my subscription", "contact my lawyer", "bastard" en "screw you" zijn volgens Brown overduidelijke signalen dat het gesprek aan het escaleren is. Speech analytics legt dus de vinger op de zere plek. "De rol van de supervisor is cruciaal. Hij kan waardevolle klantrelaties nog redden voor het echt te laat is. Overigens is het ook mogelijk om de telefoongesprekken te screenen op positieve klantsignalen. "Thank you", "fantastic" en "great service" klinken een stuk vriendelijker en kunnen voor de supervisor aanleiding zijn om de medewerker die deze positieve reacties heeft uitgelokt, een complimentje of een bonus te geven. Ook minder extreme teksten kunnen voor de supervisor en zijn bedrijf relevant zijn, bijvoorbeeld als telkens de naam van een bepaalde concurrent valt." De door Brown genoemde krachttermen zijn typisch Amerikaanse uitdrukkingen, maar Jeroen Buis laat ons weten dat uiteraard ook de Nederlandse taal door de software van Interactive Intelligence wordt ondersteund.

In hoeverre is de Interaction Analyzer, zoals de feature voor speech analytics officieel heet, uniek?

"Het unieke is dat de speech analytics en het ingrijpen door de supervisor van het callcenter bij ons in real time plaatsvinden. Een ander voordeel is de gebruiksvriendelijkheid van de software. Na het definiëren van een aantal sleutelbegrippen kun je de software in real

time laten turven hoe vaak de geselecteerde termen tijdens een lopend klantgesprek voorbijkomen. Je kunt deze scores uitsplitsen en analyseren op het niveau van individuele klanten en individuele callcenteragents. Uiteraard kun je de statistieken ook heel goed op een dashboard visualiseren met behulp van rood en groen gekleurde smilies, en dat gebeurt dan ook in de software van Interactive Intelligence. Andere bedrijven die zich met speech analytics bezighouden, nemen uiteraard ook de gesprekken in de contactcenters op, maar gaan deze pas achteraf analyseren. De rapporten die enkele weken later beschikbaar komen, zijn dan per definitie al achterhaald. De boze of gefrustreerde klant heeft allang opgehangen en zijn negatieve ervaring doorverteld aan al zijn vrienden, familieleden en kennissen. Of zoals Jeff Bezos, CEO van Amazon, het ooit stelde: "If you make

Wordspotting spreekt het meest tot de verbeelding

customers unhappy in the physical world, they might each tell six friends. If you make customers unhappy on the internet, they can each tell six thousand friends." Overigens zijn er volgens Brown legio contactcenters waar de supervisor slechts zeer incidenteel steekproefsgewijs een paar gevoerde gesprekken terug laat spoelen om te analyseren. Het is zijn ervaring dat 99,8 procent alle gesprekken in contactcenters nooit wordt gereviseerd. Dit betekent dat deze ongestructureerde data voorgoed als verloren kan worden beschouwd. Het impliceert ook dat er geen gebruik wordt gemaakt van de mogelijkheden om een waardevol inzicht te krijgen in de psychie en het gedrag van de klant.

Hoelang bestaat de techniek al?

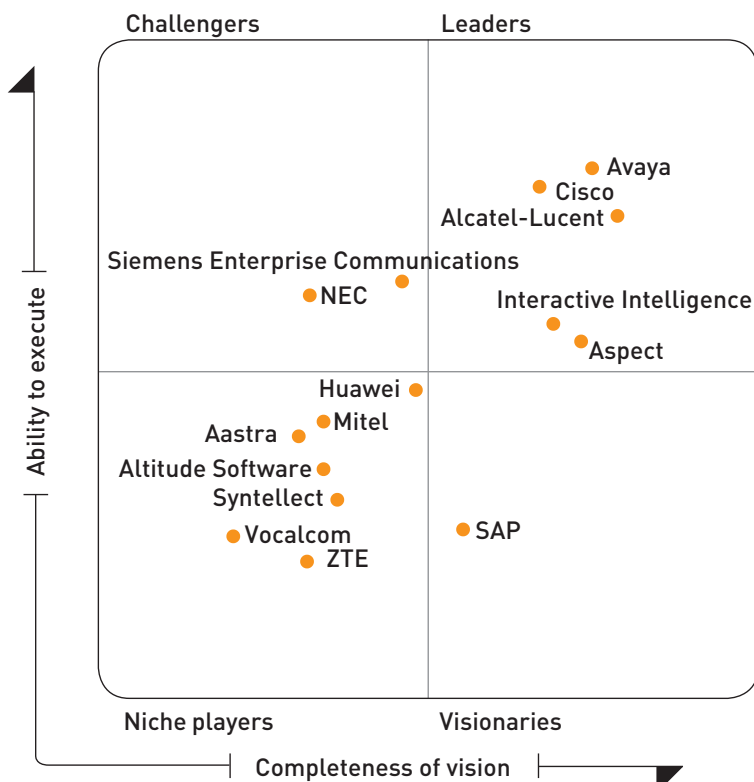
"Speech analytics is niet nieuw. Onder de vlag van workflow optimization kwamen zo rond 2005 de eerste softwarepakketten op de markt. Leveranciers uit die begintijd waren onder andere Nice, Verint en standalone vendors als CallMiner, Nexidia en Utopy. In de praktijk is het vaak een probleem om de in het verleden aangeschafte legacysystemen of standalonemodules voor het opnemen van gesprekken soepel te integreren in de moderne softwaresuites." Brown realiseert zich dat ondernemingen en instellingen nog de nodige barrières moeten overwinnen voordat ze tot de aanschaf van software voor speech analytics overgaan. De aanschafkosten, een paybackperiode die te lang is, onduidelijkheid over de toegevoegde waarde van de software en complicaties bij de implementatie van de verschillende softwaremodules vertragen de adoptie van speech analytics. Prijsverlagingen, promotionele acties en goedkope instap- en probeersoftware van leveranciers die de markt voor speech analytics proberen open te breken, hebben het imago van de serieuzere aanbieders, zoals Interactive Intelligence, ook geen goed gedaan. Volgens Brown is de Interaction Analyzer goedkoper dan concurrerende pakketten, mede omdat zijn bedrijf de algoritmes voor de software allemaal zelf in eigen huis heeft ontwikkeld. Andere leveranciers bieden ook software voor callcenters aan, maar met de integrale IP-bedrijfscommunicatie van Interactive Intelligence krijgen bedrijven volgens Brown de beschikking over complete oplossingen. Het contactcenterplatform voor interactie via verschillende kanalen heeft diverse implementatiemethoden: op locatie, als een cloudservice, of als een beheerde service.

Leggen alle opgenomen klantgesprekken niet een enorm beslag op de storagecapaciteit van de mediaservers?

"Dat valt wel mee, omdat het geluidsfragmenten betreft die je ook nog eens fors kunt comprimeren. Zo zijn we in staat om een geluidsfragment van een gesprek van, zeg, 1 MB terug te brengen tot 112 kB. De applicaties van Interactive Intelligence staan er bovendien om bekend dat ze heel efficiënt met de beschikbare servercapaciteit omspringen, mede dankzij de hoge virtualisatiegraad die met VMware wordt bereikt. Bedrijven en instellingen hebben in de praktijk vaak te maken met streng gereguleerde retentieperiodes. Uit het oogpunt van compliance kan een effectenbank bijvoorbeeld worden gedwongen om opgenomen klantgesprekken negentig dagen te bewaren. Over wet- en regelgeving gesproken: in Duitsland is het zelfs verboden om gesprekken van callcenteragents op te nemen. Dat hebben de vakbonden voor elkaar gebokst. Zoals bekend geldt de privacywetgeving in Duitsland als een van de strengste in Europa."

In hoeverre heeft Interactive Intelligence last van de recessie?

"Dat valt reuze mee, omdat wij software op de markt brengen die efficiëntiebevorderend is en de potentie heeft om te besparen op arbeidskosten. Toch zullen er in contactcenters altijd nog wel mensen nodig blijven", zo schat Brown in. Chatbots kunnen volgens hem misschien een deel van de taken overnemen, maar zeker



Gartner's magic quadrant voor contactcenterinfrastructuren per juni 2011.

niet alle. Interactive Intelligence heeft financieel gezien een goed jaar achter de rug. De totale omzet over heel 2011 bedroeg 209,5 miljoen dollar, een stijging van 26 procent ten opzichte van het boekjaar 2010. Het aantal orders steeg in 2011 met 28 procent ten opzichte van een jaar eerder. Het aantal cloudgebaseerde orders steeg het afgelopen jaar met 179 procent. De groei in het vierde kwartaal van 2011 was zelfs 500 procent ten opzichte van het vierde kwartaal in 2010.

Bemoedigend was volgens Brown ook dat het aantal grote orders toenam. Vorig jaar boekte Interactive Intelligence 17 orders met een totale contractomvang van boven de 1 miljoen dollar. Verder werden er 96 orders ingeboekt van elk boven de 250.000 dollar. "Wij doen automatisch aan risicospreiding doordat we op diverse continenten aanwezig zijn. Loopt onze omzet in Europa terug, dan kan Brazilië dit deels compenseren." In Nederland boert Interactive Intelligence volgens Brown goed. Onlangs is gekozen voor een nieuwe kantoorlocatie in het Centerpoint 1-gebouw aan de Hoogoorddreef in Amsterdam.

Wat is het risico dat Interactive Intelligence wordt overgenomen door bijvoorbeeld Microsoft?

"Als grootaandeelhouder heb ik samen met enkele andere grote aandeelhouders meer dan 50 procent van de uitstaande aandelen in bezit. Hiermee beschikken we over een controlerend belang en kunnen we een vijandige overname het hoofd bieden. Een vriendelijke overname behoort natuurlijk altijd tot de mogelijkheden, maar is nu zeker niet aan de orde. Bij onze beursgang in 1999 hebben we de venture capitalists, die uiteindelijk altijd een exitstrategie hebben, buiten de deur gehouden."

In hoeverre speelt u in op de trend van cloudcomputing?

"We zien een duidelijke verschuiving op de markt in de richting van cloud-based contactcenters," zegt Brown. "Wij leveren software en services voor contactcenters, unified communications en business process automation. De oplossingen zijn geschikt voor zowel toepassing op de eigen locatie als afname via een hosted-model." Met de zogenoemde Softphone Connector is de callcenterfunctionaliteit van CIC tegenwoordig ook direct voor eindgebruikers beschikbaar vanuit de user-interface van salesforce.com. Bellen en gebeld worden gebeurt dan vanuit een en hetzelfde scherm, waarin alle functionaliteiten voor screenpop, gespreksbeheer en presencemanagement zijn geïntegreerd. Eind vorig jaar heeft Interactive Intelligence volgens Brown het grootste contract getekend in zijn geschiedenis: Voor 10 miljoen euro levert het bedrijf vijf jaar lang contactcenterfunctionaliteiten via de cloud aan maximaal 4.200 agents, inclusief aanvullende mogelijkheden voor verdere uitbreiding. Brown: "Deze transactie met een niet nader te noemen leverancier zien wij als een bewijs van zowel de functionele als de technische kracht van ons productaanbod, zeker ook aan de bovenkant van de markt."

Als klap op de vuurpijl is Interactive Intelligence door Frost & Sullivan voor de tweede keer op rij benoemd tot Company of the Year in de categorie voor contactcenters in Noord-Amerika. Deze award wordt jaarlijks toegekend aan één leverancier met een uitmuntende

groeistrategie, met een uitmuntende groei in de praktijk, met een grote mate van innovatie in zijn producten en technologie, met leiderschap in klantwaarde en met leiderschap in marktpenetratie. Interactive Intelligence kreeg een totaalscore van 8,4 en stak daarmee met kop en schouders uit boven de twee volgende concurrenten in de ranglijst.

Hoe ziet de groeistrategie eruit?

"We zijn van plan om onze positie nog verder te versterken", geeft Brown aan. "We richten ons daarom steeds meer op de bovenkant van de markt en investeren sterk in onze cloudgebaseerde oplossing. Verder gaat onze aandacht uit naar het versterken van onze positie in specifieke landen en verbeteren we ons verticale aanbod."

Steeds meer consumenten gebruiken weblogs, fora en social media als Twitter, Hyves en Facebook om hun mening te geven over hun leveranciers. Welke rol spelen social media in het contactcenter?

"Social media bieden ongekende kansen en mogelijkheden op het terrein van klantcontact en klanttevredenheid. Tegelijkertijd zetten social media het contactcenter volledig op zijn kop. Er ontstaan nieuwe bedrijven die aan online monitoring doen. Zij geven niet alleen inzicht in het aantal berichten dat over een bedrijf wordt gepubliceerd, maar ook in het sentiment en in de zogenoemde trending topics.

Jongeren zoeken de helpdesk op als het hen het beste uitkomt

Op basis van deze informatie kunnen organisaties een beleid formuleren over hoe ze omgaan met social media. Dezelfde agents die telefonisch, per e-mail en per webchat de klantcontacten afhandelen, kunnen nu ook gemakkelijk en efficiënt reageren op socialmediaberichten via dezelfde interface en hetzelfde platform. De berichten die over een specifieke organisatie verschijnen worden automatisch ontleed en van een waardeoordeel voorzien: positief, neutraal of negatief. Het bericht wordt samen met deze extra informatie volgens vooraf opgestelde businessrules door het contactcenter gerouteerd. De vervolgacties zijn afhankelijk van de keuzes die organisaties zelf maken. Waarop reageren we direct, gebruiken we hetzelfde medium en kunnen we de informatie koppelen aan bestaande klantgegevens? Dat zijn in ieder geval enkele overwegingen." Sinds mei vorig jaar bieden Interactive Intelligence en het Nederlandse Obi4wan een geïntegreerde oplossing aan voor het continu monitoren van social media en faciliteren van webcareactiviteiten. Hiermee wordt de feedback vanuit social media en andere websites, net als de communicatie via andere kanalen, door CIC gerouteerd, aangestuurd en gerapporteerd. Het contactcenter is eveneens gekoppeld aan serviceapps. Zo kan een organisatie via ieder gewenst medium de discussie aangaan met de mondige klant van vandaag.