

VERSTEHEN. LERNEN. ANTWORTEN.

1998 fand die direkte Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunden noch weitgehend per Telefon oder Telefax statt, E-Mails spielten kaum eine Rolle. Im selben Jahr wurde dtms als Spezialist für Service-Rufnummern und Mehrwertdienste gegründet, zwei Jahre später brachte das junge Unternehmen mit NetworkACD das erste aus dem Netz betriebene Call Center-System auf den Markt. Heute bietet dtms ein ganzes Ökosystem an Services für die hybride digitale Interaktion an.



Thomas Lang ist CEO der dtms GmbH.

Die Technik hat sich in diesen 20 Jahren rasant weiterentwickelt, dabei sind viele neue Kanäle wie SMS, Chat oder Social Media hinzugekommen. Jeder dieser Kanäle brachte seine eigenen Datensysteme und Benutzeroberflächen mit.

Die Digitalisierung, die ursprünglich mit dem Versprechen angetreten war, alles einfacher und übersichtlicher zu machen, hat im Lauf der Zeit zu einem bunten Konglomerat von Touch-Points und entsprechenden Einzellösungen geführt. Daten und Kundenhistorien können oftmals nicht abteilungsüber-

greifend gebündelt werden, denn sie liegen voneinander isoliert in getrennten Systemen vor oder müssen sogar mehrfach erfasst werden, was beim Endkunden zu Kopfschütteln führt. Trotz erheblicher Investitionen in die digitale Infrastruktur bleibt die angestrebte Servicequalität auf der Strecke.

Es ist Zeit, das ganze Bild zu sehen

Diese nüchterne Analyse war Anfang 2017 der Ausgangspunkt einer Initiative, die Thomas Lang, CEO der dtms, gerne als „Weltverbesserungsprojekt“ beschreibt: „Wir haben uns ganz bewusst entschieden, nicht einfach nur in immer neuen Einzellösungen und Apps zu denken. Denn es war höchste Zeit, dass sich grundsätzlich etwas ändert. Deshalb haben wir die Arbeit und den Anspruch der dtms auf eine völlig neue Basis gestellt.“ Wie weit man zu diesem Zeitpunkt bei der Umsetzung dieses Ziels schon war, zeigte sich wenige Tage später auf der CCW 2017 in Berlin. Hier stellte das dtms Team erstmals die Eventrouting-Plattform digicom und die damit nahtlos verknüpfte KI-Lösung digicom ai vor. Ein Jahr später wurde dann deutlich, dass der Vorsprung noch ausgebaut werden konnte, denn dtms war einer der wenigen Anbieter, die zur CCW 2018 nicht einfach nur mit bunten Präsentationen angereist waren – stattdessen war am dtms Messstand bereits eine lauffähige KI-Anwendung im Live-Einsatz. Auch auf der dtms Website können Besucher seither die wichtigsten Funktionen von digicom ai live erleben.

Kompakte Plattform-Strategie

Dass die KI-Lösung von dtms so schnell dem Laborstadium entwachsen ist, ist kein Zufall: Bereits Anfang 2017 wurde ein Pilotprojekt mit einem Großkunden gestartet, das inzwischen im Realbetrieb zur Beantwortung von E-Mails eingesetzt wird. „Die dabei gewonnen Erkenntnisse sind für uns wichtiger als jede theoretische Studie. Sie zeigen, dass wir mit unserer Kombination aus 20 Jahren Erfahrung im Markt und der Dynamik unseres jungen, agilen Entwicklerteams genau richtig liegen“, betont Thomas Lang. „So entstand eine Plattformstrategie, die sich auf das im Kundendialog Wesentliche fokussiert und damit ausgesprochen effizient ist.“

Eventrouting leistet mehr als jede ACD

Betrachten wir zunächst den ersten Baustein, das Eventrouting. Während die klassische Automatic Call Distribution (ACD) Telefonanrufe nach festgelegten Regeln an ein Ziel bringt, routet dtms digicom alle Events von Telefongesprächen über E-Mails bis zum Chat in einem übergreifenden System. Klar definierte Schnittstellen sorgen dafür, dass die bereits vorhandenen Systeme weiter genutzt werden können. Auch hier hat sich dtms sehr klar positioniert: „Uns war es wichtig, eine Lösung zu entwickeln, mit der wir direkt auf die bei unseren Kunden vorhandene IT-Landschaft aufsetzen können. Quer über alle Branchen hinweg wurde in den vergangenen Jahren ja bereits intensiv in die IT investiert. An dieser Stelle müssen wir nichts neu erfinden. Unsere Aufgabe sehen wir darin, diese vielen Einzelinvestments endlich miteinander zu verbinden. So schaffen wir mit schlanken Strukturen eine neue Qualität im Service.“

KI erhöht die First-Done-Rate signifikant

„Bis zu 80 Prozent aller Events im Service Center sind einfache Standardanfragen“, betont Thomas Lang. „Typisch sind zum Beispiel simple Fragen nach dem Lieferstatus einer Bestellung oder nach bestimmten Produktfeatures.“ Hier greift der zweite



Die dtms GmbH ist mit rund 70 Mitarbeitern und mehr als 2.300 Kunden ein führender Anbieter von Contact Center-Lösungen und Customer Intelligence-Technologien im deutschsprachigen Raum. Seit Mitte 2017 hat das Unternehmen seinen Sitz im Dock1 am alten Mainzer Zollhafen.

Baustein der Plattformstrategie: Mit digicom ai hat dtms ein KI-System entwickelt, das Kundenfragen erkennt und die zur Beantwortung erforderlichen Daten aus den im Unternehmen vorhandenen Datenbanken übernimmt. Nach der Berechnung des Confidence Levels – also der Wahrscheinlichkeit, ob die zu einer Frage generierte Antwort richtig ist – entscheidet das Dialogsystem eigenständig, ob es selbst antwortet oder ob eine persönliche Beratung durch einen Service-Mitarbeiter erforderlich ist. Für den Fragesteller bleiben diese Prozesse im Hintergrund, er profitiert ganz einfach von kurzen Antwortzeiten bei Routinefragen – und von Service-Mitarbeitern, die sich bei ihrer Beratungsarbeit wieder mehr Zeit für individuelle Problemlösungen nehmen können.

Entscheidend ist dabei, dass sich digicom ai nicht darauf beschränkt, bereits bekannte Frage-Antwort-Kombinationen zu erkennen. Die KI setzt vielmehr gezielt Verfahren und Algorithmen ein, um im laufenden Betrieb durch die Hilfe eines Service-Mitarbeiters zu „lernen“. Dazu arbeitet digicom ai auf Basis von Methoden, Systemen und Prozessen aus der künstlichen Intelligenz, dem Machine Learning (ML) und dem Natural Language Processing (NLP). Das System entwickelt sich im wahrsten Sinne des Wortes mit seinen Aufgaben weiter.

Auf dem Weg zum umfassenden Wissensmanagement-System

Ganz nebenbei wächst auf diese Weise das intern verfügbare Wissen des Unternehmens an. Denn die Fähigkeit der KI, Informationen nach immer wieder neuen Vorgaben aus umfangreichen Datenbanken zu extrahieren lässt sich keineswegs nur im Service Center nutzen. Das System kann Kundenfragen selbstständig beantworten. Es kann aber auch einfach dazu eingesetzt werden, Informationen zu bestimmten Themen zu sammeln und an die Mitarbeiter in Service, Marketing oder Vertrieb weiterzuleiten. Eine Perspektive, die Thomas Lang kurz und knapp so zusammenfasst: „An diesem Punkt treibt künstliche Intelligenz nicht allein die digitale Transformation im Kundenservice voran, sie wird zur unternehmensinternen Wissensbasis, die den wertschöpfenden Umgang mit den vorhandenen Daten-Ressourcen insgesamt auf eine neue Ebene hebt.“

dtms

dtms GmbH

Taunusstraße 57 · 55118 Mainz

Telefon: (06131) 46 46 - 000 · Fax: - 414

E-Mail: info@dtms.de · www.dtms.de