



Die gesamte Prozesskette im Blick:

# WAS IHRE CONTACT CENTER-LÖSUNG JETZT KÖNNEN MUSS

„Wir suchen eine Automatic Call Distribution (ACD), die sich nicht nur auf einzelne Tasks fokussiert, sondern alle Prozesse im Kundendialog kanal- und abteilungsübergreifend zusammenführt und vernetzt“ – das ist der Ansatz, mit dem heute Contact Center-Lösungen ausgewählt werden. Dieser ganzheitliche Blick ermöglicht ein effizienteres Arbeiten und erhöht gleichzeitig die Servicequalität. Die Eventrouting-Plattform digicom von dtms zeigt, was State of the Art ist und warum für eine langfristige Investitionssicherheit die nahtlose Integration künstlicher Intelligenz (KI) erforderlich ist.

## 1. Die Pflicht: Omni-Channel als gelebte Realität.

Es gehört inzwischen zum Standardrepertoire im Contact Center, für den Kundendialog eine Vielzahl von Kanälen vom Telefon über E-Mail, WhatsApp und SMS bis zu Chats und Social Media parallel vorzuhalten. Diese einzelnen Kanäle bauen meist auf einer eigenen technischen Infrastruktur auf. Das Problem: wenn zum Beispiel eine Konversation, die im Chat begonnen und per E-Mail weitergeführt wurde, schließlich durch einen Outbound-Call erfolgreich abgeschlossen werden soll, entsteht kein einheitlicher Kommunikationsfaden. Stattdessen muss das Mosaik aus verschiedenen Datensätzen erst zeitaufwendig zu einem vollständigen Bild zusammengesetzt werden.

Ein zeitgemäßes Routing sollte dagegen immer systemübergreifend arbeiten. Es verbindet die verschiedenen Kanäle unter einer gemeinsamen Oberfläche, kann mit klar definierten Lese- und Schreibrechten auf CMS- und CRM-Systeme zugreifen und ermöglicht damit einen nahtlosen Workflow über Prozesse und Abteilungen hinweg. Das bedeutet übrigens keineswegs, dass die bereits bestehenden Einzelsysteme ersetzt werden müssen: Die Eventrouting-Plattform digicom von dtms dockt über klar definierte Schnittstellen an die vorhandenen Lösungen an, führt die Daten zusammen und macht diese für jeden autorisierten Mitarbeiter und für die KI-Assistenten zugänglich.

## 2. Der Trend: Intelligenter Self Service durch Bots und andere digitale Helfer.

Bis zu 80 Prozent aller Kontaktaufnahmen im Kundenservice sind Standardanfragen, die sich durch den Blick in eine FAQ-Liste oder das Nachschlagen in einer Datenbank beantworten lassen. FAQ-Bots auf der Unternehmens- oder Shop-Website können viele dieser zeitraubenden Routineaufgaben überflüssig machen. Dabei sorgen Methoden des Machine Learnings für eine völlig neue User Experience: Die Bots erkennen selbst unpräzise Angaben oder abweichende Schreibweisen und führen den Nutzer

zuverlässig ans Ziel. Parallel dazu können intelligente E-Mail-Assistenten die eingehenden Mails kategorisieren, Prioritäten für die Service-Mitarbeiter verteilen und die Nachrichten im passenden Postfach ablegen. Und für eine spontane Kontaktaufnahme im 24/7-Takt sind Chat-Bots prädestiniert. Sie beantworten einfache Fragen selbst und leiten komplexere Aufgaben nach detailliert definierbaren Kriterien an Service-Mitarbeiter weiter.

Der Schlüssel zum erfolgreichen Einsatz all dieser Bots besteht darin, dass sie eine hybride Zusammenarbeit zwischen Mensch und Technik erlauben. So kann zum Beispiel der KI-Chat-Assistent von digicom ai den Chat zwischen Kunde und Service-Mitarbeiter live mitlesen. Er erledigt die Recherche im Hintergrund, generiert für den Mitarbeiter konkrete Antwortvorschläge und gibt ergänzende Hinweise, wobei er sogar komplexe Strukturen wie etwa die Kompatibilität von möglichen Zusatzleistungen mit dem bereits vom Kunden genutzten Produkt berücksichtigt kann.

### 3. Der Aha-Effekt: Voice-Integration wird selbstverständlich.

Im Smartphone haben wir heute unseren persönlichen Assistenten mit intelligenter Sprachsteuerung immer dabei. Dadurch hat

„Wir werden von unseren Kunden oft gefragt, ob und wie sie in das Zukunftsthema KI einsteigen sollen. Aus unserer mehr als 20-jährigen Erfahrung bei der Entwicklung von ACD-Lösungen wissen wir, dass in den meisten Unternehmen bereits leistungsfähige Systeme im Einsatz sind. Mit digicom und digicom ai haben wir deshalb eine Plattform geschaffen, die auf der Basis modernster Schnittstellentechnik die bereits bestehenden Insellösungen zu einem integrierten System verbindet und damit alle Voraussetzungen für die Einbindung von KI-Assistenten eröffnet. So wird aus vielen Einzelteilen ein intelligent interagierendes Gesamtsystem, das jederzeit offen für weitere Innovationen ist und damit höchste Investitionssicherheit bietet.“

**Thomas Lang**

sich die generelle Akzeptanz von Sprachportalen deutlich erhöht. Der qualitative Sprung durch den Einsatz einer KI ist hier enorm: Wo herkömmliche IVR-Portale die Kunden oft mit starren Textbausteinen und endlosen Multiple-Choice-Abfragen frustrierten, ist nun eine flexible Steuerung auf Basis natürlicher Sprache möglich. So navigiert der Anrufer in einem flüssigen Dialog selbstständig zu seinem Ziel.

Da die Voice-Nachrichten in Echtzeit in Text transkribiert werden, können sie ebenso wie E-Mails oder textbasierte Chats lückenlos in der Historie des Gesamtvorgangs archiviert werden. Durch diese konsequente Automatisierung werden Service-Mitarbeiter von zeitaufwendigen Aufzeichnungs- und Dokumentationspflichten entbunden. So bleibt die Aufmerksamkeit im Kundengespräch immer auf das Wesentliche gerichtet, was gerade bei komplexen Anfragen wichtig ist. Die Abläufe werden verschlankt und dennoch geht keine Facette des kanalübergreifenden Dialogs verloren – der scheinbare Widerspruch zwischen Effizienz und Qualität wird damit überwunden.

### 4. Der Qualitätssprung: Quality-Management integriert statt nur ergänzt.

Durch eine vollständige Systemintegration werden drüber hinaus auch alle relevanten Metadaten auf einen Blick verfügbar – etwa die Zeit, die vom Erstkontakt bis zur Beantwortung einer Frage vergeht, oder die Auflistung der an diesem Prozess beteiligten Abteilungen und Mitarbeiter. So machen es integrierte Lösungen möglich, die eigene Servicequalität auszuwerten, ohne dafür zusätzliche Tools einzukaufen und aufwendig anzupassen.

Fortgeschrittene KI-Lösungen ermöglichen zusätzlich das umfangreiche qualitative Monitoring bis hin zur Sentiment Analyse, bei der die Stimmung des Gesprächspartners ausgewertet wird. In den textbasierten Formaten werden hierbei bestimmte Formulierungen erkannt, die auf eine Unzufriedenheit des Anrufenden hinweisen. Oder bestimmte Wörter und Wortgruppen deuten zum Beispiel darauf hin, dass der Kunde durch eine Promotion-Aktion aktiviert wur-

de. So können diese Nachrichten automatisch kategorisiert und priorisiert werden. Im Sprachdialog lassen sich Gefühlsregungen des Gesprächspartners zudem per Speech Analysis erkennen: Reagiert der Anrufer gereizt oder gelassen, ungeduldig oder verständnisvoll? Auch diese emotionalen Sprachfärbungen lassen sich zur Priorisierung des Vorgangs nutzen.

### 5. Mehr als die Summe aller Teile: Der Kundendialog als Innovationsmotor.

Kundenresponse – ob positiv, rein sachorientiert oder kritisch – ist kein „Störfall“, sondern ein zentraler Baustein, der Unternehmen dabei hilft, konkrete Optimierungsmöglichkeiten zu erkennen. Die Umsetzung dieser einfachen und weitgehend unbestrittenen Erkenntnis scheitert in der Praxis allerdings oft daran, dass es an geeigneten Instrumenten fehlt, um die Rückmeldungen systematisch zu erfassen, auszuwerten und daraus klare Schlussfolgerungen zu ziehen. Polemisch gesagt: Big Data schlummert auf den Festplatten im Serverraum, weil sich die vielen Bits und Bytes nicht zu einem Ganzen verbinden lassen.

Erst eine systemübergreifende Plattform wie digicom bildet die Grundlage, um aus diesen „toten“ Daten wertschöpfende Informationen zu generieren. Darauf aufbauend eröffnen KI-Lösungen völlig neue Möglichkeiten für eine höhere Effizienz im direkten Kundenkontakt. Darüber hinaus erlauben sie es aber auch, die auf allen Stufen der Prozesskette entstehenden Datenmengen auszuwerten und daraus Erkenntnisse für Serviceverbesserung, Workflowoptimierung und Produktentwicklung zu gewinnen, um die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens langfristig sicherzustellen. Future is now!

**dtms digicom**



Thomas Lang ist CEO der dtms GmbH.