

Contact Center- Leitfaden für Käufer 2024

Technologie für die Kunden- und
Mitarbeitererfahrungen von morgen –
und die Trends, die ihren Einsatz
begünstigen



Die Zukunft der CX beginnt hier und jetzt

In den letzten Jahren haben viele Unternehmen erkannt, dass sie auf alles vorbereitet sein müssen. Unerwartete Ereignisse und Entwicklungen können jederzeit und in jeglicher Form eintreten und niemand weiß, wie lange sie anhalten. Mittlerweile sind Veränderungen zu einem ständigen Begleiter geworden.

Automatisierung, Unterstützung der Mitarbeiter, digitale Kanäle und ähnliche Funktionen haben dabei Schritt für Schritt zu Verbesserungen geführt. Doch auf lange Sicht geht es bei Innovationen um mehr als nur Automatisierung. Durch den rasanten technologischen Fortschritt werden neue Kapazitäten schnell vom Alleinstellungsmerkmal zur Norm. Welche Alleinstellungsmerkmale wird es in fünf oder zehn Jahren geben? Und werden Sie dann schnell und effektiv reagieren können?

Keine Sorge. Sie müssen nicht immer wieder bei Null anfangen. Beginnen Sie doch einfach da, wo Sie gerade stehen. Beginnen Sie hier und jetzt.

Dieser Leitfaden beschreibt konkrete Funktionen, mit denen Sie für Ihre Kunden, Ihre Mitarbeiter und Ihr Unternehmen den optimalen Mehrwert schaffen. Auf dieser Grundlage und mit dieser Flexibilität können Sie Kunden- und Mitarbeitererfahrungen gestalten, die Ihre langfristige Relevanz und Resilienz gewährleisten.

Aus Gesprächen mit Branchenexperten und den Ergebnissen unserer jüngsten Studien (insbesondere „Customer Experience Horizons“ und „Der Status der Customer Experience“) haben wir fünf wichtige Trends abgeleitet, die derzeit die Transformation der Kunden- und Mitarbeitererfahrung beschleunigen und sich in den kommenden Jahren fortsetzen werden.

1. Nutzen Sie jeden Touchpoint, um Daten zu erfassen und die Kundenfreundlichkeit zu verbessern.
2. Generieren Sie mit künstlicher Intelligenz (KI) informative Einblicke und gewinnen Sie ein besseres Bild Ihrer Kunden.
3. Kombinieren Sie KI-Technologien, um agiler zu werden.
4. Gestalten Sie das Contact Center als strategische Zentrale für datengestützten Erkenntnisgewinn.
5. Personalisieren Sie die Mitarbeitererfahrung mit intelligenten Tools.

Die Informationen in diesem E-Book werden Ihnen helfen, diese Trends zu meistern.

Fokus auf Benutzerfreundlichkeit für erfolgreiche Interaktionen

Die Vernetzung und Personalisierung der Kunden- und Mitarbeitererfahrung wird immer schwieriger und komplexer, gerade jetzt, da KI inzwischen in sämtliche Geschäftsbereiche vordringt. Die Herausforderung für viele Unternehmen besteht darin, dass sie häufig über isolierte, fragmentierte Systeme und Daten verfügen. Und mit rein lokalen IT-Systemen lassen sich Innovationen nur langsam, begrenzt und mühsam vorantreiben. Benutzerfreundlichkeit entsteht durch kontextbezogene, persönliche und schnelle Interaktionen.

Die Orchestrierung dieser Erfahrungen ist das Herzstück einer offenen Cloud-Plattform. Sie bietet Unternehmen Zugang zu den wichtigsten Funktionen für eine ganzheitliche Kunden- und Mitarbeitererfahrung im großen Maßstab. Sie umfasst die folgenden vier Bereiche:



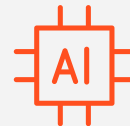
Cloud

Eine zentrale Plattform zur Vernetzung der Erfahrungen



Digital

All-in-One-Funktionen für Mitarbeiter und Kunden



KI

Integrationen für die umgehende Anwendung



Vertrauen und Sicherheit

Nachweisliche Ausfallsicherheit und globale Abdeckung

Dieser Leitfaden enthält einen Anhang mit wichtigen Fragen, die Sie als Buyer Serviceanbietern zu diesen vier Bereichen stellen können – und Sie erfahren, worauf Sie bei den Antworten achten sollten.

Die Cloud – eine zentrale Plattform mit endlosen Möglichkeiten

Jeder Touchpoint ist eine Chance. Sie können sie nutzen, wenn Sie verschiedene Datenquellen zusammenführen und sich in Echtzeit über alle wichtigen Geschäftsanwendungen hinweg einen vollständigen Überblick über den Kunden verschaffen.

Wenn Daten in mehreren Systemen gespeichert werden, ist es fast unmöglich, für jeden Kunden einen zentralen Überblick mit Echtzeitkontext zum Kontaktverlauf zu erhalten. Mit einer offenen Cloud-Plattform können Sie Milliarden von Interaktionen und Ihre gesamten Kunden- und Mitarbeiterdaten verwalten. Unabhängig davon, ob diese Daten innerhalb oder außerhalb Ihrer Cloud-Plattform generiert wurden – sie sind für Anwendungsfälle verfügbar und können die Kunden- und Mitarbeitererfahrung verbessern. Zum Beispiel können Sie damit einen einheitlichen Überblick zu jedem einzelnen Kunden erstellen, Ergebnisse vorhersagen oder vertrauliche Daten bearbeiten, bevor Ihre Mitarbeiter darauf zugreifen. Wenn Sie für alle Services (Weiterleitung, Planung, Prognosen ...) denselben Datensatz verwenden, erhalten Sie bessere Modelle und Workflows für maschinelles Lernen.

Außerdem können Sie mit einer Cloud-Plattform ganz einfach Daten in andere Systeme und Tools innerhalb Ihres IT-Umfelds (z. B. Ihr CRM, die Marketing-Systeme, Data Lakes usw.) exportieren. Und der vielleicht wichtigste Vorteil: Sie senken das Risiko von Sicherheits-, Datenschutz- und Compliance-Problemen, die beim Arbeiten mit mehreren Plattformen entstehen.





Zeitgemäße All-in-One-Architektur

Eine zentrale Plattform, die auf einem einzigen Code beruht, ermöglicht die Orchestrierung besserer Echtzeit-Benutzererfahrungen. Das nahtlose Zusammenspiel nativ integrierter Cloud-Funktionen sorgt auch bei äußerst dynamischen und anspruchsvollen Workloads für sofortige und nahezu unbegrenzte Skalierbarkeit. Eine offene Cloud-Plattform kann sich bei einem Ausfall ohne Serviceunterbrechung oder Datenverlust selbständig wiederherstellen.

Innovativer mit Geschwindigkeit und Skalierbarkeit

Die Flexibilität der Cloud fördert Innovationen, denn sie unterstützt eine breite Palette an Anwendungen und Services, die auf Ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten werden können. Updates mit neuen Funktionen sind in der Cloud wesentlich unkomplizierter. Daher können Sie schnell auf wechselnde Geschäftsanforderungen reagieren. Und der Einstieg ist jederzeit möglich. So können Sie beispielsweise Produktfunktionen aktivieren, wenn Ihre derzeit vorhandenen Systeme veralten bzw. neue Anforderungen oder Möglichkeiten entstehen. Außerdem erzielen Sie schneller Mehrwert, weil integrierte und automatisierte Services das Testen, die Bereitstellung und viele weitere Bereiche optimieren.

Globale Reichweite, lokale Präsenz

Die Speicherung von Kundendaten muss sicher und gesetzeskonform sein – unabhängig vom Ort der Geschäftstätigkeit. Achten Sie beim Vergleich der Plattformoptionen auf diese drei Aspekte:

- Ein **gemeinsam genutztes Sicherheitsmodell**, das die betriebliche Verantwortung Ihres Sicherheitsteams reduziert und einen höheren Sicherheitsstandard bietet, als ihn die meisten Unternehmen intern erreichen können.
- **Mehrere Schutz- und Kontrollebenen**, die für die Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit Ihrer Daten sorgen. Alle Kundendaten müssen verschlüsselt sein, sowohl während der Übertragung als auch im Ruhezustand.
- **Compliance-Zertifizierungen** und Bescheinigungen zeigen Ihnen, dass der betreffende Anbieter Sie auch in einem komplexen globalen Regelungsumfeld unterstützen kann.

Digital – Sprachservices, digitale und persönliche Interaktionen

Die zunehmende Akzeptanz digitaler Technologien durch die Verbraucher hat ein Gefühl der Dringlichkeit erzeugt, auf mehreren Kanälen Support anzubieten. Diese dringende Notwendigkeit ist aber nur der Beginn der eigentlichen Transformation. Ohne zusammenhängende, vernetzte Strategie haben Sie immer nur begrenzt Einblick in das Gesamtbild der Kunden- und Mitarbeiterinteraktionen sowie Ihrer Möglichkeiten, darauf Einfluss zu nehmen.

Digitale Strategie und Technologie sollten eine vernetzte und einheitliche Erfahrung schaffen, die digitale Interaktionen, Sprachkanäle und den Umgang mit Mitarbeitern im Kundensupport umfasst. Mit einer solchen Vernetzung können Sie Ihre Kontakte durch Personalisierung und Kontextdaten transformieren und optimieren.

Eine Komplettlösung mit all Ihren digitalen Funktionen, Bots und prädiktiver KI erleichtert Ihren Mitarbeitern die Interaktion mit Kunden und Kollegen über verschiedene digitale Kanäle. Die Cloud führt die Datenbereiche der einzelnen Kanäle zusammen und optimiert dadurch die Customer Journey. Jeder Kanal fügt sich nahtlos in eine Kontakthistorie ein, die Mitarbeiter und Kunden als zentralisiert und einheitlich erleben. Alle Kanäle, Tools und Informationen werden an einem Ort erfasst und vernetzt. So können Sie nicht nur das gesamte Contact Center unterstützen und verwalten, sondern auch die Kunden- und Mitarbeitererfahrung optimieren.





Erfahrungen vernetzen

Sie können mehr tun als nur Betriebsabläufe rationalisieren und Kosten senken. Durch die Vernetzung der Kunden- und Mitarbeitererfahrung erhalten Sie einen zentralen, konsolidierten Überblick über die Kontakte und Absichten Ihrer Kunden, die bei ihren Kontakten mit Bots, Mitarbeitern und Inhalten auf Ihren digitalen Kanälen erfasst werden. Mit diesem zentralen Überblick können Sie wirkungsvolle Entscheidungen treffen. Ihr Team sieht alles in einem einzigen Arbeitsbereich und erhält Einblicke in die aktuellen und früheren Kontakte mit einem Kunden, ohne selbst nach diesen Informationen suchen zu müssen. Und da alle Zugriff auf die Informationen haben, sind Ihre Kunden, Mitarbeiter und Bots immer auf demselben Stand.

Hinweise erkennen und Maßnahmen ergreifen

Wenn Sie alle verfügbaren Kundendaten nutzen, können Sie den Kontakt mit bestehenden oder potenziellen Kunden relevanter und konstruktiver gestalten. Bei Interaktionen mit Ihren Bots, Mitarbeitern und Inhalten hinterlassen Ihre Kunden Hinweise darauf, wer sie sind und was sie wollen. Durch eine kanalübergreifende Verknüpfung dieser Hinweise und Identitäten erhalten Ihre Mitarbeiter ein Gesamtbild des jeweiligen Kunden. Durch vorausschauendes Routing werden Kunden automatisch mit dem Mitarbeiter verbunden, der am besten geeignet ist, sie zu unterstützen. Auch vorausschauende Interaktionen sind möglich, die ein Angebot genau zum richtigen Zeitpunkt unterbreiten und so die Conversions und die Zufriedenheit steigern.

Customer Journeys kontinuierlich verbessern und optimieren

Mit vernetzten Daten und einer Echtzeit-Überwachung der Aktivitäten in allen Kanälen sehen Sie, was für Kunden wichtig ist, und erkennen Schwachstellen in der Customer Journey. Wenn Sie Ihre Ressourcen dort konzentrieren, können sie die größte Wirkung entfalten. Entscheidungen auf Grundlage dieser Daten zu treffen, ermöglicht Administratoren, Workflows schnell anzupassen, zielgerichtet zu handeln und KPIs durch Optimierung vorhandener Ressourcen für künftige Kundenerfahrungen zu verbessern.

Mitarbeitern zum Geschäftsabschluss verhelfen

Ihre Mitarbeiter wollen beruflichen Erfolg, aber auch ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeit und Privatleben. Diese Faktoren sind entscheidend, wenn Sie die Mitarbeiterfluktuation reduzieren möchten.

Durch den Einsatz von KI und Automatisierung für Ihre digitalen Interaktionen können Sie die Mitarbeiterbindung verbessern und dabei Ihre Produktivität steigern. Dies beinhaltet hochentwickelte Prognosen zur flexiblen Terminplanung, Arbeitsbeurteilungen und Feedback für Ihre Mitarbeiter.

Außerdem vereinfacht die Automatisierung die Entscheidungsprozesse und richtet sie auf die Unternehmensziele aus. Wenn Sie Ihren Teams die Tools geben, mit denen sie erfolgreich arbeiten können, entwickeln sie neue Kompetenzen, die ihrer Karriere langfristig zugutekommen.

KI

KI für schnellere Innovationen

KI verändert viele Branchen nicht zuletzt dadurch, dass Unternehmen verschiedene Funktionen in einer zentralen Cloud-Plattform nutzen können. Daten und Automatisierung eröffnen Unternehmen völlig neue Möglichkeiten, Produkte und Services zu entwickeln, Abläufe zu optimieren und die Erfahrung ihrer Kunden und Mitarbeiter zu verbessern.

Der Wert der KI liegt in der breiten Palette innovativer Funktionen, die sie unterstützt – zum Beispiel dialogorientierte KI-Services mit generativer KI für eine Automatisierung, die sich menschlich und persönlich anfühlt. Mit prädiktiver KI erhalten Unternehmen umfassendere Einblicke in die Kundenbedürfnisse, um personalisierte Angebote zu erstellen, sowie genaue Prognosen, um die Personalplanung zu verbessern. Und da KI die Implementierung und Wartung vereinfacht, verringern sich auch insgesamt die Kosten und die Komplexität.

Schneller Mehrwert dank KI: Mit integrierter und sofort einsatzbereiter KI sparen Sie die Kosten, die durch teure punktuelle Lösungen entstehen würden, und unterstützen Ihr gesamtes Team mit übersichtlichen Benutzeroberflächen.

Bessere Kundenbindung: Gehen Sie auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden ein und bieten Sie ihnen einen persönlichen Service, der Ihre Marke bei jeder Interaktion weiter stärkt.

KI-Unterstützung für Ihr Team: Automatisieren Sie mühsame Aufgaben mit Anrufzusammenfassung, Prognosen und Zeitplanung. Helfen Sie Mitarbeitern mit absichtsbasiertem Knowledge Surfacing dabei, die richtige Antwort zu geben.





Personalisierung im großen Maßstab

Eine moderne CX-Plattform mit eingebetteter prädiktiver KI kann nicht nur die Verhaltensmuster von Kunden erkennen, sondern auch Segmente und Ergebnisse vorhersagen. Diese Prognosen ermöglichen dann eine Automatisierung der Angebote und eine personalisierte Gesprächsführung.

Bei Self-Service-Interaktionen hört KI zu, versteht natürliche Sprache und handelt entsprechend. Durch diese Einblicke und die Vorhersage der Kundenwünsche durch die KI werden Kundenprobleme schneller gelöst. Die KI erkennt, ob ein menschlicher Eingriff erforderlich ist, und informiert den Mitarbeiter gegebenenfalls über die Vorgeschichte und die bisherigen Erkenntnisse.

Kundenorientierte Teams

KI-gestützte Lösungen für das Workforce Engagement Management unterstützen, motivieren und fördern Ihre Teams, egal wo sie arbeiten. Mit intelligenter Prozessautomatisierung und Echtzeitunterstützung erleichtern Sie Ihren Mitarbeitern die Interaktion mit den Kunden.

Die Prognosefähigkeit der KI ermöglicht es Managern, die Arbeitsbelastung intelligenter vorherzusagen und so die Work-Life-Balance zu optimieren, ohne die Servicequalität zu gefährden. Mithilfe von Sprach- und Textanalysen lässt sich der Entwicklungsbedarf ermitteln, um das Coaching individuell zu gestalten. Mit den Tools für spielerische Leistungsüberwachung und umfassenden Hintergrundinformationen zu den Kunden bleiben Ihre Teams immer am Ball.

Self-Service und Automatisierung mit KI

Intelligente Automatisierung sorgt für eine gezielte, datengestützte Anrufweiterleitung. Die Kunden werden anhand geschäftlich relevanter KPIs automatisch zu den richtigen Mitarbeitern durchgestellt. Die KI ermöglicht außerdem vorausschauendes Routing, das auf die Optimierung betrieblicher KPIs wie durchschnittliche Bearbeitungsdauer, Weiterverbindungsquote oder Vertriebs-KPIs abzielt. Dadurch können Maßnahmen in Echtzeit eingeleitet und Arbeitsabläufe vereinfacht werden. Auch auf prädiktive KI gestützte vorausschauende Interaktionen sind möglich. Hierbei werden die digitalen Interaktionen eines Kunden erfasst, um im richtigen Moment proaktiv Kontakt aufzunehmen. Beispielsweise können Gutscheine an Kunden ausgegeben werden, die in der letzten Zeit nichts mehr gekauft haben.

Ethische KI, die Ihr Unternehmen schützt

Datenschutz, Sicherheit, Unvoreingenommenheit und ethische KI sind auch in der Cloud möglich, wenn die Plattform auf zuverlässigen und vertrauenswürdigen ethischen Grundsätzen beruht. Das bedeutet strenge KI-Ethikrichtlinien, die Ihr Unternehmen durch den angemessenen Einsatz von KI, die Einhaltung von Best Practices bei der Datenverarbeitung und -sicherheit sowie den Abbau von Vorurteilen schützen.

Völlige Unvoreingenommenheit kann niemand erreichen. Doch mit modernen Tools können Sie das Diskriminierungspotenzial von KI-Anwendungen für die Kunden- und Mitarbeitererfahrung verstehen, im Blick behalten und eindämmen.

Vertrauen und Sicherheit

Vertrauen und Transparenz: Die Grundlage langfristiger Beziehungen

Bei der Implementierung von KI-Tools sollten die Daten und die Privatsphäre Ihrer Kunden Priorität haben. Nur wenn die Kunden Ihnen vertrauen, lassen sie sich von der Zuverlässigkeit, Treffsicherheit und ethischen Integrität Ihrer KI-Systeme überzeugen. Wenn Kunden von der Weitergabe ihrer Daten durch personalisierten Service profitieren, schafft dies Vertrauen und Loyalität. Dann wird es für sie unattraktiv, zu Marken zu wechseln, die ihre Daten nicht zu Personalisierungszwecken nutzen.

Solches Vertrauen entsteht durch Transparenz. Wenn Sie beispielsweise die Arbeitsweise der KI-Algorithmen erklären und allen Beteiligten verständlich machen, fördern Sie das Vertrauen in Ihre Entscheidungsfindung und die Ihrer Kunden. Diese Transparenz sollte Informationen über die Datenquellen, das Training der KI-Modelle und Analysen zu eventuellen systemimmanenten Vorurteilen umfassen. Auf diese Weise können Sie Bedenken zu Gleichbehandlungs- und Haftungsfragen direkt ansprechen und von vornherein ausräumen.

Bei einer transparenten Anwendung der Algorithmen kann Ihr Team die Auswirkungen auf Ihr Unternehmen verstehen und die Ergebnisse kontrollieren. Die Implementierung von ethischen KI-Praktiken, einer robusten Data Governance und umfassenden Rahmenwerken, die Sie verständlich erklären können, schafft nicht nur Vertrauen bei den Benutzern, sondern sorgt auch für eine breite Akzeptanz der KI-Technologien und ihren verantwortungsvollen Einsatz.





Vertrauenswürdigkeit

Sehen Sie sich an, welche Unternehmen die Plattform nutzen. Handelt es sich dabei um Marken, die Sie kennen und respektieren? Vielleicht haben sie in ihrer Branche einen guten Ruf oder sind weltweit bekannt. Es kommt vor allem auf sichere, zuverlässige Serviceangebote an.

Volle Transparenz

Verlangen Sie maximale Betriebszeit, unterstützt durch eine ambitionierte SLA mit einer bis zu hundertprozentigen Kreditgarantie. Die Kennzahlen zur Systemverfügbarkeit und den SLA-Bedingungen sollten vollständig transparent und öffentlich zugänglich sein – auch ohne Anmeldung. Wer eine Entscheidung treffen will, sollte vorher diese Informationen einholen.

Ausfallsicherheit

Bei einem Ausfall sollte sich eine Cloud-Plattform ohne Serviceunterbrechung oder Datenverlust eigenständig wiederherstellen können. Ein mögliches Unterscheidungsmerkmal ist die Aufteilung in mehrere geografische Verfügbarkeitszonen. Sie verringert das Risiko erheblich, dass sich ein einzelner Störfall auf den Service auswirkt. Auf diese Weise ist die regionale Ausfallsicherheit von Anfang an gegeben.

Vernetzter Service

Ihre Services sollten in den meisten entwickelten Ländern mit vielen global verteilten Regionen verfügbar sein. Wichtig ist, wie diese Regionen miteinander vernetzt sind. Architekturen mit optimaler Datenstruktur verkürzen zum Beispiel die Medienpfade, um die Latenz zu minimieren und die Servicequalität zu verbessern. Dies ermöglicht die regionale Speicherung von Anrufaufzeichnungen, um die Einhaltung der Datenresidenz zu gewährleisten.

Compliance

Die Compliance-Strategie Ihres Anbieters sollte sich an den branchenüblichen Best Practices, internationalen Standards und gegebenenfalls den Gesetzen des jeweiligen Landes orientieren. Überprüfen Sie alle Angaben zur globalen Zertifizierung.

Fazit

Die Konzentration auf die Kundenerfahrung als Hauptunterscheidungsmerkmal ist kurz- und langfristig der richtige Ansatz.

Doch Führungskräfte im Contact Center brauchen mehr als nur technische Funktionen. Erst das Potenzial der KI, gestützt auf die Cloud, ermöglicht die innovative Arbeitsweise von führenden Unternehmen.

Es geht nicht nur darum, durch Automatisierung Kosten zu senken. Diese Transformation bewirkt Loyalität durch kundenfreundliche Innovationen. Es ist möglich, in großem Maßstab einfühlsame, personalisierte Erfahrungen zu schaffen.

Wo auch immer die Gespräche mit Ihren Kunden beginnen oder enden – mit den umfassenden Multichannel-Optionen, den integrierten Funktionen für die Mitarbeitererfahrung, der sofort einsatzbereiten KI und der End-to-End-Optimierung von Genesys Cloud™ können Sie jeden einzelnen Schritt der Customer Journey koordinieren.

Sehen Sie selbst,
wie Genesys Cloud
Ihr Unternehmen
jetzt und in Zukunft
unterstützen kann.

Weitere Informationen
erhalten Sie hier.

Anhang

Wichtige Fragen, die Sie
Anbietern zu ihren Lösungen
stellen und worauf Sie in den
Antworten achten sollten



WICHTIGE FRAGEN	WICHTIGE ASPEKTE DER ANTWORTEN
Ist eine zentralisierte Verwaltung erforderlich?	• Die webbasierte Benutzeroberfläche ermöglicht die Verwaltung aller Komponenten, die als Module angezeigt werden. • Die Admin-Benutzeroberfläche beinhaltet Module wie Kontoeinstellungen, Verzeichnis, Weiterleitung, Dokumente u. a., für die Lizenzen vergeben werden können. • Es können Admin-Rollen und Berechtigungen für die Verwaltung bestimmter Teile der Lösung vergeben werden. • Flexibilität bei der Servicebereitstellung durch eine zentrale Benutzeroberfläche für die Verwaltung aller Bereiche des Contact Center: Warteschlangen, Mitarbeiter, Kampagnen, Kompetenzen, Telefone, Endpunkte und Telefonie.
Wie sieht es mit der Skalierbarkeit des Unternehmens aus, zum Beispiel On-Demand oder bei zukünftigem Wachstum?	• Es gibt eine unbegrenzte Skalierbarkeit über die gesamte Plattform hinweg. • Die Architektur ist aufgrund ihrer Größe und ihres hohen Entwicklungsgrads innerhalb von Amazon Web Services (AWS) angesiedelt. • Die Lösung kann mit einer nahezu unbegrenzten Anzahl an Benutzern und Ereignissen arbeiten und die Kapazität bei Bedarf im Handumdrehen erhöhen. Diese „Bursting“-Möglichkeit unterscheidet auch AWS-basierte Cloud-Services von anderen.
Welche Bereitstellungsmodelle bieten Sie an?	• Drei Modelle bieten maximale Flexibilität: Cloud-Bereitstellung mit Voice, BYOC (Bring Your Own Carrier) als Vor-Ort-Lösung mit Edge-Geräten und BYOC Cloud. • Durch die Allgegenwärtigkeit der Cloud profitieren Sie bei der Vernetzung Ihrer Kunden und Mitarbeiter von schneller Bereitstellung, unübertroffener Zuverlässigkeit und unbegrenzter Skalierbarkeit.
Geben Sie mir einen Überblick über die technische Architektur und ihre wichtigsten Komponenten.	• Die Lösung hat eine Microservices-Architektur. • Die Kernkomponenten sind in eigenständige, lose gekoppelte Services unterteilt, die in einer AWS-Infrastruktur bereitgestellt werden.

WICHTIGE FRAGEN

WICHTIGE ASPEKTE DER ANTWORTEN

Welche Dauer der Datenspeicherung und -aufbewahrung wird von der Lösung erwartet?

- Die Daten können über die gesamte Vertragslaufzeit auf der Plattform gespeichert werden.
- Reporting-Daten sind bis zu fünf Jahre lang live über die API und die Benutzeranwendungen verfügbar. Daten, die älter als fünf Jahre sind, werden archiviert.
- Achten Sie darauf, ob es eine Fair Use Policy für die Datenspeicherung, Tools zur Nachverfolgung der tatsächlichen Speichernutzung und Möglichkeiten zur Anpassung der Aufbewahrungsrichtlinie gibt.

Werden Wissensdatenbanken und andere Tools für die bedarfsorientierte und arbeitsbegleitende Schulung von Mitarbeitern unterstützt?

- Die Lösung unterstützt eine Dokumentenbibliothek für den Medienspeicher einzelner Personen, eines Teams oder des gesamten Contact Center (entweder eine personalisierte Ressourcenbibliothek oder ein Repository mit häufig gestellten Fragen).
- Die Lösung unterstützt eine kontextbezogene Online-Hilfe in den Links zu Benutzergruppen, Schulungsvideos und einem umfassenden Ressourcen-Center in der App.
- Vorhandene Wissensdatenbanken und webbasierte Anwendungen mit Zugriff auf Wissensressourcen werden direkt in die Benutzererfahrung integriert.
- Für benutzerdefinierte Integrationen in externe Wissensdatenbanken ist möglicherweise eine API oder eine von Partnern entwickelte Integration erforderlich.



WICHTIGE FRAGEN

WICHTIGE ASPEKTE DER ANTWORTEN

Welche Art von automatischer Anrufverteilung (ACD) und welchen Mitarbeiter-Workflow bzw. welche Weiterleitungsregeln an Mitarbeiter bieten Sie an?

- Die Architektur beruht auf einer einzigen Weiterleitungs-Engine für alle Kanäle: E-Mail, Sprachdienste, Web-Messaging, Chat, SMS und Direktnachrichten in sozialen Netzwerken (wie WhatsApp, Facebook, X und LINE).
- Nahtloses Warteschlangensystem und einfache bis komplexe Weiterleitung durch offenes Messaging.
- Dynamische Weiterleitung, personalisierte Behandlung und Popups mit umfassenden Hintergrundinformationen durch Abfrage von CRM-System- und anderen Daten. Von der grundlegenden Kundendemografie bis hin zu Upselling-Vorschlägen werden Mitarbeitern alle Daten dynamisch auf dem Desktop angeboten.
- Wenn die Customer Journey den Kanal wechselt, sieht der zuständige Mitarbeiter den gesamten Interaktionsverlauf in einem einzigen Fenster.
- Vorgesetzte und Mitarbeiter können die Leistungsdaten und Kennzahlen des Contact Center in dynamischen Echtzeitansichten, Dashboards und Berichten anzeigen.

Wie werden Anrufe behandelt und an Mitarbeiter weitergeleitet?

- Mitarbeiter können automatisch verteilte Anrufe (ACD) an andere Personen, Nummern oder Warteschlangen weiterleiten.
- Anrufe können direkt an die Zielperson (Kalttransfer) oder nach Rücksprache (Warmtransfer) weitergeleitet werden. Die Weiterleitung nach Rücksprache kann auf verschiedene Weise gesteuert werden. Vor der Weiterleitung ist ein Gespräch mit der gewünschten Zielperson möglich. Mitarbeiter können den Anruf auch halten, während sie auf derselben Benutzeroberfläche mit anderen Kunden interagieren oder andere für diesen Anruf relevante Aufgaben ausführen. Die Attribute des Anrufs bleiben auch bei der Übergabe an einen anderen Mitarbeiter erhalten.

Welche Dauer der Datenspeicherung und -aufbewahrung wird von der Lösung erwartet?

- Die Daten können über die gesamte Vertragslaufzeit auf der Plattform gespeichert werden.
- Reporting-Daten sind bis zu fünf Jahre lang live über die API und die Benutzeranwendungen verfügbar. Daten, die älter als fünf Jahre sind, werden archiviert.
- Für die Datenspeicherung gilt eine Fair Use Policy; die Tools verfolgen den tatsächlichen Speicherplatzbedarf; Sie können Ihre Aufbewahrungsrichtlinie anpassen.

WICHTIGE FRAGEN

WICHTIGE ASPEKTE DER ANTWORTEN

Beschreiben Sie die Integration von Backend-Hosts für CRM, Kernsysteme und Wissensdatenbank bzw. Agent Assist zur Mitarbeiterunterstützung.

- Die Funktionen werden über eine REST-API bereitgestellt, die CTI und Popups auf dem Mitarbeiterbildschirm ermöglicht. Sie ist vollständig softwarebasiert, ohne dass zusätzliche Server eingesetzt werden müssen.
- Sie ermöglichen den dynamischen Datenabruf aus externen Geschäftssystemen (z. B. CRM-Lösungen) zu Weiterleitungszwecken.
- Die native Kommunikation erfolgt über RESTful-Webservices.
- Auf einem Online-Marketplace sind Plugins, Komponenten und sogar ganze Anwendungsservices von Drittanbietern erhältlich.
- Mithilfe von Datenaktionen werden Informationen an REST-API-Systeme oder Middleware-Webservices gesendet, die dann an Drittanbietersysteme weitergegeben werden können, bei denen die Datenübertragung nicht nach dem REST-Prinzip erfolgt.

Werden Wissensdatenbanken und andere Tools für die bedarfsorientierte und arbeitsbegleitende Schulung von Mitarbeitern unterstützt?

- Die Lösung unterstützt Dokumentenbibliotheken für die Medienspeicher einzelner Personen, bestimmter Teams oder ganzer Contact Center. Dabei kann es sich um eine personalisierte Ressourcenbibliothek oder ein Repository mit häufig gestellten Fragen handeln.
- Auch eine kontextbezogene Online-Hilfe innerhalb der Benutzeroberfläche, Links zu Benutzergruppen, Schulungsvideos und ein umfassendes Ressourcen-Center in der App sollten unterstützt werden.
- Vorhandene Wissensdatenbanken und webbasierte Anwendungen mit Zugriff auf Wissensressourcen werden direkt in die Benutzererfahrung integriert.
- Für benutzerdefinierte Integrationen in externe Wissensdatenbanken ist möglicherweise eine API erforderlich oder es kann eine von Partnern entwickelte Integration verwendet werden.

Ist sicheres Co-Browsing möglich, sei es durch Mitarbeiter oder Kunden?

- Für Chat- und Sprachinteraktionen zuständige Mitarbeiter haben die Möglichkeit zum Co-Browsing. Mitarbeiter können vom Kunden eine Bildschirmfreigabe erbitten und über Anmerkungen und zielgerichtetes Aufrufen von Seiten mit der Websitzung des Kunden interagieren.
- Der Kunde muss die Anfrage des Mitarbeiters akzeptieren, bevor dieser die Kontrolle übernimmt. Wurde die Bildschirmkontrolle freigegeben, kann der Kunde die Aktivitäten des Mitarbeiters auf der Website verfolgen.

WICHTIGE FRAGEN

WICHTIGE ASPEKTE DER ANTWORTEN

Welche Chat-Anwendungen bieten Sie an?

- Webchat wird als Interaktionstyp behandelt. Die Lösung bearbeitet die Interaktion und weist sie einem verfügbaren Mitarbeiter zu, der die Auswahlkriterien erfüllt. Webchat-Sitzungen mit Live-Mitarbeitern können genauso wie jede andere Interaktion weitergeleitet werden.
- Für Webchat-Verbindungen ist eine Authentifizierung als zusätzliche Sicherheitsebene verfügbar. Administratoren können den Webchat so konfigurieren, dass nur eingehende Sitzungen von authentifizierten Benutzern akzeptiert werden.
- Wie bei allen Interaktionstypen werden Datenerfassung, Qualitätsmanagement, Prognose und Planung unterstützt.
- Wie andere Interaktionstypen auch verfügt der Webchat über standardmäßige Steuerungsmöglichkeiten für Verbindungsübergabe und -abbruch, Nachbearbeitungscodes und Notizen.
- Mitarbeiter können mithilfe von vorgefertigten Reaktionen und dynamischen Skripten schnelle und stimmige Antworten geben.
- Die Mitarbeiterauslastung kann so konfiguriert werden, dass die gleichzeitige Bearbeitung mehrerer Chats möglich ist.

Wie stark ist die Integration mit sozialen Netzwerken?

- Die Weiterleitung ist für eingehende Nachrichten mit Facebook Messenger, X Direct Message (ehemals Twitter), WhatsApp und LINE verfügbar.
- Die Messaging-Abläufe ermöglichen nicht nur die Integration mit CRM-Systemen, sondern auch die Berücksichtigung von Mitarbeiterkompetenzen und Nachrichteninhalten bei der Weiterleitung.
- Die Lösung behandelt mehrere Nachrichten als Teil derselben Unterhaltung und leitet sie mit dem gesamten Gesprächsverlauf an den zuständigen Mitarbeiter weiter.
- Messaging wird mit Qualitätsmanagement, Analysen, Echtzeit-Dashboards, Prognosen und Zeitplanung vollständig unterstützt. Auch vorgefertigte Antworten, Nachbearbeitungscodes, Skripte und Emojis sind verfügbar.
- Für Organisationen mit mehreren Accounts auf ein und derselben Messaging-Plattform können Sie die Weiterleitung für jeden Account separat konfigurieren. Bots können über Messaging-Kanäle mit den Kunden interagieren.

WICHTIGE FRAGEN

WICHTIGE ASPEKTE DER ANTWORTEN

Welche Möglichkeiten gibt es zur Entwicklung, Integration und Bereitstellung von Bots?

- Für Sprach- und digitale Bots gibt es verschiedene Optionen, z. B. den Einsatz von eigenen Bots, Bot-Chaining und nativen Bots.
- Auch die Integration und parallele Nutzung mehrerer Bot-Anbieter sollte ohne Weiteres möglich sein. Dies beinhaltet die Entwicklung oder Weiterverwendung eines Bots von Google Dialogflow, Amazon Lex oder Nuance Mix Dialog und seine problemlose Verknüpfung mit einem Sprach- oder Messaging-Flow.
- Sobald Sie einen Bot entwickelt haben, können Sie ihn für mehrere Kanäle bereitstellen, um kanalübergreifend einen einheitlichen, qualitativ hochwertigen Service zu bieten.
- Alle Abläufe der Sprachdialog- und Weiterleitungssysteme sind in eine Benutzeroberfläche integriert. Durch die Datenbankintegration können Sie im Sprachdialogsystem nicht nur Kunden identifizieren und verifizieren, sondern ihnen auch unkomplizierten Self-Service und hochpersonalisierte Interaktionen bieten.
- Die unkomplizierte Bereitstellung von Voice-Bots im Sprachdialogsystem verbessert die Erfolgsquote beim Self-Service und reduziert die Anzahl der Anrufumleitungen vom Sprachsystem an Live-Mitarbeiter. Wenn ein Kunde Probleme hat, kann er zuerst auf einen SMS-Kanal verschoben werden.

Wie funktioniert die Stimmungsanalyse und wie ist sie mit dem Kundenfeedback verknüpft?

- Die Stimmungsanalyse erfolgt anhand des Transkripts, das von jeder Interaktion erstellt wird. Dabei werden die einzelnen Aussagen eines Kunden als positiv, negativ oder neutral eingestuft, gemessen an der Ausdrucksweise während der Interaktion.
- Anhand der Intensität der in einer Aussage erkannten positiven oder negativen Stimmung wird ihr ein Stimmungswert zugewiesen.
- Administratoren und Manager von Contact Centern können zu Schulungszwecken Feedback zu bestimmten Aussagen geben, die mit einer positiven, negativen oder neutralen Stimmung konnotiert sind.
- In den Interaktionsdaten sehen Sie nicht nur, ob eine Umfrage versendet wurde und welchen Status sie hat (z. B. „Ausstehend“, „Versendet“, „In Bearbeitung“, „Abgelaufen“), sondern auch den Inhalt der Umfrage mit den Ergebnissen.

WICHTIGE FRAGEN

WICHTIGE ASPEKTE DER ANTWORTEN

Können Chatbot-Gespräche kontinuierlich verbessert und auf Grundlage der Kundenabsicht neu klassifiziert werden?

- KI-gestützte Modelle für natürliches Sprachverständnis (Natural Language Understanding, NLU) sollten anhand von Beispielen trainiert werden, um die Absichten von Kunden zu klassifizieren. Sie sollten die bereitgestellten Informationen so übersetzen können, dass Maschinen sie zur Durchführung von Aufgaben oder zur Weitergabe an menschliche Mitarbeiter nutzen können. Auf diese Weise können Kundenanfragen über mehrere Kanäle bearbeitet werden: Telefonie, Chat, SMS und Messaging (z. B. Facebook Messenger, WhatsApp).
- Eine überwachte Lernfunktion verbessert über die Zeit die Treffsicherheit des Bots und seines NLU-Modells, wenn Kunden mit dem Bot interagieren. Durch die Aktualisierung des Modells und das fortgesetzte Training wird die Absicht der Kunden korrekt klassifiziert.
- Wenn für eine Aussage nicht die richtige Absicht prognostiziert wurde, kann eine andere Absicht mit ihr verknüpft und das Modell entsprechend aktualisiert werden, um die Treffsicherheit zu erhöhen.

Unterstützt das SMS-System die Integration in gängige SMS-Systeme für Unternehmen und erfüllt es die Integrationsstandards?

- Der SMS-Kanal kann mehrere Broker verwenden, die Ihnen kurze und lange Codes anbieten. Die zuverlässige Nummernsuche und das sofortige Kaufen und Bereitstellen von Nummern ermöglichen die schnelle Einrichtung eines SMS-Systems.
- Globale Unternehmen sollten darauf achten, dass SMS-Nummern in mindestens 30 Ländern angeboten und ausgehende SMS-Nachrichten in mehr als 200 Ländern unterstützt werden.
- Die Messaging-Abläufe sollten die kompetenzbasierte Weiterleitung zu Mitarbeitern oder ITR-Bots (Interactive Text Response) anhand von Daten aus Ihrem CRM-System ermöglichen.
- Wie bei anderen Interaktionstypen auch gibt es bei SMS standardmäßige Steuerelemente für Blindtransfers und Verbindungsabbrüche, vorgefertigte Antworten, Nachbearbeitungscodes, Scripting-Funktionen und Notizen.
- Die Mitarbeiter sollten die vorherigen Interaktionen der letzten 72 Stunden abrufen können, um die Kontinuität der Unterhaltung zu gewährleisten. Messaging-Bots können mit Kunden per SMS kommunizieren und das Gespräch bei Bedarf mit dazugehörigen Kontextinformationen an menschliche Mitarbeiter übergeben.

WICHTIGE FRAGEN

WICHTIGE ASPEKTE DER ANTWORTEN

Welche Arten von Rich Media und Dokumenten können hochgeladen werden?

- Es sollten verschiedene Rich-Media-Funktionen für SMS und Messaging-Apps wie WhatsApp verfügbar sein.
- Messaging-Apps unterstützen die Übertragung von Inline-Bildern, Emojis und Dateien. Kunden können über SMS-Unterhaltungen auch MMS an einen Mitarbeiter senden.
- Kunden, die Web-Messaging verwenden, können eingehende Bilder per Kopieren und Einfügen an ihre Messaging-Unterhaltung anhängen. Auf diese Weise können sie Screenshots sofort anhängen, ohne sie auf dem lokalen Laufwerk zu speichern.

Wie werden Outbound-Kampagnen unterstützt?

- Outbound-Kampagnen wählen anhand vorgegebener Regeln Telefonnummern aus einer Personenliste, d. h. es werden Anrufe anhand von Informationen aus einer Kontaktliste getätigt.
- Solche Kampagnen steigern die Produktivität der Mitarbeiter, da Anrufbeantworter, Besetztzeichen und unbeantwortete Anrufe herausgefiltert werden. Über die Einstellungen für den Wahlmodus einer Kampagne können Administratoren dafür sorgen, dass nur von einer Person entgegengenommene Anrufe an Mitarbeiter durchgestellt werden.
- Jede Kampagne hat ein Skript für die Mitarbeitererfahrung. Wenn ein Bildschirm-Popup eingeblendet wird, füllt das Skript es – den festgelegten Definitionen entsprechend – mit Informationen zum Anruf, zum Kunden und zur Kampagne.
- Die Kontaktliste wird mit den Informationen aktualisiert, die Ihre Mitarbeiter erfassen oder ändern. Outbound-Anrufe sorgen für hohe Produktivität und Auslastung der Mitarbeiter.

Beschreiben Sie Ihre Lösung für Workforce Optimization (WFO). Ist es eine herkömmliche oder eine analyseorientierte Lösung (wie z. B. WEM)?

- Die Ressourcenverwaltung beim Workforce Engagement Management (WEM) vereinfacht die Prognostizierung von Interaktionen und die Zeitplanung für Mitarbeiter in Contact Centern mit mehreren Kanälen. So optimieren Sie die Mitarbeiterleistung und erreichen Ihre betrieblichen Ziele.
- Mit einer WEM-Lösung können Sie Geschäfts- und Managementbereiche konfigurieren und Ihre Mitarbeiter einteilen, Vorlagen für Serviceziele festlegen, Planungsgruppen für das Erreichen von Servicezielen erstellen, Arbeitspläne konfigurieren und vieles mehr.

WICHTIGE FRAGEN

WICHTIGE ASPEKTE DER ANTWORTEN

Welche Wählregeln und -strategien werden verwendet?

- Regelkategorien (vor dem Anruf oder nach dem Anruf) legen fest, ob Regelbedingungen vor dem Anruf oder nach dem Auflegen ausgewertet werden.
- Durch das Testen von Regelbedingungen wird ermittelt, ob eine Aktion ausgeführt werden soll. Bei diesen Bedingungen kann es sich um einen bei der Anrufanalyse ermittelten Wert, eine Spalte der Kontaktliste, eine Eigenschaft des Kontakts, die Telefonnummer, den Telefonnummertyp oder den Nachverfolgungscode handeln.
- Vor Beginn des Anrufs können Vorabaktionen eine Kennung und einen Namen für den Anrufer festlegen, das Wählen einer Nummer verhindern, im Vorschaumodus wählen oder den Wert in einer Kontaktspalte aktualisieren.

Wie wird die Mitarbeiterleistung gemessen?

- Tools zur Messung der Mitarbeiterleistung stellen Vorgesetzten und Managern von Contact Centern eine Echtzeitansicht relevanter Kennzahlen bereit. Die Kennzahlen für Mitarbeiter und Warteschlangen werden in Echtzeit angezeigt.
- Eine Übersicht fasst die Leistung sowie die aktuellen und früheren Kennzahlen und Daten zu Mitarbeitern zusammen. Wenn die Ansicht automatisch aktualisiert wird, ist auch eine Aktualisierung der Filter und ein Export der Daten in derselben Ansicht möglich.

Welche Prognose- und Zeitplanungsoptionen bietet Ihre Personalmanagementlösung?

WEM bietet drei Methoden zur Erstellung der benötigten Zeitpläne.

1. Zeitplan mit Prognosen: Diese Zeitpläne beruhen auf der prognostizierten Arbeitslast und ermitteln mithilfe der Planungs-Engine die beste Methode, die erwarteten Anforderungen zu erfüllen. Der Prozess bezieht dabei alle Beschränkungen ein, die sich aus den Arbeitsplänen und der Anzahl der eingeteilten Mitarbeiter ergeben.
2. Zeitplan ohne Prognose: Diese Zeitpläne erstellen einen leeren Zeitplan für das erwartete Schichtmuster, wenn keine Prognose verfügbar ist. Diese Methode verbessert den Planungsalgorithmus, indem die kürzeste, die mittlere, die längste oder eine gestaffelte Dauer für die ausgewählte Schichtlänge verwendet wird – und die früheste, die mittlere, die letzte oder eine gestaffelte Startzeit für flexible Schichten.
3. Leerer Zeitplan: In leeren Zeitplänen muss der Administrator selbst Mitarbeiter eintragen, Schichten erstellen und die Parameter konfigurieren.

WICHTIGE FRAGEN

WICHTIGE ASPEKTE DER ANTWORTEN

Gibt es bei der WFO Self-Service?

- Mitarbeiter können ihre Zeitpläne über das Mitarbeiter-Dashboard einsehen und Zeitpläne für bestimmte Wochen, Monate oder Jahre sowie Detailinformationen zu Benachrichtigungen bei Nichteinhaltung von Vorgaben anzeigen.
- Sie können Urlaubsanträge einreichen und verwalten, die genehmigten und ausstehenden Anträge sowie Benachrichtigungen zu Urlaubstagen anzeigen. Sie können nicht nur Schichtwechsel erstellen, bekanntgeben, annehmen und verwalten, sondern auch den Status der Schichtwechsel in Ihrem Posteingang anzeigen.
- Die Mitarbeiter können in einer mobilen App ihre Zeitpläne anzeigen, Urlaubsanträge einreichen oder anzeigen und Schichten zum Tausch anbieten. Sie können auch proaktiv voraussichtliche Verspätungen bei ihrer nächsten geplanten Aktivität melden.

Gibt es eine Integration zwischen dem Lern- und Schulungstool und dem WFM?

- Die zuständigen Vorgesetzten können Module erstellen, um Informationen und Schulungsinhalte direkt in den Posteingang ihrer Mitarbeiter zu übertragen.
- Administratoren können neuen Mitarbeitern mithilfe von Geschäftsregeln automatisch Module zuweisen, um das Onboarding effektiv und effizient zu gestalten und die Einarbeitung zu erleichtern.
- Manager können diese Kurse neuen Mitarbeitern zur Verfügung stellen, um sie beim Onboarding zu unterstützen und in die Verwendung des Systems einzuweisen.
- WEM-Administratoren können neue Module erstellen und Inhalte hinzufügen, die für ihr Unternehmen relevant sind. Und sie können mit nur wenigen Klicks Ereignisse zu vielen Zeitplänen gleichzeitig hinzufügen. Sie sollten auch die Möglichkeit haben, Lösungen von anderen Anbietern zu integrieren oder vorgefertigte Integrationen zu verwenden.

Beschreiben Sie die Sprach- und Textanalyse Ihres Systems.

- Sprach- und Textanalysen gewähren einen umfassenden Einblick in alle Kundengespräche und -interaktionen.
- Achten Sie bei Sprachinteraktionen auf automatisierte Transkriptionen durch eine native Engine. Sie sollte mithilfe von Deep-Learning-Techniken mit einem adaptiven Sprachmodell trainiert worden sein, das auf konfigurierten Phrasen beruht. Die Sprachübertragung erfolgt nahezu in Echtzeit und die vollständige Transkription eines Anrufs steht unmittelbar nach dessen Beendigung bereit. Akustische Analysen von Interaktionen erfassen auch die Bedeutung ansonsten unstrukturierter Daten.
- Bei allen Arten von Interaktionen sollte die Stimmungsanalyse auf dem beruhen, was die Kunden gesagt oder eingegeben haben. Sie profitieren von Leistungsverbesserungen, wie z. B. einer Verkürzung der durchschnittlichen Bearbeitungsdauer, einer höheren Erstlösungsrate, einer besseren Compliance und einem genaueren Verständnis der Anrufgründe.

KI-gestützt (kommunikativ und prädiktiv)



WICHTIGE FRAGEN

Wie kommt KI in Ihrer Umgebung und in Ihren Prozessen zum Einsatz?

WICHTIGE ASPEKTE DER ANTWORTEN

Die Lösung sollte KI in verschiedenen wichtigen Bereichen einsetzen, zum Beispiel:

- Die vorausschauende Interaktion nutzt fortschrittliche Contact-Center-KI, um online Interessenten und Kunden zu finden, zu gewinnen und zu binden, indem sie im richtigen Moment die richtigen Ressourcen und Handlungen bietet.
- Die Bot-Flows nutzen KI, um bessere Chat-Bots und Voice-Bots zu erstellen. Durch die Orchestrierung von nativen Bots und Bots von Drittanbietern entlang der Customer Journey können Sie außergewöhnliche Erlebnisse schaffen.
- Tools für das Mitarbeiterengagement analysieren die Performance der Mitarbeiter und ermitteln die spezifischen Fähigkeiten, Kenntnisse und Verhaltensweisen der leistungstärksten Mitarbeiter. Die Daten werden verwendet, um den richtigen Mitarbeiter für den jeweiligen Kunden und die jeweilige Situation auszuwählen.
- Vorausschauendes Routing erfolgt in Echtzeit. KI wird verwendet, um Kunden den Mitarbeitern zuzuordnen, die den Fall mit der größten Wahrscheinlichkeit zu ihrer Zufriedenheit bearbeiten. Dadurch verbessern sich wichtige Geschäftskennzahlen, wie z. B. die Bearbeitungszeit und die Transferrate.
- Mitarbeiterunterstützung reduziert die Zeit, die Mitarbeiter für die Suche nach Antworten aufwenden. Sie versorgt Live-Mitarbeiter bei Interaktionen mit proaktiv personalisierten Empfehlungen und einer kontextbezogenen Anleitung zu den besten nächsten Aktionen. Mitarbeiterunterstützung kann außerdem mithilfe generativer KI digitale Interaktionen und sprachbasierte Interaktionen zusammenführen.
- Native Sprach- und Textanalysen nutzen natürliche Spracherkennung, Transkription, Stimmungsanalyse und Themenerkennung, um wichtige Ereignisse zu identifizieren. Mithilfe dieser Erkenntnisse wird die Kundenfreundlichkeit verbessert.

Gibt es integrierte KI-gestützte Weiterleitungsfunktionen (mit maschinellem Lernen), die auf die Optimierung der Geschäftsergebnisse ausgerichtet sind?

- Das vorausschauende Routing funktioniert in Echtzeit, indem maschinelles Lernen Hunderte von Datenpunkten kontinuierlich analysiert, Datenmuster ermittelt, Ergebnisse vorhersagt und so die Kunden den Mitarbeitern zuweist, die wahrscheinlich die beste Customer Experience bieten, den Umsatz steigern und die Kennzahlen des Contact Center verbessern.

WICHTIGE FRAGEN

WICHTIGE ASPEKTE DER ANTWORTEN

Welche Omnichannel-Technologien mit KI werden unterstützt?

- Die Lösung sollte die Verwendung von mehreren Bots (oder virtuellen Agents) unterstützen, um Kunden mit verschiedenen Flows und Kanälen zu unterstützen. Über diese Bots kann die Plattform mit Kunden interagieren. Diese Bot-Gespräche werden Teil des Interaktionsverlaufs, der einen Kunden kanalübergreifend ständig begleitet.
- Die Kunden profitieren von schnellem und effektivem Support durch Bots und auch die Gespräche zwischen Kunden und Mitarbeitern werden besser. Die Agent-Assist-Funktionen geben den Mitarbeitern Informationen zur Absicht des Anrufers und unterstützen sie in jedem Moment eines Gesprächs, indem sie Maßnahmen vorschlagen oder Inhalte anbieten.

Gibt es Funktionen für virtuelle Agenten (Bot/KI), die intelligente Antworten automatisieren, ohne dass der Anrufer in die Warteschlange eines Mitarbeiters geschoben werden muss?

- Integrationen mit vielen virtuellen Assistenten, unter anderem mit Services, die aus Eingaben in natürlicher Sprache Absichten erkennen und Entitäten extrahieren. Hier kommen unter anderem Amazon Lex, Google Dialogflow, Botter, Aivo, Omilia, Lynn und IBM Watson in Frage.
- Eine offene Lösung, die über APIs erweitert werden kann und jeden Chatbot unterstützt.

Gibt es Lösungen für den Einsatz von KI, wenn über eine Weiterleitung zu entscheiden ist?

- Integrierte A/B-Tests sind eine wertvolle Funktion. Im Vergleichsmodus wird das vorausschauende Routing während des Testzeitraums für eine Stunde aktiviert und dann für eine Stunde deaktiviert.
- Die Ergebnisse können für eine bestimmte Warteschlange gemessen und danach gefiltert werden, ob die Lösung verwendet wurde oder nicht. So erhalten Sie einen Messwert für den Ziel-KPI bei Aktivierung und Deaktivierung. Dieser A/B-Test zeigt klar und deutlich den Nutzen auf, der erzielt wird, wenn die Lösung aktiviert ist – es handelt sich beide Male um dasselbe Leistungsangebot und dieselbe Mitarbeitergruppe.

Bietet die Lösung Berichte für die Erkennung der Kundenabsichten durch Bots?

- Administratoren und Manager im Contact Center können detaillierte Berichte und Zusammenfassungen zu den Leistungskennzahlen der Bots abrufen. Auf diese Weise erhalten sie einen Einblick, wie viele Einträge, Durchläufe, Zeiträume und Absichten die Lösung für Bots unterstützt.
- Entwickler können mit einer für Bots geeigneten Berichterstattungs-API Einblicke in die Betriebskennzahlen von unterstützten Bots erhalten. Für manche Bot-Flows enthält die API zusätzliche Statistiken mit Daten zu den Schlussfolgerungen der Bots.

Vertrauen und Transparenz (bewährt, zuverlässig, ausfallsicher)



WICHTIGE FRAGEN

WICHTIGE ASPEKTE DER ANTWORTEN

Wie gewährleistet die Lösung die Einhaltung professioneller Sicherheitsstandards?

- Ihr Anbieter sollte ein ISO-zertifiziertes Datensicherheitsprogramm ein- und durchgeführt haben, das den in den ISO-Standards formulierten, allgemein anerkannten Grundsätzen für Systemsicherheit entspricht. Dieses Programm schützt die Kundendaten nach Art und Umfang der erbrachten Services. Beispiele für Schutzfunktionen:
- Hochentwickelte Tools in der Cloud mit zentralisiertem SIEM korrelieren Ereignisse und Warnungen.
- Verschlüsselung aller Datenverbindungen zum Browser, zu Mobilgeräten und anderen Komponenten der Lösung – gesichert über HTTPS und TLS.
- Verschlüsselung im Ruhezustand, die den technologischen Branchenstandards entspricht, eine Kombination aus SSE und Objektverschlüsselung.
- Ermöglicht die Verschlüsselung des gesamten Voice-Datenverkehrs über SIP und VoIP.
- Möglichkeit zur Verschlüsselung aller Anrufaufzeichnungen, Faxe und Sofortnachrichten.
- Passwort-Hashing mit kryptografischen Methoden, die extrem widerstandsfähig gegen Rainbow-Table-Angriffe sind.
- Kompatibel mit AWS-Sicherheit und AWS-Zertifizierungen.

Scannen Sie die Lösung auf Netzwerk-Schwachstellen?

- Das Team Ihres Anbieters sollte ständig interne authentifizierte Schwachstellen-Scans für interne Services durchführen. Auch externe Scans durch ASV sind wichtig, um die PCI-Anforderungen zu erfüllen.

WICHTIGE FRAGEN

Ist die Architektur mit inhärenter Georedundanz konzipiert, wobei mindestens drei Rechenzentren mit Aktiv-Aktiv-Ausfallsicherheit konfiguriert sind?

WICHTIGE ASPEKTE DER ANTWORTEN

- Sie wird in mehreren AWS Availability Zones (AZs) bereitgestellt, wobei jede Zone so konzipiert ist, dass sie von Ausfällen an anderen Standorten isoliert wird. Jede AZ ist isoliert, aber die AZs in einer Region sind über Verbindungen mit geringer Latenz miteinander verbunden. Jede AZ ist auf Unabhängigkeit bei Ausfällen ausgelegt. Dies bedeutet, dass die AZs in einer typischen Metropolregion physisch voneinander getrennt sind und sich in einer Höhenlage mit relativ geringem Hochwasserrisiko befinden (die konkrete Kategorisierung der Hochwasserzonen ist je nach AWS-Region unterschiedlich).
- Zusätzlich zu einer eigenständigen unterbrechungsfreien Stromversorgung (USV) und Notstromgeneratoren vor Ort sind die Rechenzentren in verschiedenen AZs auf eine Stromversorgung über verschiedene Umspannwerke ausgelegt, um das Risiko zu verringern, dass ein Störfall im Stromnetz mehr als ein AZ beeinträchtigt. Jede AZ ist redundant mit mehreren Tier-1-Providern verbunden.

**Für weitere Informationen
wenden Sie sich bitte an:**



Simply Infinity GmbH
<https://simply-infinity.ch/>
info@simply-infinity.ch
+41 58 058 0909



Über Genesys

Genesys unterstützt über 7.500 Organisationen in über 100 Ländern dabei, die Kundenbindung und die Geschäftsergebnisse zu verbessern, indem wir die besten Erlebnisse für Kunden und Mitarbeiter schaffen. Genesys Cloud ist die führende KI-gestützte Plattform für die Orchestrierung von Kundenerlebnissen. Damit bietet Genesys Unternehmen jeder Größe die Zukunft der Kundenzufriedenheit, damit sie empathische, personalisierte Kundenerlebnisse in großem Umfang anbieten können. Als vertrauenswürdige All-in-One-Plattform, die in der Cloud entstanden ist, beschleunigt Genesys Cloud das Wachstum von Unternehmen, indem es ihnen ermöglicht, wird sich mit dem richtigen Kundenerlebnis zur richtigen Zeit von der Konkurrenz abzuheben und gleichzeitig das Engagement der Mitarbeiter, die Effizienz und die betrieblichen Abläufe zu verbessern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter **genesys.com/** oder telefonisch unter +49 (0)89 451 259 0.

Genesys und das Genesys-Logo sind eingetragene Marken von Genesys. Alle anderen Firmennamen und Logos sind unter Umständen Marken oder eingetragene Marken ihrer jeweiligen Inhaber.
© 2024 Genesys. Alle Rechte vorbehalten.