



Anbieter und Technologien im direkten Vergleich ganztägig an allen drei Messetagen.

Alle Themen, Teilnehmer
und Termine auf Seite 20

Vorträge: Montag, 2.3.2020 | Dienstag, 3.3.2020
Mittwoch, 4.3.2020

DIABOLOCOM • Halle 2, C6 Seite 22

Thema: Cloud Services für Contact Center

Zeiten: Montag: 12.30 - 13.20 Uhr | Dienstag: 15.20 - 16.10 Uhr
Mittwoch: 10.20 - 11.10 Uhr

FERRARI ELECTRONIC • Halle 3, C19 Seite 24

Thema: Multi- und Omnichannel-Lösungen im Kundendialog

Zeiten: Montag: 14.00 - 15.00 Uhr | Dienstag: 9.30 - 10.30 Uhr
Mittwoch: 11.50 - 12.50 Uhr

UNYMIRA • Halle 3, F4/G5 Seite 29

Thema: Selfservice im Kundenkontakt mit Bots & Co.

Zeiten: Montag: 15.50 - 16.50 Uhr | Dienstag: 11.20 - 12.20 Uhr
Mittwoch: 2020 13.40 - 14.40 Uhr

SIKOM • Halle 4, A10/B7 Seite 30

Thema: Multi- und Omnichannel-Lösungen im Kundendialog

Zeiten: Montag: 9.30 - 10.30 Uhr | Dienstag: 12.20 - 13.20 Uhr
Mittwoch: 14.40 - 15.40 Uhr

4COM • Halle 3, C8/D6 Seite 28

Thema: Multi- und Omnichannel-Lösungen im Kundendialog

Zeiten: Montag: 9.30 - 10.30 Uhr | Dienstag: 12.20 - 13.20 Uhr
Mittwoch: 14.40 - 15.40 Uhr

Thema: Workflow- und Prozessautomation
mit KI /intelligenten Systemen

Zeiten: Montag: 15.00 - 15.50 Uhr | Dienstag: 10.30 - 11.20 Uhr
Mittwoch: 12.50 - 13.40 Uhr

DTMS • Halle 4, G14/G16 Seite 23

Thema: Multi- und Omnichannel-Lösungen im Kundendialog

Zeiten: Montag: 9.30 - 10.30 Uhr | Dienstag: 12.20 - 13.20 Uhr
Mittwoch: 14.40 - 15.40 Uhr

Thema: Selfservice im Kundenkontakt mit Bots & Co.

Zeiten: Montag: 15.50 - 16.50 Uhr | Dienstag: 11.20 - 12.20 Uhr
Mittwoch: 13.40 - 14.40 Uhr

PARLAMIND • Halle 3, C8/D6 Seite 26

Thema: Selfservice im Kundenkontakt mit Bots & Co.

Zeiten: Montag: 15.50 - 16.50 Uhr | Dienstag: 11.20 - 12.20 Uhr
Mittwoch: 13.40 - 14.40 Uhr

SEMATELL • Halle 3, E12/F9 Seite 27

Thema: Multi- und Omnichannel-Lösungen im Kundendialog

Zeiten: Montag: 14.00 - 15.00 Uhr | Dienstag: 9.30 - 10.30 Uhr
Mittwoch: 11.50 - 12.50 Uhr

Thema: Responsemanagement-Lösungen
für E-Mail/SMS/Chat/Messenger

Zeiten: Montag: 13.20 - 14.00 Uhr | Dienstag: 16.10 - 16.50 Uhr
Mittwoch: 11.10 - 11.50 Uhr

NOVOMIND • Halle 2, D14 Seite 25

Thema: Multi- und Omnichannel-Lösungen im Kundendialog

Zeiten: Montag: 14.00 - 15.00 Uhr | Dienstag: 9.30 - 10.30 Uhr
Mittwoch: 11.50 - 12.50 Uhr

Thema: Responsemanagement-Lösungen
für E-Mail/SMS/Chat/Messenger

Zeiten: Montag: 13.20 - 14.00 Uhr | Dienstag: 16.10 - 16.50 Uhr
Mittwoch: 11.10 - 11.50 Uhr

In Kooperation mit:

diabolocom
Engaged for your Customer Experience

Ferrari
electronic

nymira USU

Sikom

4Com
Service. Productivity. Provider.

dtms digicom

parlamind

SEMATELL
INTELLIGENT ANSWERS

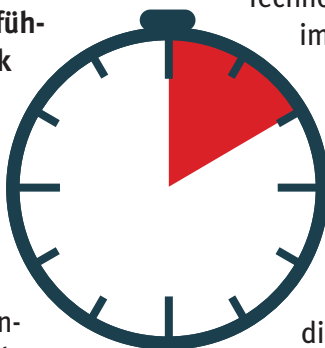
NOVOMIND

TeleTalk Demoforum 2020: HIER ERLEBEN SIE ANBIETER UND LÖSUNGEN IM DIREKTEN VERGLEICH!

DAS SIND DIE THEMEN-SLOTS:

An allen drei Messetagen präsentieren führende Technologie-Anbieter im TeleTalk Demoforum die innovativsten Lösungen und Anwendungen im Markt und zeigen den gewinnbringenden Einsatz im Unternehmen.

Hohe Informationsdichte und einen kompakten Überblick über Anbieter und Lösungen im **10-MINUTEN TAKT**: Das bietet das langjährig bewährte Konzept der TeleTalk-Demoforen seinem Auditorium auch auf der CCW 2020. Unter der Moderation von TeleTalk präsentieren führende



Technologie-Anbieter an allen drei Messetagen im Vortragsforum Halle 1 täglich in der Zeit von 9.30-16.50 Uhr die Leistungsfähigkeit ihrer Produkte und Lösungen im sportlichen Wettstreit. In diesem Jahr wird der Vergleich in insgesamt sieben Systemkategorien durchgeführt. Ziel ist, in kompakter Form anhand eines vorgegebenen Fragenkatalogs die Funktionen vorzustellen, die Bedienung zu zeigen und die besonderen Stärken hervorzuheben, um dem Publikum einen möglichst umfassenden Überblick über aktuelle Lösungsangebote für den Einsatz im Kundendialog zu bieten.

THEMEN-ZEITEN-TEILNEHMER:

1. Multi-/Omnichannel-Lösungen im Kundendialog Part 1/2

Kunden nutzen heute vielfältige Kontaktkanäle wie Telefon, E-Mail, Chat, Video oder Messenger, um mit Unternehmen in Kontakt zu treten. In diesem Demoforum zeigen Anbieter, wie die Kommunikation kanalübergreifend angenommen, verteilt, gesteuert und von Mitarbeitern effizient verarbeitet wird. Und sie erläutern, wie die Anbindung an bestehende Systeme oder Datenbanken erfolgt.

Vortragszeiten	02.03.2020	9.30 - 10.30 Uhr
Part 1:	03.03.2020	12.20 - 13.20 Uhr
	04.03.2020	14.40 - 15.40 Uhr

Teilnehmer: **4Com, CASERIS, dtms, infinit.cx, Sikom**

Vortragszeiten	02.03.2020	14.00 - 15.00 Uhr
Part 2:	03.03.2020	9.30 - 10.30 Uhr
	04.03.2020	11.50 - 12.50 Uhr

Teilnehmer: **Ferrari electronic, Genesys, novomind, Sematell, Twilio**

2. Future Customer Service: KI-Lösungen in der Praxis

Viele Unternehmen haben bereits mit der „Digitalisierung“ und Umsetzung von künstlicher Intelligenz in Unternehmensanwendungen begonnen. Doch obgleich klar ist, dass Unternehmen diese Themen angehen müssen, um in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben, zögern viele Manager noch sich den neuen Herausforderungen zu stellen. In diesem Demoforum präsentieren Anbieter zukunftsorientierte KI-Projekte oder bereits umgesetzte KI-Anwendungen im Kundendialog und erläutern Anwendungs- und Einsatzbereiche.

Vortragszeiten:	02.03.2020	10.30 - 11.40 Uhr
	03.03.2020	13.20 - 14.30 Uhr
	04.03.2020	15.40 - 16.50 Uhr

Teilnehmer: **Avaya, Fiebig, Telekom, ThinkOwl, ROBO.AI, voiXen**

•3. Qualitätsmanagement, Monitoring, Workforce- und Personalplanung

Die effiziente Steuerung, Planung, Kontrolle und Auswertung interner Prozesse, auch von Human Resources, stehen auf der Prioritätenliste von Verantwortlichen ganz oben. In diesem Demoforum geht es um die Steuerung des Personaleinsatzes oder von Organisationsfragen sowie um die Optimierung von Arbeitsprozessen und deren Überwachung/Monitoring. Anbieter in diesem Demoforum stellen aktuelle Lösungen und Tools vor, die Steuerung, Controlling, Qualitäts- und Workforce-management unterstützen und verbessern helfen.

Vortragszeiten: 02.03.2020 11.40 - 12.30 Uhr
 03.03.2020 14.30 - 15.20 Uhr
 04.03.2020 9.30 - 10.20 Uhr

Teilnehmer: **Invision, Interflex, opyc, voiXen**

•4. Cloud Services für Contact Center

Cloud-basierte Dienste bieten neben Flexibilität, Skalierbarkeit und Ortsunabhängigkeit Kostenvorteile, denn es entfallen Anschaffungs- und Wartungskosten. Man bezieht die komplette Lösung, Rechnerleistung oder Anwendung einfach als Dienst „aus der Wolke“. Anbieter in diesem Slot zeigen ihre Angebotspaletten, erklären die Vorteile dieses Modells und ihre Sicherheitskonzepte.

Vortragszeiten: 02.03.2020 12.30 - 13.20 Uhr
 03.03.2020 15.20 - 16.10 Uhr
 04.03.2020 10.20 - 11.10 Uhr

Teilnehmer: **Five9, Sogedes, next id, diabolocom**

•5. Response Management-Lösungen für E-Mail, SMS, Chat, Messenger

Die Kommunikation über E-Mail/Chat/SMS gehört zu den beliebtesten Kontaktkanälen im Kundenservice, erfordert aber auch einen großen Teil der Arbeitszeit für die Bearbeitung. Email-Management-Systeme helfen nicht nur dabei diese Aufgabe schneller und effizienter zu bewältigen, sondern unterstützen gleichzeitig dabei, gesetzliche Vorgaben einzuhalten. Anbieter in diesem Demoforum zeigen Lösungen, die eine schnelle, systematische Bearbeitung dieser Kontaktkanäle ermöglichen und die Mitarbeiter bei ihrer Tätigkeit optimal unterstützen.

Vortragszeiten: 02.03.2020 13.20 - 14.00 Uhr
 03.03.2020 16.10 - 16.50 Uhr
 04.03.2020 11.10 - 11.50 Uhr

Teilnehmer: **novomind, Sematell, ThinkOwl**

•6. Workflow- und Prozessautomation mit KI/intelligenten Systemen

Lösungen für Prozessautomation und Robotic Process Automation (RPA) im „Backend“ eröffnen Unternehmen neue Möglichkeiten Kosten zu sparen, Workflows effizienter zu gestalten und die Servicequalität zu erhöhen. Um eine erfolgreiche Implementierung und das Ziel einer unkomplizierteren Prozessverarbeitung zu erreichen, müssen jedoch konzeptionelle Vorüberlegungen erfolgen, erst recht, wenn diese durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz unterstützt werden sollen. Anbieter in diesem Demoforum stellen ihre Lösungsansätze und den Leistungsumfang ihrer Anwendungen vor, erläutern Einsatz und Umsetzung von Projekten, oder stellen erfolgreiche Projekte vor.

Vortragszeiten: 02.03.2020 15.00 - 15.50 Uhr
 03.03.2020 10.30 - 11.20 Uhr
 04.03.2020 12.50 - 13.40 Uhr

Teilnehmer: **4Com, LinkThat, Sogedes Digital, ThinkOwl**

•7. Self Service im Kundenkontakt mit Bots & Co.

Das Kommunikationsverhalten von Verbrauchern ändert sich rasant durch die Nutzung von Smartphones, Apps und sozialen Medien. Unternehmen, die die Gunst ihrer Kunden behalten möchten, können nicht anders, als alle Kommunikationskanäle anzubieten, die Kunden wünschen. Umso mehr rücken Technologien in den Vordergrund, die dabei helfen, Kundenanfragen teil- oder vollautomatisiert zu beantworten. Chatbots, Sprachdialogsysteme und andere Assistenten läuten hier eine neue Runde im digitalen Kundenserviceerlebnis ein. Unternehmen in diesem Demoforum stellen ihre neusten Lösungen, Anwendungen und umgesetzten Projekte vor.

Vortragszeiten: 02.03.2020 15.50 - 16.50 Uhr
 03.03.2020 11.20 - 12.20 Uhr
 04.03.2020 13.40 - 14.40 Uhr

Teilnehmer: **dtms, infinIT.cx, Interactions, parlamind, unymira**

See you!

Jeden Messetag
 von 09.30 - 16.50 Uhr.
 Im **TeleTalk-Demoforum/Halle 1**

KUNDENZENTRISCHER SERVICE ÜBER ALLE KANÄLE UND 100% AUS DER CLOUD



Ein personalisiertes und konsistentes Kundenerlebnis über alle Kanäle hinweg gilt als eine der zentralen Säulen für guten Kundenservice.

Den Grundstein für eine schnellere Reaktion auf veränderte Anforderungen legt eine neue Generation von 100% auf Web-Technologien basierenden Contact Center Plattformen.

Customer Experience ist Trumpf! Um eingehende Kundenanfragen heute qualifiziert und personalisiert bearbeiten zu können, setzen Unternehmen zunehmend auf Tools, die vorhandene Daten über den Kunden, seine Historie und sein Anliegen mit geeigneten Assistenten und Automation verknüpfen. Im Fokus stehen vor allem Contact Center-Lösungen, die über folgende Merkmale verfügen: 1) Omnichannel-Unterstützung durch eine zu 100% auf Cloud-Technologien basierte Architektur, 2) die Fähigkeit zur Integration mit einem CRM-System oder anderen Systemen mit Kundendaten, und 3) offene Schnittstellen und APIs für die Verknüpfung mit Microservices sowie Anwendungen von Drittanbietern (wie Chatbots, etc.).

Personalisierung durch CRM-Integration

Diabolocom hat das von Anfang an in die Praxis umgesetzt. Die auf Web-Technologien basierende Contact Center Lösung bietet eine native Integration mit führenden CRM-Systemen im Markt, wie Salesforce, Zendesk, Oracle Right Now, Microsoft Dynamics, Easiware, Pegasystems, ServiceNow sowie in

Kürze auch Hubspot und SAP. Zusätzlich ist eine Custom Integration über dokumentierte und Packaged API möglich. Umfangreiche dokumentierte Anwendungsschnittstellen (APIs) erlauben eine automatisierte Plattformadministration, die Automatisierung von Workflows und die Verwaltung von Kundendaten. Die offene und datenzentrische Software ermöglicht eine nahtlose Integration von Webservices in allen Einzelschritten der Interaktion. Zudem können Rohdaten zur weiteren Bearbeitung und Analyse in Drittsysteme exportiert werden, wie beispielsweise für Sprachanalyse, BI und Workforce Management.

Mehr Unabhängigkeit von der IT-Abteilung

Unser Credo: Contact Center-Lösungen müssen grundsätzlich auf Komfort und Effizienz für die Personen ausgerichtet sein, die die Prozesse täglich anwenden. Unsere Lösung ist in wenigen Tagen bereitgestellt, einfach zu verwenden und lässt sich mit wenigen Klicks konfigurieren. Ein einfacher Browser reicht dafür aus. Mit Hilfe von intuitiven und ergonomischen Bedienoberflächen können Kundendienstagenten per Drag & Drop bei Bedarf sofort ein bestehendes Routing an-

passen sowie neue Kampagnen und kleinere Automatisierungsprojekte erstellen. Damit erhalten sie nicht nur größtmögliche Agilität bei der Anpassung ihrer Lösung an ad hoc-Anforderungen in der Kundennachfrage, sondern auch Autonomie von der IT-Abteilung sowie mehr Zeit und Effizienz in der Verwaltung ihres Contact Centers.

Einen weiteren Hebel für mehr Effizienz bieten smarte Tools für den Supervisor, wie z. B. eine mit Business-Kennzahlen angereicherte, konsolidierte Ansicht der Aktivitäten im Contact Center sowie Möglichkeiten zum Filtern und Modulieren der Zahlen. Über zusätzliche Widgets kann ein Benachrichtigungs- und Warnsystem eingebunden werden. Leistungskennzahlen liefern zusätzlich wertvolle Unterstützung für Entscheidungen.

Auf den richtigen Partner kommt es an!

Dank Cloud-basierter Contact Center-Architekturen ist die Umsetzung neuer Lösungsansätze und Funktionen heute einfacher als je zuvor. Für Unternehmen wird es insbesondere darauf ankommen, den richtigen Partner für ein effektives Real-Time Interaction Management zu finden. Deshalb setzen wir neben neuester Technologie vor allem auf Service und Kundensupport bei der Integration.

diabolocom
Engaged for your Customer Experience



Kontakt:
Manfred R. Völker
Sales Director DACH
+49 69 8088 3576
manfred.voelker
@diabolocom.com

INTELLIGENTE TOUCHPOINTS UND GEBÜNDELTE PROZESSE IM SELFERVICE



Ein gut aufgestelltes Selfservice-Angebot erhöht die Effizienz im Contact Center, weil es die Mitarbeiter gezielt von Routineanfragen entlastet. Umso wichtiger ist es, diese Touchpoints nahtlos in die bestehenden Prozesse zu integrieren.

Ein ohnehin schon reichhaltiges Spektrum an Kontaktkanälen wie Telefon, E-Mail oder Social Media, noch dazu völlig neue Möglichkeiten im Selfservice, erfordert eine konsequente Integration vieler einzelner Informationen und Perspektiven, um die wachsende Komplexität der Prozesse im Contact Center bewältigen zu können. dtms digicom bringt dafür beste Voraussetzungen mit: Innovative KI-Technik und eine über alle Systeme hinweg gebündelte Datenaufbereitung.

INTELLIGENTE TOUCHPOINTS: Schnelle Antworten auf individuelle Anfragen

Nehmen wir ein Beispiel, das wir aus Verbrauchersicht alle kennen: Es ist Winter, Wochenende, draußen minus fünf Grad. Unsere Gastherme zeigt eine Störungsmeldung an. Können wir das Problem selbst lösen? Muss ein Monteur vorbeikommen? Klassische Selfservice-Angebote wie eine FAQ oder ein Kontaktformular auf der Website sind hier zu unflexibel und vor allem zu unspezifisch, wenn es um eine exakte Schilderung des Sachverhalts geht. Deshalb war bislang der Anruf im Contact Center der Königsweg, damit ein Mitarbeiter im Telefonservice zunächst alle erforderlichen Informationen wie die Modellnummer des Geräts, Störungscode und Störungsdauer sammeln konnte.

UNIVERSELLE SCHNITTSTELLE: Der Chatbot führt alle Daten zusammen

Der Agent stellt bei dieser ersten Kontaktaufnahme im Wesentlichen viele gezielte Fragen. Parallel dazu ruft er aus dem CRM-System, der Produktdatenbank und anderen hausinternen Systemen alle relevanten Daten ab. Damit überbrückt seine Arbeit den Medienbruch, der sich in vielen Unternehmen immer noch zwischen den Einzelsystemen auftut. Und genau hier ist der KI-Bot deutlich im Vorteil: Er sammelt diese Daten schnell und präzise und leistet damit eine entscheidende Vorarbeit für den nächsten Schritt.

Gegenüber dem Kunden kann der Chatbot nun autonom als „virtueller Agent“ agieren. Er erkennt sogar, wenn Kundeneingaben nicht plausibel sind, und kann entsprechende Hilfestellungen geben. Der zentrale Punkt ist jedoch, dass der Bot auch jederzeit menschliche Kollegen mit ins Boot holen kann, sobald die Aufgabe eine echte Beratungsleistung erforderlich macht. Dabei hat der Mitarbeiter, der nun hinzukommt, sofort alles auf dem Schirm, was er für seine Arbeit braucht: Den bisherigen Chatverlauf sowie sämtliche Daten, die der Bot bereits zusammengestellt hat. Alles einheitlich aufbereitet und klar strukturiert im Dashboard.

Damit ergibt sich ein reibungsloser Bearbeitungsprozess im Contact Center. Vor allem aber wird der Kunde nicht von einem Touchpoint zum nächsten verwiesen, sondern erlebt eine durchgängige Beratungsleistung. Selbstverständlich kann der Agent bei Bedarf auch jederzeit den Kanal wechseln und das Gespräch beispielsweise telefonisch weiterführen.

DTMS DIGICOM: Intelligent vernetzte Kommunikation

„Die Herausforderung im Contact Center besteht heute darin, in einem komplexen Multi-Channel-Angebot nicht den roten Faden zu verlieren, der bei einer Kundenanfrage auf kürzestem Weg zur gewünschten Antwort führt“, fasst Karsten Rudloff, Geschäftsführer bei dtms und next id, zusammen. „Damit sich all diese Abläufe zusammenfügen, ist eine übergreifende Plattform erforderlich. Der Schwerpunkt liegt darauf, die vielen Einzelperspektiven zu einem organischen Ganzen zu verbinden. Diese intelligente Vernetzung leistet das digicom Eventrouting. Dabei sind wir uns immer bewusst, dass die Technik nur ein Mittel zum Zweck ist – im eigentlichen Fokus steht die Kundennähe. Und genau hier greift unsere jahrzehntelange Erfahrung bei der Entwicklung von Kundendialog-Lösungen.“

dtms
digicom



LÖSUNGEN FÜR TELEFONMITSCHNITT UND DOKUMENTENAUSTAUSCH

Call Center befinden sich datenschutzrechtlich auf heißem Terrain. Zwar ist das Aufzeichnen bestimmter Telefonate für die Dokumentation oder Service-Optimierung innerhalb der Call Center essentiell – ohne Abstimmung mit Datenschutzverantwortlichen und Vorab-Klärung der rechtlichen Voraussetzungen aber nicht erlaubt. Auch der Austausch der Kundendaten und der mitunter höchst vertraulichen Informationen muss höchsten Sicherheitsansprüchen genügen. Lösen lassen sich diese Herausforderungen mit den Lösungen für Telefonmitschnitt und Dokumentenaustausch des Berliner UC-Herstellers Ferrari electronic.

Das Dokumentenaustauschverfahren **Next Generation Document Exchange (NGDX)** und die **Mitschnittlösung „OfficeMaster CallRecording“** machen den **Weg frei für ein rechts- und manipulations-sicheres Management von Dokumenten und Tonaufzeichnungen. Letztere können mithilfe der flexiblen Hard- und Software-Komponenten von OfficeMaster CallRecording einfach, rechtssicher und unter Verwendung bereits bestehender Kommunikationslösungen erstellt werden.**

Die gesetzlichen Vorgaben für den Telefonmitschnitt erfüllt die Lösung über auswählbare Voreinstellungen, sogenannte Prefilter, anhand derer einzelne Nummern oder feste Zeiträume vom Mitschnitt ausgeschlossen werden können. Sicherheitsvorkehrungen gegen missbräuchliche Nutzung und Manipulationsversuche ermöglicht OfficeMaster CallRecording über einen Passwortschutz, verschlüsselte Speicherung und eine rollenbasierte Anwenderoberfläche. Eine Fingerprint-Funktion weist auf nachträgliche Veränderungen der Mitschnitte hin.

Version 5 bietet darüber hinaus eine Nutzerverwaltung, welche die Authentifizierung von Usern und Usergruppen durch das Active Directory unterstützt, die Verwaltung der Mitschnitte vereinfacht und ein zentrales Rechte- und Sicherheitsmanagement für alle angebotenen Clients erlaubt. Die Verwaltung der Mitschnitte wird mit dem integrierten Mitschnitt-Finder zum Kinderspiel, die gespeicherten Aufnahmen können mühelos gesucht, abgehört, versendet, archiviert und vom Administrator gelöscht werden.

Moderner Dokumentenaustausch

Damit das Management der Kundendaten reibungslos funktioniert, ist ein intaktes Business Process Management (BPM) Pflicht. Perfektioniert wird es durch innovative Systeme wie NGDX, die einen rechts- und manipulationssicheren Dokumentenaustausch in IP-Umgebungen ermöglichen. NGDX übermittelt Dokumente im Original, verlustfrei und End-to-End als PDF an den Empfänger. Der Dokumentenversand selbst erfolgt in sehr hoher Geschwindigkeit: Bei reiner IP-Übertragung können die Dokumente bis

zu hundertfach schneller als per Fax übermittelt werden. Quittiert wird die erfolgreiche Übertragung mit einem qualifizierten Sendebericht, der selbst vor Gericht Bestand hat. Für Branchen, die der Archivierungspflicht unterliegen, ist dies eine große Erleichterung, da der bislang notwendige Einsatz teurer WORM-Speichersysteme entfällt.

NGDX basiert auf aktuellen ITU-Kommunikationsstandards. Die End-to-End-Übertragung ist zudem verschlüsselt und kann digital signiert werden. Durch den optionalen Einsatz der Blockchain-Technologie wird höchster Manipulationsschutz erreicht. So besteht für geschäftskritische Dokumente die Möglichkeit eines digitalen Einschreibens mit Rückschein. Damit ist NGDX – neben dem Fax – die erste rechtssichere Alternative zur E-Mail.

Ferrari electronic



NOVOMIND

UNTERWEGS AUF ALLEN KANÄLEN!



VOM CALL BIS ZUM MESSAGING

Ob per E-Mail oder Messenger, per Brief, Fax, Chat oder Call – Kunden möchten die Wahl haben, über welchen Kanal sie Kontakt mit dem Kundenservice aufnehmen. Maximale Erreichbarkeit und Kanalvielfalt in der Kundenkommunikation sind zu entscheidenden Faktoren für ein erfolgreiches Customer Experience Management geworden. Steigende Commerce-Umsätze erfordern zudem eine immer höhere Effizienz im Kundenservice. Servicecenter stehen so zunehmend vor zwei zentralen Herausforderungen:

- 1. Der Integration weiterer Kontaktkanäle in ihre Lösungsarchitektur.**
- 2. Der Effizienz- und Customer-Satisfaction-Steigerung im Kundenservice.**

Wir von novomind setzen bei der Entwicklung unserer Customer-Service-Software seit über 20 Jahren auf Omnichannel-Lösungen mit analogen und digitalen asynchronen Kanälen. Mit novomind iQ als KI-Komponente zum automatischen Erkennen von Inhalten gemäß Anliegen (Ticket), Metadaten oder Mandantenzugehörigkeit des Tickets, werden dem Service-Agenten passende Vorschläge für die Beantwortung von Kundenanfragen angeboten; die Average Handling Time (AHT) kann so maßgeblich

reduziert werden. Die intelligente Routing Engine sorgt dafür, dass ein Ticket nach Parametern wie Service Level oder Skills automatisch dem richtigen Agenten zugeordnet wird. Mit novomind iAGENT haben wir eine zentrale Plattform etabliert, die eine hocheffiziente Bearbeitung jeder Kundenanfrage und die gleichzeitige Bedienung aller Kontaktkanäle in einer intuitiven, benutzerfreundlichen Oberfläche ermöglicht - von Non-Call bis Call.

Telefonsupport nach wie vor gefragt

Auch in Zeiten rasanter Digitalisierung möchten einige Kunden ihr Anliegen persönlich per Telefon besprechen. Und tatsächlich: Manchmal lässt sich ein komplexes Problem im Call sogar schneller und effizienter lösen. Der Kunde fühlt sich zudem individuell betreut. So eine positive Customer Experience kann die Kundenbindung stärken. Darum bieten wir mit novomind iAGENT Call neben allen asynchronen Kanälen auch das unkomplizierte Handling von eingehenden und ausgehenden Telefonaten (In- und Outbound). In unserer VOIP-basierten Lösung ist ein Softphone als automatische Einblendung in der Benutzeroberfläche des Callcenter-Agenten integriert. Sie ist zudem mit vielen Handphones kompatibel, so dass eine Neuanschaffung von Endgeräten in der Regel nicht notwendig ist.

Messaging immer beliebter

Messaging ist ein Megatrend unserer Zeit und hat sich zu einem der beliebtesten Kommunikationskanäle überhaupt entwickelt. Über 1,5 Milliarden Menschen nutzen aktuell weltweit allein WhatsApp. Als Business Solution Provider bietet novomind die offizielle und gesicherte WhatsApp-Business-Schnittstelle (API) an, mit der Unternehmen und Institutionen den Messaging-Dienst als Kommunikationskanal im Customer Service einsetzen können. Bisher war der WhatsApp Business-Kanal insbesondere im Rahmen der Enterprise-Lösung unter dem „Dach“ unserer zentralen Multikanalplattform verfügbar. In der novomind communication Platform werden die WhatsApp-Nachrichten durch eine KI-Komponente gesichtet und dann intelligent dispatched. Die Bearbeitung eingehender Messenger-Nachrichten wird so beschleunigt.

Die novomind messaging API eröffnet nun daneben die Möglichkeit einer flexiblen Einbindung aller relevanten Messaging-Dienste in bestehende Systemlandschaften mit individuellem Frontend. Messaging schlägt dabei die Brücke zwischen Commerce und Customer Service, denn zu möglichen Einsatzszenarien gehören der Versand von Notifications über WhatsApp (z.B. Lieferbestätigung) sowie die Kundenoption, darauf auch zu antworten. www.novomind.com



Tina Klüwer – CEO bei parlamind

KI IM KUNDENSERVICE - INTELLIGENZ DREIFACH NUTZEN

Im Kampf um die Gunst des Kunden machen Reaktionszeiten, passende, falllösende Antworten und Verfügbarkeit Rund-um-die-Uhr den wesentlichen Unterschied. Ziel ist, das Kundenerlebnis – die Customer Experience – sinnvoll zu optimieren und das möglichst auf allen Kanälen, die Kunden in der Kommunikation im Kundenservice nutzen können – Chat, Mail und Voice.



GewinnArena - Webseitenbesucher im Dialog mit Vicky

Auf der Suche nach einem Partner, der die Kommunikation der Online-Gewinnspielplattform GewinnArena mit seinen Webseitenbesuchern ins intelligente Zeitalter führt, kam schnell parlamind ins Spiel. parlamind ist Experte für Künstliche Intelligenz im Kundenservice, und besonders bekannt für die Fähigkeit seiner KI, Kundenbelange auch in deutscher Sprache zu verstehen sowie den konkreten Inhalt und die Stimmungslage einer Kundennachricht einzufangen. Mit diesen Fähigkeiten ausgestattet, geht die KI von parlamind dann eigenständig in den Kundendialog und führt dazugehörige Prozesse zuverlässig automatisiert aus. Konkretes Ziel der Online-Gewinnspielplattform GewinnArena war ein attraktiveres Anwendererlebnis auf der Webseite. Angesichts der hohen Besucherzahlen eine zentrale Aufgabe, denn GewinnArena ist die Online-Gewinnspielplattform von ProSieben, SAT.1, kabel eins, sixx, Sat.1 Gold und ProSieben MAXX. Sämtliche Fragen rund um Registrierung, Teilnahme, Details zu Preisen, einzelnen Spielen und vielem mehr, wurden bisher vom Kundenservice per E-Mail beantwortet oder ergaben sich aus dem ausführlichen Frage-Antwort-Info-Pool auf der Webseite. Schnell wurde die Idee ins Leben gerufen, ein intelligentes Dialogsystem einzuführen, um die Plattform insgesamt userfreundlicher zu gestalten und damit die Anwenderzufriedenheit zu steigern: Es entstand Chatbot „Vicky“.

Modulare KI spart Implementierungszeit

Beim Training der KI, praktisch Vickys Intelligenz, startet die Lösung von parlamind allerdings nicht bei Null. parlamind ist modular aufgebaut, das bedeutet, die KI hat Vorgänge gespeichert, die üblicherweise in Unternehmen vorkommen. Und dieser Aufbau

spart dem Unternehmen Zeit: Die Module werden mit Daten der Kunden gefüttert – im einfachsten Fall aus einem Ticket- oder Livechatsystem – wodurch die KI Schritt für Schritt lernt, die Anfragen der Kunden zu beantworten. Damit Vicky möglichst viele Fragen verstehen und korrekt beantworten kann, wurden dem Chatbot circa 44 inhaltlich verschiedene Standardfragen inklusive Antworten beigebracht sowie mehrere Tausend sprachliche Variationen aller Fragen.

50 Prozent der Anfragen bearbeitet Vicky autonom

Seit April 2019 begrüßt Vicky die Gewinnspiel-Teilnehmer auf der Webseite Tag und Nacht und bearbeitet mittlerweile zuverlässig 50 Prozent aller Anfragen. Das neue interaktive Element der Online-Gewinnspielplattform kommt bei den Gewinnspiel-Teilnehmern gut an. Kein Wunder: Sie erhalten einfacher, schneller und rund-um-die Uhr Antworten auf ihre Fragen. Durchschnittlich weit über 3.000 Mal wird Vicky derzeit monatlich aufgerufen.

KI auf drei Kanälen nutzen

Für parlamind kann ein Chatbot wie Vicky auch nur der Anfang eines automatisierten, mehrere Kanäle umfassenden Kundenservices sein. Einmal für einen Kommunikationskanal trainiertes Wissen überträgt die parlamind KI im Rahmen ihres Omnichannel-Ansatzes mühelos auf alle anderen Kanäle - inklusive der Beantwortung von Standardanfragen, die auf Deutsch und Englisch per Anruf eingehen. Denn aus Sicht von parlamind ist der Voice-Kanal für Unternehmen bereits heute ein zentraler Baustein auf dem Weg in einen ganzheitlichen Kundendialog der Zukunft.

info@parlamind.com | www.parlamind.com

parlamind

RICHTIG GUTER SERVICE IST GANZ EINFACH: PRÜFEN, FREIGEBEN, FERTIG!



Zusätzliche Servicekanäle, Fachkräftemangel, Kostendruck und eine gestiegene Erwartungshaltung von Kunden stellen Unternehmen vor neue Herausforderungen. Wer Kunden im digitalen Zeitalter mit richtig gutem Service lang-

fristig binden will, braucht eine durchdachte, KI-basierte Software-Lösung, die auf allen Kanälen schnell die richtige Antwort liefert, für hohe Mitarbeiter-Produktivität sorgt und flexible Automatisierung ermöglicht: ReplyOne von Sematell.

Unternehmen müssen mit einer begrenzten Anzahl von Servicemitarbeitern immer mehr Anfragen über verschiedenste Kommunikationskanäle mit hoher Qualität beantworten. Um die Kosten im Griff zu behalten, führt deshalb am Einsatz von „Blended Agents“ und einer intelligenten Automatisierung kaum ein Weg vorbei. Künstliche Intelligenz bietet hier enorme Chancen, um Antwortprozesse zu beschleunigen und Kosten signifikant zu reduzieren.

Damit das jedoch nicht zu Lasten der Customer Experience geht, sollten sich Unternehmen die am Markt verfügbaren Lösungen genau anschauen. Kunden reagieren nämlich zu Recht verärgert, wenn sie als digitale Versuchskaninchen missbraucht werden. Ideal sind praxiserprobte Lösungen, die Mensch, Maschine und durchdachte Serviceprozesse intelligent kombinieren - auf einer zentralen Oberfläche für alle Kontaktkanäle.

Bestmögliche Unterstützung von Servicemitarbeitern

Genau das bietet ReplyOne. Die von Sematell gemeinsam mit dem Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) entwickelte Lösung deckt alle schriftlichen Kontaktkanäle ab – inklusive Chat und Social-Media-Kanäle wie Facebook oder Instagram. Die zentrale, nutzerfreundliche Oberfläche benötigt kaum Einarbeitung und erlaubt eine 360-Grad-Sicht auf den Kunden. Auch vorhandene ACD-Systeme, wie z. B. von telegra, Cisco oder Genesys, können über standardisierte Schnittstellen eingebunden werden.

Präzise Themenerkennung

ReplyOne analysiert mehr als 10.000 Wörter pro Sekunde in über 70 Sprachen, versteht kontextbezogen präzise das Thema der Anfrage und leitet diese zusammen mit dem passenden Antwortbaustein an den Servicemitarbeiter weiter. Der prüft die Antwort und gibt sie frei oder ergänzt sie bei Bedarf.

Durch die automatische Vorqualifizierung erhalten Servicemitarbeiter die bestmögliche inhaltliche Unterstützung. Standardanfragen können darüber hinaus aufgrund der präzisen Themenerkennung sogar vollautomatisch beantwortet werden.

Geringer Trainingsaufwand, schnelle Implementierung

ReplyOne nutzt hierfür KI-Algorithmen, die nur eine geringe Anzahl von Lerndaten von 20-30 Anfragen pro Kategorie für eine verlässliche Themenerkennung benötigen. In diesem Verfahren lernen menschliche Serviceexperten die KI an, was der Kunde mit seiner Anfrage meint und welche Antwort dazu passt. Das reduziert signifikant den Trainingsaufwand und sorgt für eine schnelle Implementierung.

Mit ReplyOne profitieren Kunden, Servicemitarbeiter und das Unternehmen

Kunden erhalten mit ReplyOne deutlich schneller die richtige, individuelle Antwort – für messbar höhere Kundenzufriedenheit. Servicemitarbeiter erhalten maximale Unterstützung und können sich auf knifflige Fälle konzentrieren. Serviceverantwortliche erhalten mit den Monitoring- und Reportingtools von ReplyOne ein umfangreiches Instrumentarium für das strategische Customer Experience Management. Gleichzeitig sorgt die Lösung für eine deutlich höhere Produktivität, senkt die Ticketkosten und erhöht damit die Profitabilität des Unternehmens. Von richtig gutem Service profitieren somit alle. Und mit der richtigen Lösung ist guter Service so einfach wie prüfen, freigeben, fertig!

SEMATELL
INTELLIGENT ANSWERS



Kontakt: Nils Lorenz,
Director Sales
Tel.: 0681 / 8576791
E-Mail:
nils.lorenz@sematell.com
www.sematell.com

Besuchen Sie uns! Halle 3, Stand E12/F9

SUCCESS UPGRADE

FÜR DEN SMARTEN SERVICE

KI-Lösungen bringen neuen Schwung in die Bearbeitung von Kundenanliegen und Workitems – und das in allen Unternehmensbereichen! Sie unterstützen bei komplexen Anliegen und entlasten von repetitiven Aufgaben. Mitarbeiter sind zu wertvoll, als dass sie wie ein Bot arbeiten sollten!

Multi- & Omnichannel-Lösungen im Kundendialog

Die 4Com Multichannel ACD übernimmt die standort- und kanalübergreifende Verteilung und Bearbeitung aller To-Dos im Inbound. Dabei werden alle Eingangskanäle in nur einer Applikation bearbeitet und statistisch ausgewertet. Doch auch Vorgänge und Workitems aus Drittsystemen wie Salesforce oder Microsoft Dynamics lassen sich einbinden. So werden Geschäftsvorfälle aus unterschiedlichsten Systemen dem richtigen Mitarbeiter zur richtigen Zeit zur Bearbeitung zugeteilt. Alle Anfragen lassen sich dabei kanalübergreifend gegeneinander priorisieren und skillbasiert zustellen. Kontaktgründe und Bearbeitungszeiten werden stets erfasst.

Hinzu kommt: Mit dem 4Com Unified Desktop stehen alle relevanten Inhalte und Eingabefelder zum richtigen Zeitpunkt, für den jeweiligen Geschäftsvorfall und den richtigen Mitarbeiter zentralisiert auf dem Client zur Verfügung. Das spart Zeit, denn der Mitarbeiter muss nicht mehr zwischen Client und Backend-Systemen wechseln. Besonders spannend wird die Prozessautomation mit Funktionen der Künstlichen Intelligenz:

Workflow- & Prozessautomation mit KI-Systemen

KI-basierte Automatisierung sorgt für schlanke Prozesse und übersichtliche Workflows. Anfragen können durch eine vorgeschaltete, offene Frage („Was können wir für Sie tun?“) automatisch erkannt, eingeordnet, priorisiert und weitergeleitet werden. Dies kann, je nach Anliegen, zu einem Mitarbeiter oder, bei einfachen, repetitiven Aufgaben, an einen Selfservice erfolgen. So werden Mitarbeiter von simplen Aufgaben wie der Aussage zum Kontostand entlastet und stehen für wertvolle Aufgaben bereit. Für eine deutliche Zeitersparnis sorgt der KI-basierte Smart Assistant: Durch die Einbindung werden eingehende Anrufe durch Live Transcription des gesprochenen Worts und Voice Analytics

ÜBER 4COM

4Com entwickelt und betreibt seit 1994 Cloud-Lösungen zur standort- und kanalübergreifenden Bearbeitung von Kundenkontakten und für das Workflow Management. 4Com ist in Deutschland heute ein führender Anbieter cloudbasierter In- und Outbound-Lösungen im Kundenservice.



TIPP

WENN DIE STIMMUNG DAS ROUTING BESTIMMT
 Das KI-basierte Sentiment Based Routing erkennt anhand einer offenen Frage zu Beginn des Gesprächs Stimmung und Absicht (Intent) des Anrufers und leitet ihn zu einem Mitarbeiter oder einem Selfservice weiter.

automatisch mitgeschrieben und auf relevante Informationen wie den Inhalt (etwa Infobedarf), zentrale Elemente (wie Kundennummern) oder die Stimmung bzw. Intent (Unzufriedenheit) durchsucht. Die Informationen werden dem Mitarbeiter in fallabhängig wechselnden Client-Ansichten sofort angezeigt und können z. B. kopiert werden. Zudem kann der Smart Assistant passende Informationen aus angebotenen Systemen anzeigen. Im Bereich E-Mail-Bearbeitung fasst der Smart Assistant längere E-Mail-Texte zu kurzen Inhaltsangaben zusammen. Im Anschluss an eine Bearbeitung lassen sich weitere Prozessschritte automatisch auslösen – etwa die Anlage einer Akte, die Informationsweitergabe an Spezialisten oder auch Terminvereinbarungen. Das Ergebnis: First Resolution Rate, Bearbeitungsqualität, Produktivität und Kundenzufriedenheit steigen. Gern zeigen wir mehr dazu in den TeleTalk-Demoforen!



Harald Huber
Managing Director unymira
Harald.huber@unymira.com

CCW 2020

Besuchen Sie uns in
Halle 3
Stand F4/G5

DAS BAUKASTEN-PRINZIP „CHATBOT“

TeleTalk: Her Huber, welche Themen werden uns im Kundenservice in diesem Jahr besonders beschäftigen?

Harald Huber: Das ist wohl die Frage, die sich alle stellen! Die größte Herausforderung ist aus unserer Sicht, eine Automatisierung in allen Service-Kanälen. Deshalb bringen wir auf die CCW viele Neuerungen mit, die genau das leisten. Dabei muss Automatisierung nicht schwer und sperrig sein. Vielmehr stellen wir Konzepte vor, mit denen wir Automatisierung aus dem Baukasten bieten – ganz einfach zum Zusammensetzen.

Was genau verstehen Sie unter Automatisierung als Baukasten-System?

Chatbots spielen dabei eine entscheidende Rolle. Sie sind der Trend der letzten Jahre und für uns auch die Zukunftstechnologie, die die Kundenanforderungen und die Wünsche der Unternehmen am besten vereinbart. Denn der Bot schafft einen persönlichen Kanal mit Automatisierungspotential. Wie? In dem er in einen Dialog mit den Kunden tritt und diese sicher zur Lösung führt. Das setzt allerdings voraus, dass er die Lösung kennt, also themenspezifisch bestens informiert ist. Und hier liegt für viele Servicecenter die Krux der Chatbots begraben. Um das zu können, muss er themenspezifisch aufgebaut, pflegbar implementiert und in seinen Aussagen verständlich sein. Wird das nicht beachtet, verliert sich der Chatbot schnell in zu

vielen, teilweise unnötigen und unverständlichen Inhalten sowohl in der Pflege durch die Redakteure als auch in der Beantwortung der Service-Anfragen. So bleiben die Potentiale der Automatisierung ungenutzt.

Was ist Ihre Empfehlung zum Einsatz eines Chatbots in der Praxis?

Entscheidend ist das Konzept. Denn nur wenn das Ziel des Bots klar ist, kann dieser erfolgreich sein. Darüber hinaus ist auch die Informationsdichte relevant. Ein Bot ist per se dumm und kann nicht alles wissen. Vielmehr sollte er ein spezifisches Themengebiet abdecken. Das solche Bots herausragend performen, zeigt beispielsweise unser Kunde DATEV. Hier unterstützen mehr als 40 Bots ganz spezifisch bei unterschiedlichen Themen. Kunden werden zu dem für ihre Anfrage passenden Bot geführt und haben dementsprechend einen kompetenten Ansprechpartner immer griffbereit. Das Charmante dabei: über grafische Entscheidungsbäume sind die Chatbots schnell und einfach in unter 20 Minuten angelegt.

20 Minuten bis zum fertigen Chatbot? Wie funktioniert das?

Diese 20 Minuten bis zum fertigen Chatbot lassen jeden zunächst skeptisch werden, aber wie unsere Kundenprojekte zeigen, ist das durchaus realistisch und fast schon als zu lang, wenn es rein um die Pflege und technische Erstellung des Chatbots geht. Für die Auswahl der Use Cases und die Entwicklung des Konzepts muss sich mehr Zeit genommen werden, denn sie sind das Herz des Bots und später entscheidend für dessen Erfolg. Aber die Redaktion eines Bots in unter 20 Minuten ist möglich, da alle Inhalte zentral erstellt und wiederverwendet werden können. Fragen und Antworten bzw. Entscheidungspunkte sind dabei als Bausteine zu verstehen, die schnell in grafischen Entscheidungsbäumen zu einem Bot zusammengesetzt werden und auch einfach in anderen Bots wiederverwendet werden können. Ganz einfach mit nur einem Klick können so passende Inhalte für Kundenanliegen schnell und einfach zur Verfügung gestellt werden. Damit wird ein beträchtliches Automatisierungspotential auf allen Kanälen geschaffen.

Webinar

Sie möchten live erleben, wie Sie einen Chatbot in 20 Minuten bauen? Dann sehen Sie sich jetzt unser Webinar an:



insights.unymira.com/de/webinar-in-20-minuten-zum-chatbot





5 FRAGEN AN: OLAF ABBING, GESCHÄFTS- FÜHRER VERTRIEB SIKOM SOFTWARE GMBH



Seit Mitte September 2019 ist Olaf Abbing neuer Geschäftsführer Vertrieb der Sikom Software GmbH und verstärkt das Team um Frank Heintz und Natascha Hoffmeister. Grund genug für uns, mit ihm über seine Rolle bei der Sikom und Herausforderungen zu sprechen.

Herr Abbing, wie waren Ihre ersten 100 Tage in der Sikom?

Die ersten Wochen sind geprägt von vielen Kundenbesuchen. Hier hat mich besonders beeindruckt, welch hohes Interesse unserer Kunden an der Entwicklung von Sikom besteht - für mich ein Zeichen gesunder Beziehungen. Intern nur Topnoten: klasse Mitarbeiter und Führungscrow im lebendigen Miteinander in einem sehr innovativen Klima.

Weshalb haben Sie sich für die Sikom entschieden?

Ich kenne die Sikom schon recht lange, zunächst aus der Partnerperspektive während meiner Zeit als Key Account Manager bei der Siemens AG. Später dann als Kunde bzw. Anwender nach meinem Wechsel zu arvato services zum einen in der Position Direktor IT mit Verantwortung für die nationale Contact Center Infrastruktur und später dann in der Position des Direktor Customer Service und Standortleiters.

Ich wollte wieder in einem agilen Mittelstandsunternehmen arbeiten. Bei Sikom kann ich etwas bewegen, das Unternehmen hat einen pragmatischen Ansatz und eine echte Hands-on Mentalität. Wir können daher unseren Kunden mehr bieten, uns direkt und schnell auf sie einstellen. Das

liegt auch an unseren kurzen Wegen: Wo können Kunden schon direkt mit einem Entwickler sprechen?

Welchen konkreten Nutzen bringen Sie Ihren Kunden mit?

Mein Asset ist sicherlich die jahrelange Erfahrung in dieser Branche, in der ich unterschiedliche Rollen - insbesondere auch die des Anwenders - selbst wahrgenommen habe. Ich behaupte daher zu verstehen, was unsere Kunden bewegt.

Wo legen Sie Ihre Schwerpunkte in der Vertriebsarbeit der Sikom?

Viele unserer Kunden sind innovationsfreudig. Sikom ist innovativ, eng am Markt und verfügt über viele technisch hervorragend ausgebildete Mitarbeiter. Dennoch gibt es manchmal noch einen gefühlten Spalt zwi-

schen dem, wo der Kunde steht und was Technik inzwischen leisten kann. Ich sehe es daher als meine Aufgabe, diesen Spalt zu überwinden. Mit anderen Worten: die Business Ziele unserer Kunden sollen mit der optimal passenden technischen Lösung unterstützt werden. Das ist im Kern ein intelligenter Mix aus Standard, flexiblem Customizing und Individualentwicklung. Und hier liegt sicher die große Stärke der Sikom. Aus der Historie sind wir ein von Kundenbedürfnissen geprägtes Unternehmen, welches in hunderten Projekten flexible Lösungen für nahezu alle Anforderungen maßgeschneidert entwickelt hat. Von diesem großen Fundus an Best Practice Ansätzen wollen wir unsere Kunden noch stärker profitieren lassen und mit zielorientierter Beratung aufzeigen, welche Lösungsalternative zu ihren Bedürfnissen passt.

Was ist Ihr persönlich wichtigster Trend in unserer Branche für 2020?

Es gibt natürlich diverse Entwicklungen, die unsere Branche im kommenden Jahr beschäftigen werden. Der Megatrend Digitalisierung ist bestimmend für ein deutlich steigendes Kommunikationsaufkommen und führt zu mehr Automatisierung - speziell auch auf dem Voice-Kanal. Parallel dazu sehe ich eine wachsende Bedeutung des Sicherheitsaspekts. Für viele unserer Kunden stehen Datenverschlüsselung und Ausfallsicherheit ihrer Systeme ganz oben auf der Priorliste.

Sikom

Sikom Software GmbH
Tullastraße 4, 69126 Heidelberg
www.sikom.de

Kontakt:
Olaf Abbing
Geschäftsführer Vertrieb
Tel.: 06221 / 13788-110
o.abbing@sikom.de