

# MEHR CUSTOMER EXPERIENCE ZU GERINGEREN KOSTEN

**Die Frage, die sich viele Unternehmen stellen, lautet:  
„Wie kann ein Unternehmen seine Kunden mittels neuen digitalen  
Kanälen begeistern und dabei gleichzeitig effizienter werden?“**

Das internationale Beratungsunternehmen PIDAS arbeitet seit Jahren an Softwarelösungen für den Kundenservice und setzt dabei den Fokus klar auf Customer Experience und Service Automation. Mit der Software Suite „trueAct“ ist PIDAS dabei seit Jahren führend. Namhafte Unternehmen aus dem DACH-Raum setzen auf diese innovative und flexible Technologie-Plattform. Im Sommer 2017 hat das Unternehmen die neueste Generation der Lösung vorgestellt. Sie besteht wie bis anhin aus einem umfassenden Customer Service Management (CSM) sowie einer leistungsstarken Business Intelligence (BI) Lösung und neu zusätzlich aus dem intelligenten trueAct Robot. Die engagierten Entwickler aus Österreich und der Schweiz sind überzeugt, dass mit dieser Erweiterung ein wichtiger Meilenstein gesetzt wurde.

## Conversation Management und Natural Language Processing (NLP)

trueAct Robot ermöglicht wie ein virtueller Mitarbeiter die maximale Automatisierung im Kundenservice durch den Einsatz von Workflow und Conversation Management sowie

künstlicher Intelligenz (KI bzw. AI). Insbesondere setzt PIDAS hierbei auf den Einsatz von Machine Learning und Natural Language Processing (NLP). Damit lassen sich alle textbasierten Kundenanliegen – strukturiert oder unstrukturiert – bezüglich Sprache, Inhalt und Emotionen sofort analysieren. Anders als bei einer Erkennung basierend auf Stichworten, die Erkennungsraten von bis zu 50 % erzielen, kann NLP auf Basis von Machine Learning eine Trefferrate von mehr als 90 % erreichen. Das heißt, dass der Aufwand für die Verteilung der Kundenanliegen im Contact Center praktisch entfällt. Damit lässt sich ein großes Einsparungspotenzial realisieren und die Wartezeit für den Kunden wird gleichzeitig massiv reduziert. Natürlich können Kundenanliegen auch vollautomatisiert beantwortet werden. Dies ist vor allem bei häufig wiederkehrenden Anfragen sinnvoll. Bei komplexeren Anliegen kann das System dem Mitarbeiter Antwortvorschläge unterbreiten oder passende Textelemente zusammenstellen. Neben NLP können weitere Bausteine – auch von Dritten – als Plug-in an den Roboter angebunden werden. Damit ist es für ein Unternehmen beispielsweise möglich, parallel unterschiedliche Chat-

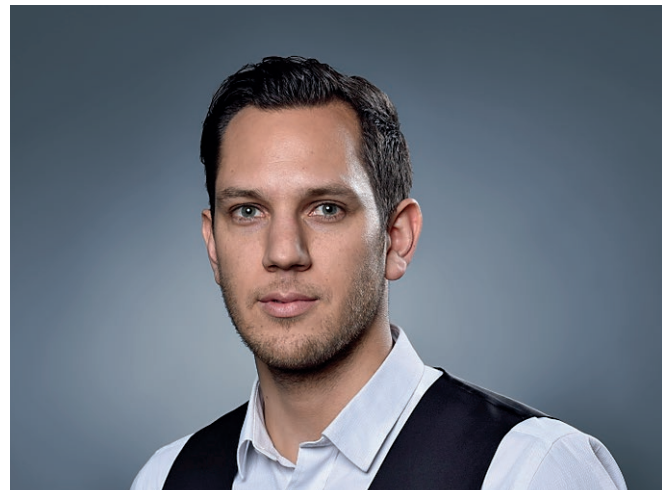
52

● INTRE PERFORM



**MAG. ALEXANDER STOIK**

Consulting Leader Austria, PIDAS  
Ansprechpartner Österreich, [alexander.stoik@pidas.com](mailto:alexander.stoik@pidas.com)



**JULIAN JOBSTREIBIZER**

Solution Sales Manager, PIDAS  
Ansprechpartner Schweiz & Deutschland, [julian.jobstreibizer@pidas.com](mailto:julian.jobstreibizer@pidas.com)

Lösungen einzusetzen und über den Roboter intelligent zu steuern. So kann der Vertrieb beispielsweise den Chatbot von IBM Watson einsetzen, eine weitere Abteilung einen Live-Chat betreiben und der Kundenservice wiederum eine völlig andere Engine verwenden. Durch die Anbindung an den Roboter von trueAct bleibt die ganzheitliche Rundum-Sicht auf den Kunden jederzeit erhalten.

### Best Practice – Internet of Things (IoT)

Für einen führenden Schweizer Immobiliendienstleister werden neben den klassischen Kanälen (Brief, E-Mail, Call) und einem Chatbot zukünftig auch „Dinge“ in den Service-Prozess integriert. Mit dem Internet of Things (IoT) Plug-in von trueAct lässt sich dies sehr schnell realisieren. Das Customer Service Management (CSM) von trueAct übernimmt damit die Drehscheibenfunktion im Service-Prozess. Alle Kundenanliegen werden in Form von Tickets angezeigt. Auf Basis von Service-Levels kann die zeitgerechte Bearbeitung überwacht und somit ein Kundenversprechen – beispielsweise die Beantwortung innerhalb von zwei Stunden – auch eingehalten werden. Das CSM kann über Standard-APIs oder Deeplinks an Drittsysteme wie ACD, CRM oder ERP einfach angebunden werden. ACD-Lösungen wie Voxtron, Vocalcom, Collab, Genesys, Cisco etc. können sogar in einem gemeinsamen Workspace angezeigt werden. Damit erhöht sich die Usability für die Mitarbeiter im Kundenservice. Die lückenlose Erfassung aller Aktivitäten im Customer Service Management (CSM) ermöglicht ein tiefgreifendes Reporting und liefert wiederum wichtige Informationen

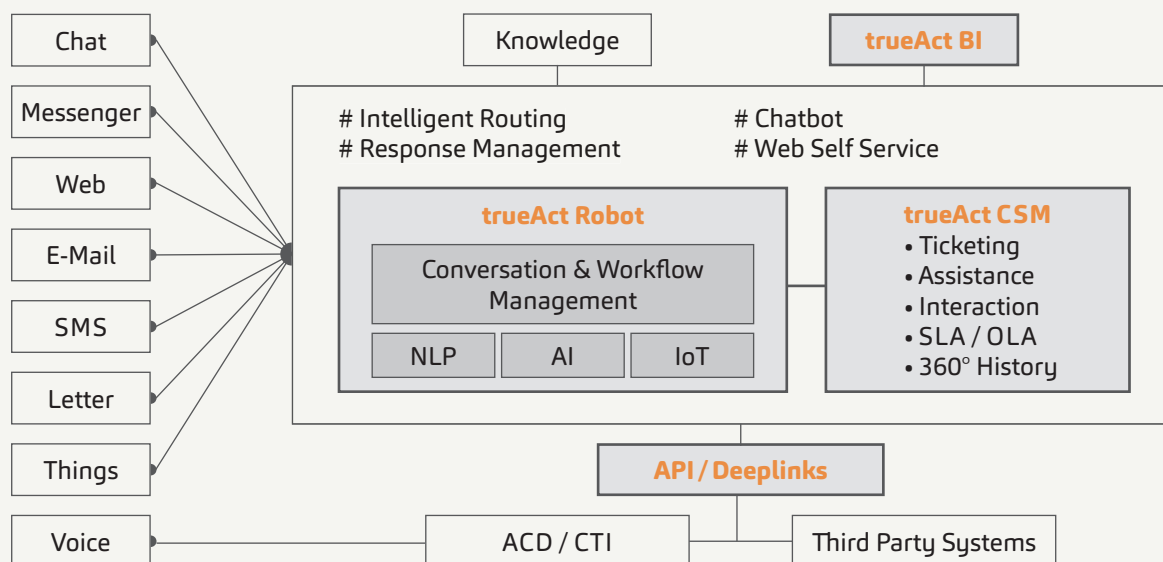
**Unternehmen, die ihr Service-Modell mit dem richtigen Kundenfokus adaptieren und dabei neueste Technologien intelligent einsetzen, werden ausgezeichnete Kundenerlebnisse erbringen – „anytime and anywhere“ – und sich gleichzeitig signifikante Effizienzvorteile verschaffen. „Last but not least“ steigern sie damit kontinuierlich ihre Fan-Quote und sichern sich damit den Unternehmenserfolg.**

zum Kunden und seiner Kontakthistorie. Somit kann im Kundendialog eine bessere Customer Experience erzielt werden, da Service-Agenten sofort eine 360°-Sicht über den Kunden und seine Anliegen zur Verfügung haben. Mit trueAct BI können die in den Service-Organisationen anfallenden Daten in einem zugleich operativen und strategischen Management-Werkzeug genutzt werden. Es ist damit ein unverzichtbares Instrument zur Umsetzung von Service Excellence.

AUTOREN: ALEXANDER STOIK, JULIAN JOBSTREIBIZER

Mehr Informationen zu trueAct finden Sie auf [www.trueAct.com](http://www.trueAct.com)

## Digital Customer Care Plattform mit trueAct: mehr Customer Experience zu niedrigeren Kosten



Quelle: PIDAS