



Neues Musterbeispiel
Für RTSM-Kundendienst

Wissensaustausch-Reihe

Ein neues Musterbeispiel für **Kundenbetreuung mit klinischen Systemen**

*Grundsätze für Spitzenleistung, um das Kundenerlebnis
neu zu definieren*

Jeder von uns hat schon einmal den Kundendienst angerufen, sei es beim Kabelnetzbetreiber, beim Mobilfunkanbieter oder bei der Krankenkasse. Wie oft mussten Sie sich durch die automatisierten Antwortsysteme durchkämpfen, um mit einem echten Menschen sprechen zu können? Dann hören Sie endlich eine Stimme (Halleluja!), stellen aber schnell fest, dass die Person Ihre Frage nicht beantworten kann und Sie an eine andere Stelle weiterleitet (oder, schlimmer noch, Ihnen eine andere Nummer gibt, die Sie anrufen sollen). Nach gefühlten Stunden wird Ihnen endlich eine Lösung angeboten, vielleicht mit einer zusätzlichen Weitervermittlung an eine höhere Stelle, die mehr Erfahrung mit Ihrem Problem hat.

Stellen Sie sich jetzt vor, bei Ihnen sitzt ein Patient, der weit gereist ist, um zu Ihnen in die Klinik zu kommen. Sie müssen nur eine kleine Aufgabe auf Ihrem Computer erledigen, die eigentlich nur eine Sekunde dauern sollte, und schon ist der Frust groß. Das Letzte, was Sie tun wollen, ist, den Patienten warten oder gar wiederkommen zu lassen.

Aus diesem Grund ist der Kundenservice im Bereich der klinischen Studien mit RTSM-Systemen auf Prüfzentrumsebene so wichtig. Die Modelle des Kundendienstes/ Helpdesks haben sich im Laufe der Zeit dank des technologischen Fortschritts weiterentwickelt. Aber trotz der erheblichen technologischen Verbesserungen muss die Entwicklung mit einem Paradigmenwechsel im Kundendienst einhergehen.

“ —————

*[Traditionelle Servicemodelle] führten zu Doppelarbeit,
vielen offenen Tickets, ungelösten
Problemen und Back-End-Notlösungen
bei Kundenproblemen und -beschwerden.*

————— ”

Warum traditionelle Kundendienstmodelle nicht mehr ausreichen

Vor zwanzig Jahren waren automatisierte Telefonsysteme zur Weiterleitung und Erfassung von Kundenanfragen in den Kundendienstzentren für klinische Studien noch nicht üblich. Meistens wurden einfache Datenbanken (sogar Kalkulationstabellen) verwendet, um die eingehenden Anfragen zu erfassen. Ging ein Anruf bei einem Kundendienst ein, so klingelten die Telefone und die Pager bei allen Mitarbeitenden, auch wenn man schon in einem Kundengespräch war.

Der erste große Fortschritt bei der Bearbeitung von Supportanfragen waren spezielle Systeme für die automatische Anrufverteilung (automatic call distribution, ACD) und das Ticketing. ACD-Systeme leiteten Live-Anrufe an einen verfügbaren Kundendienst-Mitarbeitenden weiter. Mit Ticketingsystemen konnte der Kundendienst, Serviceanfragen auf organisierte Weise verwalten.

Da die Systeme nicht integriert waren, gab es weiterhin Einschränkungen beim Kundendienst. Beispiel: Ein Anruf geht bei einer Mitarbeiterin ein und dieselbe Person sendet gleichzeitig eine E-Mail. Zwei verschiedene Support-Mitarbeitenden werden mit dem Problem betraut und geben die Informationen manuell in das System ein, wobei separate Tickets erstellt werden. Das führte zu Doppelarbeit, vielen offenen Tickets, ungelösten Problemen und Back-End-Notlösungen bei Kundenproblemen und -beschwerden.

Ein weiteres Element des traditionellen Modells ist ein gestuftes System. Eine erste Ebene erhielt den Anruf/die E-Mail, und wenn die Person das Problem nicht lösen konnte, wurde es an eine zweite Ebene weitergeleitet. In der Regel waren die Mitarbeitenden der ersten Ebene nicht so sachkundig wie die der 2. Ebene, was dazu führte, dass die meisten Anrufe an die 2. Ebene weitergeleitet wurden. Kennen Sie nicht auch das frustrierende Gefühl, an jemand anderen weitergeleitet zu werden? Als sei dies Absicht gewesen.

“ —————

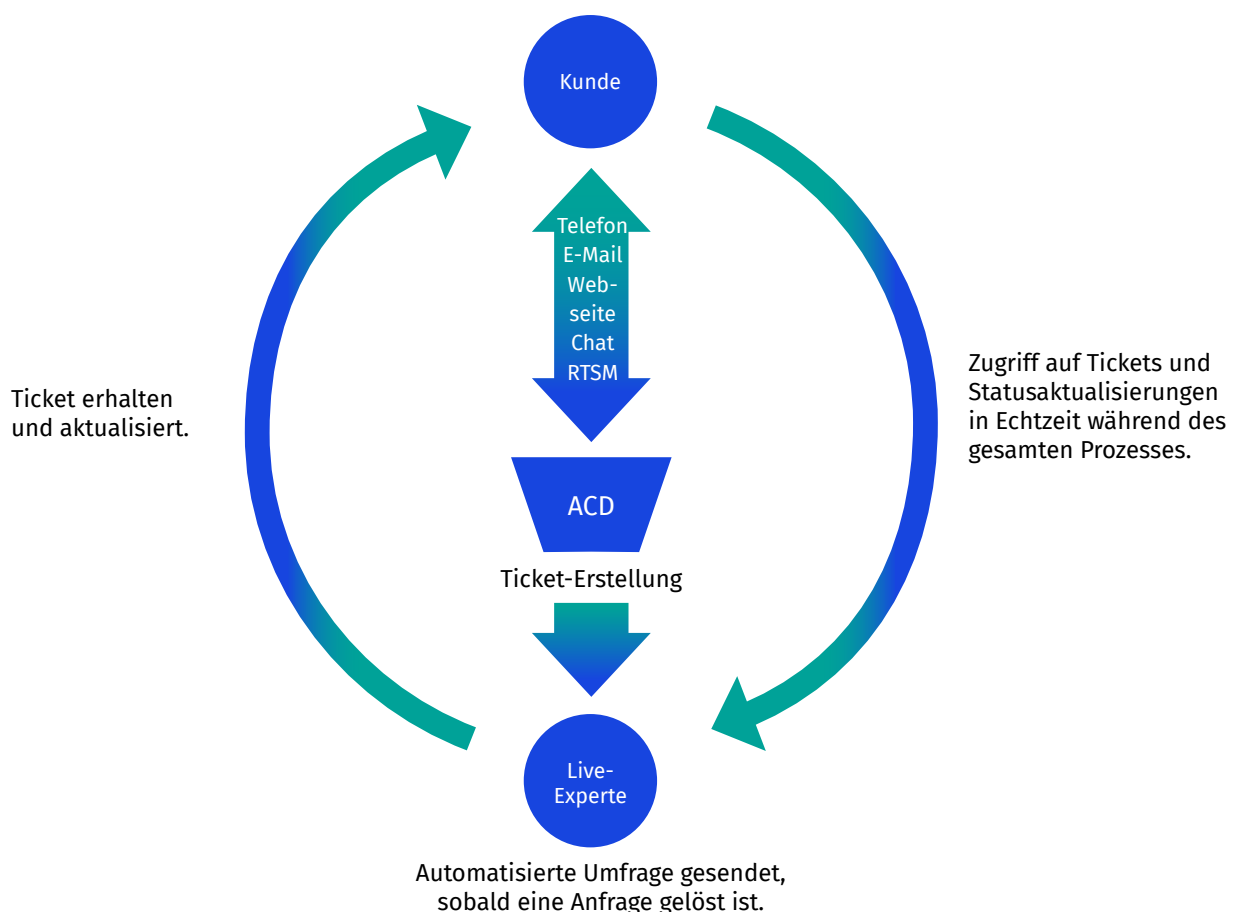
Wenn Anrufe beim Kundendienst eingingen, klingelten alle Telefone, die Pager gingen los, egal ob der Mitarbeiter gerade einem anderen Kunden halfen oder nicht.

————— ”

5 Grundsätze für Spitzenleistung, um das Kundenerlebnis neu zu definieren – **der neue Goldstandard**

1) Integrierte ACD- und Ticketing-Systeme

Wenn der Kundendienst nicht auf einem soliden Fundament steht, wird es immer Probleme geben. Dabei ist die Integration des ACD- und Ticketing-Systems von entscheidender Bedeutung. Dies steigert die Produktivität, da die Support-Mitarbeitenden mit einer einzigen Plattform statt mit mehreren arbeiten. Darüber hinaus hat bei integrierten Systemen jede eingehende Anfrage eine ID (in beiden Systemen), wodurch das Auffinden der Datensätze erleichtert wird. Voicemail-Dateien werden gespeichert und automatisch mit dem Ticket verknüpft, sodass die Kundendienst-Mitarbeitenden das Gespräch jederzeit abhören können. Dank dieser Technologie können die Tickets eines jeden Kunden bis zur Auflösung nachverfolgt werden. Darüber hinaus haben alle Mitarbeitende Einblick in den Ticketverlauf.



5 Grundsätze für Spitzenleistung, um das Kundenerlebnis neu zu definieren – **der neue Goldstandard**

2) Unvergleichliche Kommunikationskanäle

Den Kunden muss die Kontaktaufnahme so einfach wie möglich gemacht werden. Telefon und E-Mail sind nicht mehr ausreichend. Solide Kundendienstmodelle unterstützen einen Omnichannel-Ansatz, bei dem die Kunden ihren bevorzugte Kommunikationsweg wählen können.

3) First Call Resolution – verabschieden Sie sich vom zweistufigen Systemen

Unsere Kunden sind sehr beschäftigt. Generell sitzen sie vor einem wartenden Patienten. Sofern dies möglich ist, sollten die Probleme direkt beim ersten Kontakt gelöst werden. Aber wie kann das bewerkstelligt werden? Am besten wird dieses Ziel dadurch erreicht, dass sich das Team mit dem Aufbau der Studie im RTSM und den Feinheiten von RTSM selbst auskennt.

“ —————

*Es ist offensichtlich, dass der Helpdesk **umfassend** geschult wird. Sie verstehen die Studie und sind gründlich **in das System eingewiesen**.*

————— ”

– Jason Russak

Senior Manager Clinical Operations and Development
at Sage Therapeutics

5 Grundsätze für Spitzenleistung, um das Kundenerlebnis neu zu definieren – **der neue Goldstandard**

4) Globaler Support durch zentrale Kundendienstzentren

Zahlreiche Unternehmen sind zu einem „Follow-the-Sun“-Servicemodell übergegangen, bei dem die Supportzentren über den ganzen Globus verteilt sind. Dieses Modell kann funktionieren. Allerdings ist auch eine gewisse Vorsicht geboten, da die unterschiedlichen Zentren wegen des lokalen Managements u. U. ihre eigenen Verfahren entwickeln und anwenden. In diesem Fall kann es zu einer Fragmentierung des Kundendienstes kommen. Ein Support-Center unter einem einzigen Managementteam mit gestaffelten Schichten erleichtert den Informationstransfer und die Bearbeitung von Kundenanfragen im Team. Dank Technologie können die Mitglieder des Support-Teams die Zeitzone des Kunden berücksichtigen und auf verschiedene Sprachanforderungen reagieren. Ziel ist es, dass die Kundenanfragen von einem sachkundigen Team auf einheitliche, zeitnahe und professionelle Weise bearbeitet werden.

5) Befähigt, das Kundenerlebnis zu verbessern

Die Rolle des Kundendienstes sollte innerhalb der Organisation mit der Fähigkeit aufgewertet werden, das Produktdesign und die zukünftige Entwicklung zu beeinflussen. Schließlich stehen sie in direktem Kontakt mit Ihren Kunden. Einheitliche Umfrage- und Ticketdaten sind wertvolle Informationen, die innerhalb der Organisation weitergegeben werden sollten. Ein Schlüssel zum Erfolg ist es, die Mitarbeitenden des Kundensupports in die Lage zu versetzen, Änderungen zur Verbesserung des Kundenerlebnisses vorzuschlagen.

“ —————

Bei uns gibt es kein Silodenken.

Der Kundendienst hat eine Stimme in der Organisation.

*Wir können in den entscheidenden
Bereichen etwas bewirken.*

————— ”



– Teresa Goodnough
Direktorin, Client Excellence Support bei 4G Clinical

Treffen Sie **Teresa Goodnough**



Über die Autorin

Teresa Goodnough, Direktorin, Client Excellence Support bei 4G Clinical, verfügt über mehr als 15 Jahre Erfahrung im Bereich der klinischen Technologieunterstützung bei einem großen Auftragsforschungsinstitut (CRO). Sie hat eine echte Leidenschaft und eine ruhige Hand für die Unterstützung globaler klinischer Studien rund um die Uhr. Nachdem sie in der Branche gearbeitet und die Erfahrung gemacht hat, ein Familienmitglied zu betreuen, das an einer klinischen Studie teilnimmt, hat sich Teresa das Dienstleistungsumfeld zu eigen gemacht und ist als vertrauenswürdige Führungskraft bekannt.

Teresa spielt eine entscheidende Rolle im Tagesgeschäft, indem sie das Support-Team aufbaut, leitet und führt, um die professionellsten und besten Dienstleistungen für Kunden in der klinischen Studienbranche anzubieten.

Möchten Sie mehr erfahren?
Erkunden Sie unser Ressourcenzentrum

Haben Sie noch Fragen?
Kontaktieren Sie uns noch heute, um ein Gespräch zu beginnen.

Über 4G Clinical

„Wir reduzieren die Zeit, die für die Vermarktung lebenswichtiger Medikamente benötigt wird, indem wir validierte, leicht erweiterbare RTSM-Funktionen für Pharmaunternehmen und CROs bereitstellen und das schneller als jeder andere auf der Welt.“

4G Clinical verfolgt ein einziges Ziel: wichtige Medikamente schneller zu denen zu bringen, die sie benötigen. 4G Clinical ist der Ansicht, dass der Weg zur Beschleunigung der klinischen Forschung darin besteht, die Art und Weise, wie Studien durchgeführt werden, zu reformieren. Aus diesem Grund haben wir das RTSM (Randomization and Trial Supply Management) und die Supply-Forecasting-Möglichkeiten sowie die Dienste von Grund auf neu erfunden.

4G Clinical hat es sich zur Aufgabe gemacht, Sponsoren und CROs dabei zu unterstützen, der Wissenschaft so schnell und sicher wie möglich nachzugehen. Mit unserer umfassenden Erfahrung und unseren technologischen Innovationen leisten wir unseren Beitrag, um Schnelligkeit und Beweglichkeit in klinische Studien zu bringen, ohne dabei selbst im Labor zu stehen.

Prancer RTSM®

Unser zu 100 % konfigurierbares und agiles RTSM ist für die klinischen Studien von heute und morgen ausgelegt.

Die RTSM-Plattform von 4G, Prancer RTSM®, nutzt NLP (Natural Language Processing) zusammen mit integrierten klinischen Supply-Forecasting- und Management-Funktionalitäten, um Entwicklungszeiten zu verkürzen, betriebliche Effizienz zu steigern und außergewöhnliche Qualität zu bieten.



Wichtige Medikamente ***schneller*** dorthin
liefern, wo sie benötigt **werden**.

4gclinical.eu