

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis	XVIII
Tabellenverzeichnis	XX
Abkürzungsverzeichnis	XX
1 Einleitung	1
1.1 PROBLEMSTELLUNG UND THEMENBEGRÜNDUNG	1
1.2 ZIELSTELLUNG UND ABGRENZUNG	3
1.3 EINORDNUNG IN DIE WIRTSCHAFTSINFORMATIK	5
1.4 AUFBAU DER ARBEIT	6
2 Service- und Supportprozesse im Electronic Commerce	9
2.1 BEGRIFFSBESTIMMUNGEN	9
2.1.1 Kategorisierung der kollaborativen Technologien	9
2.1.2 Kategorisierung nach Raum und Zeit	10
2.1.3 Kategorisierung nach Unterstützungsformen	12
2.1.3.1 Kommunikation	13
2.1.3.2 Koordination	14
2.1.3.3 Kooperation	15
2.1.3.4 Gruppenwahrnehmung	16
2.1.4 Kategorisierung nach Systemklassen	18
2.1.5 Electronic Commerce	19
2.1.5.1 Transaktionsbereiche des Electronic Commerce	21
2.1.5.2 Web Shop	23
2.2 DER KAUFPROZESS IM ELECTRONIC COMMERCE	24
2.2.1 Vertrauensproblem beim Electronic Commerce	25
2.2.2 Leistungseigenschaften	26
2.2.3 Abwicklung von Kundenanfragen	27
2.2.4 Phasen des Kaufprozesses	30
2.2.4.1 Informationsphase	33
2.2.4.2 Beratungs- und Entscheidungsphase	35
2.2.4.3 Kauf- und Abwicklungsphase	36
2.2.4.4 Produktnutzungsphase	38
2.2.4.5 Kundenbindungs- und Wiederkaufphase	38
2.2.5 Kundendialogarten	39
2.2.6 Kundendialoginstrumente	43
2.2.6.1 Self-Service-Instrumente	44
2.2.6.2 Assisted-Service-Instrumente	45

XIII

2.3	SERVICE- UND SUPPORTLEISTUNGEN.....	46
2.3.1	Vertrauensaufbau beim Nachfrager.....	46
2.3.2	Service und Support im Primärprozess.....	50
2.4	CALL CENTER.....	51
2.4.1	Organisatorischer Aufbau.....	53
2.4.2	Call-Blending.....	55
2.4.3	Infrastruktur-Komponenten im Call Center.....	55
2.4.3.1	Kampagnenmanagement-Software.....	57
2.4.3.2	Computer Telephony Integration.....	58
2.4.3.3	Automatic Call Distribution.....	60
2.4.3.4	Interactive-Voice-Response.....	60
2.4.3.5	Dialer.....	61
2.4.3.6	Sprachaufzeichnung.....	61
2.5	DER COLLABORATIVE BROWSING BEGRIFF (CO-BROWSING).....	62
2.5.1	Definitorische Grundlagen.....	64
2.5.2	Erweiterte Definition des Co-Browsing-Begriffs.....	64
2.5.2.1	Co-Browsing als Medium.....	66
2.5.2.2	Co-Browsing als Technologie.....	66
2.5.3	Einordnung des Co-Browsing.....	67
2.6	ZUSAMMENFASSUNG DER ANALYSE.....	67
3	Co-Browsing und Teleweb für internetbasierte Service- und Supportprozesse69	
3.1	ANFORDERUNGEN AN DAS CO-BROWSING.....	69
3.1.1	Identifikation der Einflussfaktoren der Kundenanforderungen.....	70
3.1.2	Kommunikationsunterstützung.....	72
3.1.2.1	Text Chat.....	73
3.1.2.2	Telepointer.....	73
3.1.2.3	Videoübertragung.....	74
3.1.2.4	Audioübertragung.....	74
3.1.3	Koordinationsunterstützung.....	75
3.1.4	Kooperationsunterstützung.....	77
3.1.5	Gruppenwahrnehmungsunterstützung.....	79
3.1.6	Technische Anforderungen an Co-Browsing-Systeme.....	81
3.2	CO-BROWSING-TECHNOLOGIE.....	82
3.2.1	Verteilungsarchitekturen.....	82
3.2.1.1	Zentralisierte Verteilungsarchitektur.....	83
3.2.1.2	Vollständig replizierte Verteilungsarchitektur.....	84

3.2.1.3 Semi-replizierte Hybrid-Architekturen	85
3.2.2 Architekturmodelle	85
3.2.2.1 Client-Server-Architektur	86
3.2.2.2 Peer-to-Peer-Architektur	87
3.2.2.3 Push- und Event-Architekturen	88
3.3 AUFBAU UND ABLAUF DES CO-BROWSING	89
3.3.1 Initiierungsphase	90
3.3.1.1 Kontaktaufnahme	90
3.3.1.2 Festlegen der Sitzungsparameter	91
3.3.1.2.1 Ad-hoc-Co-Browsing-Sitzung	91
3.3.1.2.2 Geplante Co-Browsing-Sitzung	92
3.3.1.3 Starten der Co-Browsing Sitzung	92
3.3.2 Sitzungsphase	92
3.3.3 Nachbereitungsphase	93
3.4 AUFBAU UND ABLAUF DES MEHRKANALSUPPORTS IM CALL CENTER	93
3.4.1 Mehrkanalkommunikation	93
3.4.2 Der Web-Callback-Prozess im Call Center	94
3.4.2.1 Serviceanfrage	97
3.4.2.2 Kunden kontaktieren	97
3.4.2.3 Gespräch vermitteln	100
3.4.2.4 Gespräch führen	100
3.4.2.5 Gespräch nachbereiten	101
3.5 TELEWEB FÜR DIE PARALLELE KOMMUNIKATION IN CALL CENTERN	101
3.5.1 Anforderungen an ein Teleweb-System	103
3.5.1.1 Anwenderanforderungen	104
3.5.1.1.1 Nachfrager	104
3.5.1.1.2 Agent	105
3.5.1.1.3 Call Center Management	105
3.5.1.1.4 IT-Administratoren	106
3.5.1.2 Funktionale Anforderungen	106
3.5.2 Teleweb-Merkmale	107
3.6 MODELLIERUNG DES TELEWEB-PROZESSABLAUFES	109
3.6.1 Initiierung des Teleweb	111
3.6.1.1 Initiierung über das Web	111
3.6.1.2 Initiierung über das Telefon	116
3.6.1.3 Initiierung per E-Mail	116

3.6.2	Leistungsphase	117
3.6.3	Nachbereitung	118
3.7	ZUSAMMENFASSUNG	118
4	Co-Browsing Integration in internetbasierte Service- und Supportprozesse ..	121
4.1	TECHNISCHE INTEGRATIONSANFORDERUNGEN FÜR TELEWEB	121
4.1.1	Funktionsseitige Anforderungen	122
4.1.1.1	Initiiere Teleweb-Sitzung	122
4.1.1.2	Unterstützte Leistungserbringung der Teleweb-Sitzung	123
4.1.1.3	Ende der Teleweb-Sitzung	123
4.1.2	Datenseitige Anforderungen	123
4.1.2.1	Daten des Teleweb-Client	124
4.1.2.2	Daten des Teleweb-Servers	125
4.1.3	Zustandsmodell	125
4.1.4	Benutzerschnittstelle	127
4.1.5	Co-Browsing-Lösungskonzept für den Teleweb-Einsatz	128
4.1.6	Anforderungsprüfung	134
4.2	INTEGRATION VON CO-BROWSING UND TELEFONIE IM CALL CENTER ...	135
4.2.1	Entwicklungsschritte IT- und TK-Infrastruktur im Call Center	135
4.2.1.1	Private Branch Exchange	136
4.2.1.2	Automated Call Distribution	136
4.2.1.3	Hybrid-Server	136
4.2.1.4	Computer Telephony Integration	137
4.2.1.5	Dienste-Integration	137
4.2.2	Bestehende Infrastruktur	137
4.2.2.1	Telekommunikationssysteme	137
4.2.2.2	Middlewaresysteme	138
4.2.2.3	Anwendungs-Systeme	138
4.2.3	Architektur des integrierten Teleweb-Systems	138
4.2.3.1	CTI-Wrapper	140
4.2.3.2	Zustandsmodell	140
4.2.3.3	Teleweb-Prozesslogik	141
4.2.4	Schnittstellenbeschreibung	141
4.2.4.1	Teleweb-Client Application Programming Interface	141
4.2.4.2	Teleweb-User Application Programming Interface	142
4.2.4.3	CTI Application Programming Interface	143
4.3	SICHERHEIT UND DATENSCHUTZ	143

4.4	NUTZENBETRACHTUNG VON TELEWEB.....	145
4.4.1	Mittelbarer und unmittelbarer Einfluss.....	147
4.4.2	Bewertung der Web-Callback- und Teleweb-Systeme.....	148
4.4.2.1	Nutzenvergleich.....	149
4.4.2.2	Ergebnisse des Bewertungsvorgangs	154
4.4.3	Nutzen des Telewebs in verschiedenen Anwendungsfeldern.....	155
4.4.3.1	Electronic Marketing	155
4.4.3.2	Electronic Learning	156
4.4.3.3	Electronic Commerce	156
4.4.3.4	Electronic Support	156
4.5	EINBLICK ITCAMPUS KOMMUNIKATIONSPRODUKTE	157
5	Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick.....	163
5.1	GEGENSTAND	163
5.2	MEHRKANALSUPPORT.....	163
5.3	UMSETZUNG.....	164
5.4	NUTZEN	166
5.5	WISSENSCHAFTLICHER BEITRAG UND AUSBLICK.....	167
	Quellenverzeichnis	171
	Anhang A.....	XXIII
	Anhang B.....	XXIV
	Anhang C.....	XXV
	Anhang D.....	XXIX
	Anhang E.....	XXXVII
	Anhang F	XL
	Anhang G.....	XLI
	Anhang H.....	XLIV