



I/MHP

A PORSCHE COMPANY

22:55
Go ahead,
I'm listening...

MHP WHITE PAPER

INTELLIGENTE AUTOMATISIERUNG – WEGBEREITER FÜR IHRE DIGITALE STRATEGIE

Ein ganzheitlicher Ansatz für die intelligente
Automatisierung von Geschäftsprozessen

INHALT

Intelligente Automatisierung	4
Methodik der intelligenten Automatisierung	6
Complaint Management	10
Reporting	12
Digitale Assistenten	16
Zusammenfassung	18

Das White Paper „Intelligente Automatisierung – Wegbereiter für Ihre digitale Strategie“ wurde herausgegeben von: MHP Gesellschaft für Management- und IT-Beratung mbH. Alle Rechte vorbehalten!

Die Inhalte dieser Publikation sind zur Information unserer Kunden und Geschäftspartner bestimmt. Sie entsprechen dem Kenntnisstand der Autoren zum Zeitpunkt der Veröffentlichung. Für die Lösung einschlägiger Probleme greifen Sie bitte auf die in der Publikation angegebenen Quellen zurück oder wenden sich an die genannten Ansprechpartner. Meinungsbeiträge geben die Auffassung der einzelnen Autoren wieder. In den Grafiken kann es zu Rundungsdifferenzen kommen.

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

AAT	Automation Assessment Tool
API	Application Programming Interface
BI	Business Intelligence
CMS	Content Management System
ERP	Enterprise Resource Planning
IA	Intelligent Automation
IPA	Intelligent Process Automation
KPI	Key Performance Indicator
ROI	Return on Investment
RPA	Robotic Process Automation
VUI	Voice User Interface

Intelligente Automatisierung

Schnelle und **fehlerfreie Geschäftsprozessabläufe** sind die Grundlage jedes Unternehmens. Das maximale Potenzial lässt sich nur durch eine reibungslose und schnelle Prozessausführung realisieren. Leider werden Geschäftsprozesse nicht immer optimal ausgeführt. Durch sich im Laufe der Zeit ändernde Prozessanforderungen, neue technologische Möglichkeiten und den stetig zunehmenden Wettbewerbsdruck ist es notwendig, die Prozesse regelmäßig an neue Gegebenheiten anzupassen und Wege zu ihrer Optimierung zu finden.

Vor allem die digitale Transformation spielt dabei eine entscheidende Rolle. Um diese Transformation zu meistern, muss sie durch eine geeignete Strategie unterstützt und in die richtige Richtung gelenkt werden. Wenn die Ziele an der Unternehmensstrategie ausgerichtet sind, spielen Automatisierungstechnologien eine wesentliche Rolle bei der Umsetzung der digitalen Transformation im Einklang mit der übergeordneten Unternehmensstrategie. Automatisierungs-

lösungen bieten unter Berücksichtigung eines geeigneten Prozessdesigns eine schnelle und effektive Möglichkeit, Prozesse zu optimieren und die Ausführung von Geschäftsprozessen auf ein neues Niveau zu bringen. Unternehmen stellen sich immer wieder die gleiche Frage. Welche Automatisierungslösung ist die richtige und beste Lösung, um die Unternehmensziele zu erreichen? Um die Antwort zu finden, sollte ein ganzheitlicher Ansatz gewählt werden, der die Unternehmen bei ihrer digitalen Strategie und der anschließenden digitalen Transformation unterstützt. Erst durch eine ganzheitliche Betrachtung der Möglichkeiten und Technologien wird das volle Potenzial sichtbar. Dadurch können die identifizierten Prozesse mit maßgeschneiderten Lösungen optimiert und automatisiert werden. Zu diesem Zweck wird anhand der im Folgenden beschriebenen Methodik das Potenzial der Automatisierung mit mehreren Beispielen veranschaulicht.

AUTOMATION
TECHNOLOGIES
PLAY A MAJOR
ROLE
IN ACHIEVING THE
DIGITAL
TRANSFORMATION

Methodik der intelligenten Automatisierung



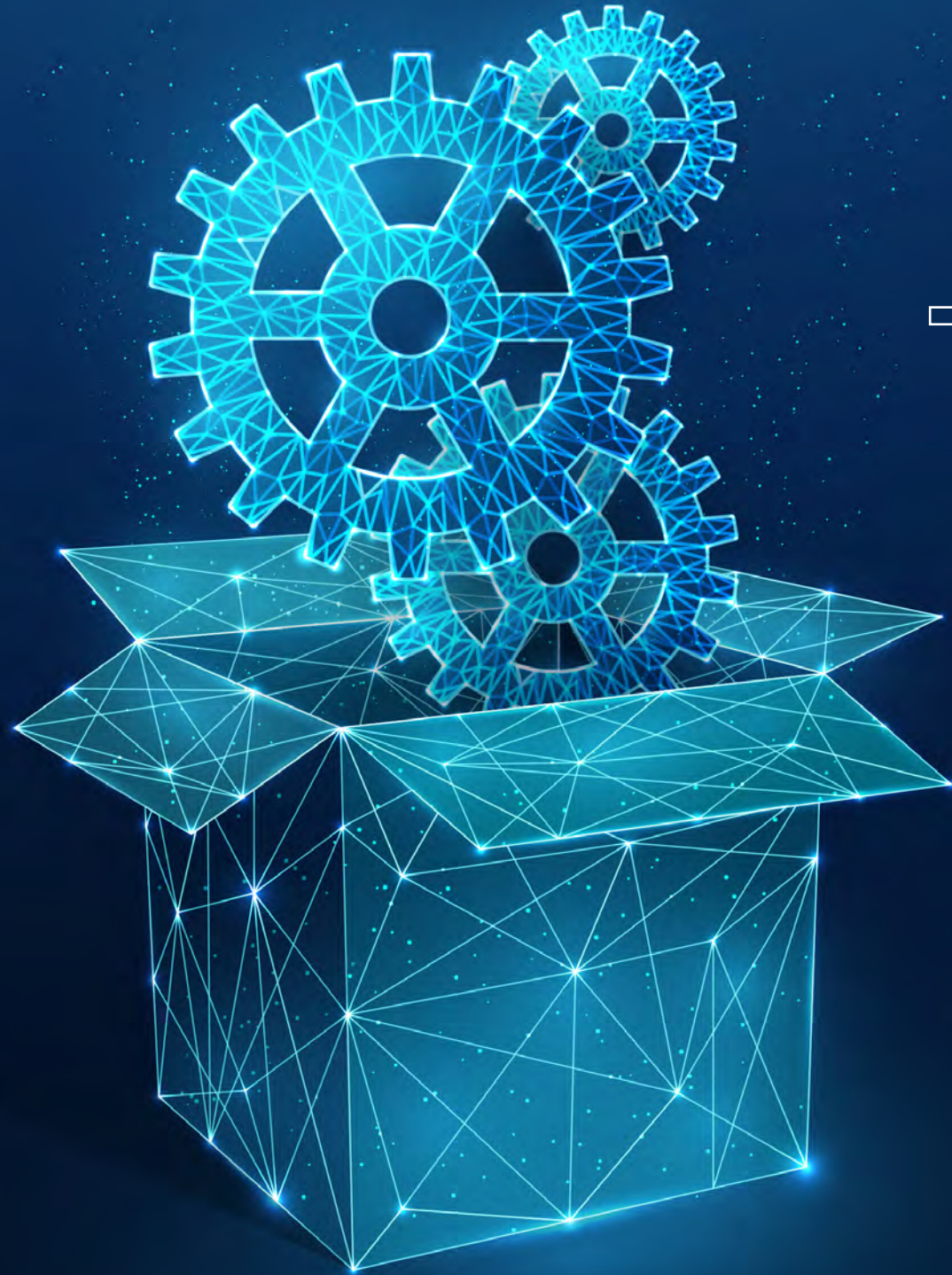
Um die **Transformation digitaler Prozesse** ganzheitlich von der Strategie bis zur Implementierung zu bewältigen, sind mehrere Teilschritte erforderlich. Der ganzheitliche Ansatz zielt darauf ab, gezielt Automatisierung zu ermöglichen und die entsprechenden Auswirkungen messbar zu machen. Der Schwerpunkt liegt nicht auf einzelnen Prozessautomatisierungstechnologien, sondern auf dem Prozess als Ausgangsbasis. In Kombination mit unserem wertorientierten Ansatz führt dies zu einer quantitativen und qualitativen Optimierung in den drei Dimensionen Organisation, Technologie und Mitarbeiter*innen, die immer in einem integrierten Konzept zu betrachten sind.

Der **Ausgangspunkt** für die Prozessautomatisierung ist eine detaillierte Prozessanalyse, um Effizienzpotenziale zu identifizieren und gezielte Automatisierungsprojekte zu initiieren. Dazu wird unser **Automation Assessment Tool (AAT)** verwendet. Es stellt eine vollständig digitale Prozessbewertung dar und ermöglicht eine schnelle Identifizierung der größten Potenziale auf einer Prozesslandkarte. Diese Bewertung basiert auf den Prozesskosten und dem Automatisierungspotenzial pro Teilprozess und bildet die Grundlage für die Eingrenzung der aussichtsreichsten Maßnahmen. Die Objektivität wird auch durch einen Branchenvergleich und ein Benchmarking hinsichtlich des Digitalisierungsgrads vergleichbarer Prozesse und Organisationen sichergestellt. Neben der Bewertung mit Hilfe des AATs wird Expertenwissen aus zahlreichen Projekten und Anwendungsfällen in die Analyse einbezogen, um aus einer Outside-in-Perspektive Chancen und Best Practices für das jeweilige Themengebiet zu identifizieren. Ausgehend vom Istzustand grenzen wir gemeinsam mit Ihnen die relevanten Lösungen ein und entwickeln die am besten geeigneten Implementierungsszenarien. Gegenstand der Bewertung mit dem AAT ist nicht nur, transparent zu machen, wo Digitalisierungsinitiativen gestartet werden sollten. Wir gehen noch einen Schritt weiter und empfehlen auf der Basis eines bestimmten Algorithmus eine geeignete Technologie, mit der Sie die Prozessoptimierung durchführen sollten. Nachdem im Rahmen der Prozessbewertung die Prozesse mit dem größten Automatisierungspotenzial identifiziert worden sind, wird ein Deep Dive durchgeführt, der sich auf die technische Implementierung und den Business Case konzentriert.

Im Rahmen dieser Deep Dives wird mit Hilfe unserer Lösungs-Toolbox eine **maßgeschneiderte Kundenlösung** für den jeweiligen prozessbezogenen Schwachpunkt entwickelt. Teil unserer Lösungs-Toolbox sind systemintegrierte ERP-Lösungen, z. B. noch bestehende Automatisierungslösungen im SAP-Kontext und ERP-externe Technologien wie Robotic Pro-

cess Automation (RPA), Intelligent Process Automation (IPA), Machine Learning oder Process Mining. Das Grundprinzip „Technologie folgt dem Geschäftsprozess“ gilt immer, und zwar nicht um den Anwendungsfall für die Implementierung einer bestimmten Technologie zu finden, sondern eine Prozessschwachstelle individuell für den Kunden zu beheben, stets unter Berücksichtigung des Kosten-Nutzen-Faktors. Neben der Entwicklung eines technologischen Lösungsansatzes konzentriert sich der Deep Dive auch auf den Business Case für die ausgewählte Technologie. Dabei werden qualitative Aspekte berücksichtigt, wie die Verbesserung der Prozessqualität und der Compliance durch die Reduzierung manueller Fehler, sowie quantitative Aspekte mit dem Schwerpunkt auf Return on Investment (ROI). Am Ende des Deep Dives steht ein Strategiepapier, das einen detaillierten, maßgeschneiderten Lösungsansatz zur Automatisierung der prozessbezogenen Schwachstelle und des damit verbundenen Business Case enthält. Das bedeutet, dass direkt im Anschluss mit der Implementierungsplanung begonnen werden kann und Digitalisierungsinitiativen in Bezug auf das Änderungsmanagement angemessen begründet werden können.

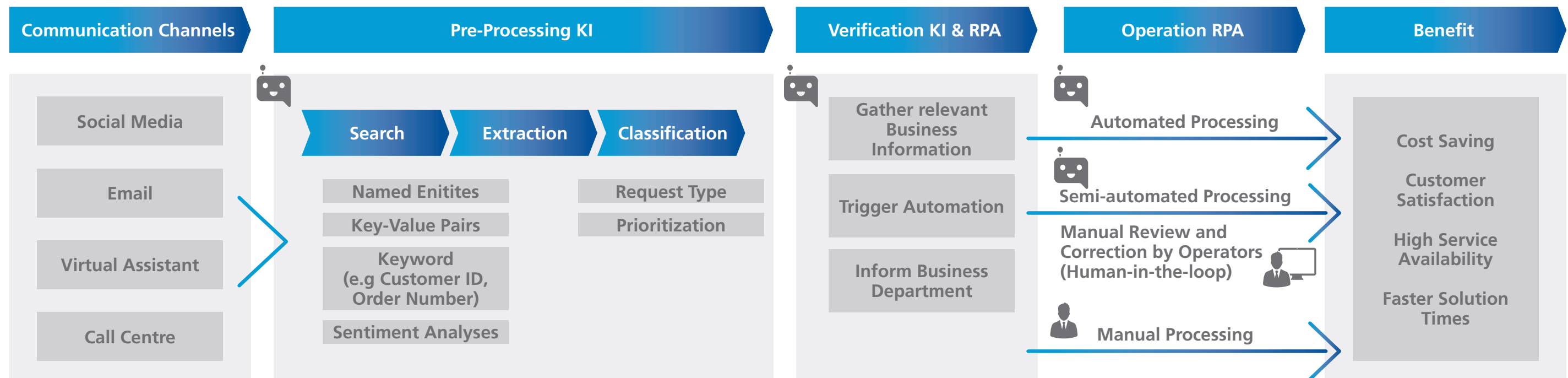
Nachdem ein solcher Implementierungsplan definiert und mit allen Stakeholdern abgestimmt wurde, wird die **Prozessautomatisierung in fünf Schritten** und überwiegend unter Verwendung eines agilen Ansatzes implementiert. Der Ausgangspunkt ist die Konzeptionsphase, gefolgt von der Implementierung bis hin zum Testen. Nach einem erfolgreichen Go-Live wird im Rahmen einer Hypercare-Phase auch ein umfassender Support bereitgestellt, um die nahtlose Einführung eines neuen Prozesses bzw. einer neuen Technologie zu gewährleisten. Eine Pilotphase auf der Basis eines Prozesses kann an dieser Stelle oft sinnvoll sein, um die oben genannten Projektphasen mit dem Kunden optimal abzustimmen und die entwickelten Konzepte zu überprüfen. Bei Bedarf kann das individuelle Konzept bereits in einem frühen Stadium verbessert oder verfeinert werden. Die Grundlage für die Skalierung der Lösungskonzepte ist folglich der ganzheitliche Projektansatz von der Analyse bis zur Implementierung. Darüber hinaus ist die Bereitschaft, Prozesse zu ändern und innovative Ansätze zu verfolgen, eine wesentliche Voraussetzung für die standortübergreifende Skalierung. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich der hier vorgestellte E2E-Beratungsansatz „Von der Strategie zur Implementierung“ optimal auf die Bedürfnisse des Kunden konzentriert, aktuelle Markttrends mit Standardlösungen der Prozessautomatisierung vergleicht und so die Entwicklung einer zur Gesamtunternehmensstrategie passenden Implementierungs-Roadmap ermöglicht.



TECHNOLOGY **FOLLOWS** **BUSINESS PROCESS**

Complaint Management

Abbildung 1:
Intelligentes Complaint Management



Jeder kennt solche Situationen: Die Suche nach einem verlorenen Paket, eine falsch abgebuchte Rechnung oder der Streik des Computers am Montagmorgen. Es gibt viele Gründe, warum ein Kunde sich an das Complaint Management eines Unternehmens wenden muss.

Das Complaint Management ist in der Regel die **erste Anlaufstelle für Kunden** mit einem unternehmensspezifischen Problem. Dabei kann es sich um ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine allgemeine Beschwerde handeln. Bei der Bearbeitung von Beschwerden gibt es eine Vielzahl von Herausforderungen, deren Lösung für ein Unternehmen im Vergleich zu seinen Wettbewerbern den entscheidenden Faktor darstellen kann. Die Identifikation mit dem Unternehmen und die Zufriedenheit des Kunden sind daher wesentliche Faktoren für den Geschäftserfolg.

Zuordnung und Weiterleitung von Beschwerden

Neben den verschiedenen Kommunikationskanälen, die Kunden im Zeitalter der Digitalisierung und der sozialen Medien nutzen, ist häufig die Zuordnung von Beschwerden zu einem bestimmten Themenbereich und damit die Weiterleitung an den richtigen Ansprechpartner im Unternehmen ein großes Problem. Hier geht oft wertvolle Zeit für die Lösung von Problemen verloren, während die Kundenzufriedenheit sinkt. Der **Schwerpunkt bei der Bearbeitung von Beschwerden** liegt nicht nur auf der Suche nach dem Problem. Das Image eines Unternehmens, die Art und Weise, wie es Kundenbedürfnisse wahrnimmt, ihnen Priorität einräumt und mit Problemen umgeht, spielen ebenfalls eine wichtige Rolle. Die zentralen Herausforderungen im Complaint Management sind daher die ständige Verfügbarkeit des Complaint Managements, die Multikanal-Kommunikation mit dem Kunden, die korrekte Klassifizierung und Zuordnung von Kundenanfragen sowie eine schnelle Problemlösung zu möglichst geringen Kosten.

Mehrwert

Ein Lösungsansatz zur Bewältigung der Herausforderungen im Complaint Management ist eine **Kombination aus einzelnen Disziplinen** der künstlichen Intelligenz und der klassischen Prozessautomatisierung mit Software-Robotern. (Siehe Abbildung 1: Intelligentes Complaint Management).

Künstliche Intelligenz wird eingesetzt, um Kundenanfragen aus einer Vielzahl von Kommunikationskanälen wie Social-Media-Einträge, Anrufe bei einem Call-Center oder ein Sammelpostfach für E-Mails zu analysieren und zu bearbeiten. Mit Hilfe von Natural Language Processing und Sentiment Analysis werden Schlüsselbegriffe der Beschwerde identifiziert und extrahiert und es wird eine Klassifizierung der Anforderung durchgeführt. Zusätzlich zu den extrahierten Informationen kann eine Einschätzung der Stimmung des Kunden verwendet werden, um die Anforderung zu priorisieren. Nach der Klassifizierung erfolgt die Über-

mittlung an die klassische Robotic Process Automation oder die zuständige Fachabteilung, damit die notwendige Bearbeitung der Beschwerde erfolgen kann. An dieser Stelle wird geprüft, ob alle notwendigen Informationen für eine automatisierte Verarbeitung vorhanden sind. Fehlen wichtige Informationen für die Automatisierung, kann der zuständige Sachbearbeiter die entsprechenden Informationen entweder an den Software-Roboter übergeben (siehe auch Human-in-the-Loop) oder die vorqualifizierte Beschwerde manuell bearbeiten. Intelligent Process Automation am Beispiel des Complaint Managements vereint die Vorteile der Einzeldisziplinen künstliche Intelligenz und klassische Robotic Process Automation. Diese Kombination ermöglicht eine wesentlich schnellere, kostengünstigere und potenziell zielorientiertere Interaktion mit dem Kunden als mit klassischen Methoden.

Reporting

Das interne Reporting ist eine der am weitesten verbreiteten Methoden der internen Kommunikation in einem Unternehmen. In Anbetracht der zunehmenden Verflechtungen in der Geschäftswelt und der Komplexität der unternehmerischen Aktivitäten ist eine effiziente und intelligente Gestaltung der Berichtsstrukturen sowie der Informationsflüsse in einem Unternehmen unabdingbar. Aus einer Vielzahl verfügbarer Informationsquellen in den Abteilungen Finanzen und Controlling ist meist nur eine kleine Teilmenge aller möglichen Aspekte für eine unternehmerische Entscheidung relevant. Diese Teilmenge ist das Ergebnis eines Datenkonsolidierungsprozesses, der die Schritte der Datenerfassung, -dokumentation, -aufbereitung und -präsentation umfasst. Darüber hinaus sind häufig verschiedene Datenpools, Systeme und Anwendungen aus einer heterogenen IT-Systemlandschaft im Einsatz, was zu zusätzlichen Ineffizienzen bei der Erfassung, Übermittlung und Abfrage von entscheidungsrelevanten Daten führt.

Automatisiertes KPI-Reporting

Die Implementierung zunehmend innovativer Techniken bietet viele verschiedene Möglichkeiten zur Individualisierung und Automatisierung von Berichtsstrukturen. Mit intelligenten Automatisierungsinitiativen können die relevanten Kennzahlen automatisch berechnet, visualisiert und im entsprechenden Format übertragen werden.

Zu diesem Zweck wird zunächst verschlüsselt auf die zugrunde liegenden Datenbanken und Quellenwendungen zugegriffen. Die relevanten Informationen werden aus den als maßgeblich identifizierten Datenpools, Systemkomponenten und Tabellen extrahiert und zur weiteren Verarbeitung an die Zielapplikation übertragen. Dabei spielt die Aggregation der Quellda-

ten auf Basis der notwendigen Organisationseinheiten und damit der Hierarchieebenen eine wesentliche Rolle. Die nachfolgende Visualisierung über ein zuvor ausgewähltes BI-Tool basiert auf Live-Datenaggregationen aus der Zieldatenbank. In diesem Fall werden die KPIs nur als Teil der Visualisierung berechnet und ausgegeben. Die zugrunde liegenden Hierarchieebenen können als Filter für verschiedene Berichtsempfänger einbezogen werden. Basierend auf der Empfängergruppe des Berichts wählt die Automatisierungssoftware die entsprechende Berichtsansicht aus und exportiert sie in eine definierte E-Mail-Struktur, die dann an die Empfängergruppe gesendet wird. Wenn während des Prozesses ein Fehler auftritt, wird eine Fehlermeldung an das Anwendungsmanagementteam übermittelt, um eine zeitnahe Fehlerbehebung zu ermöglichen.

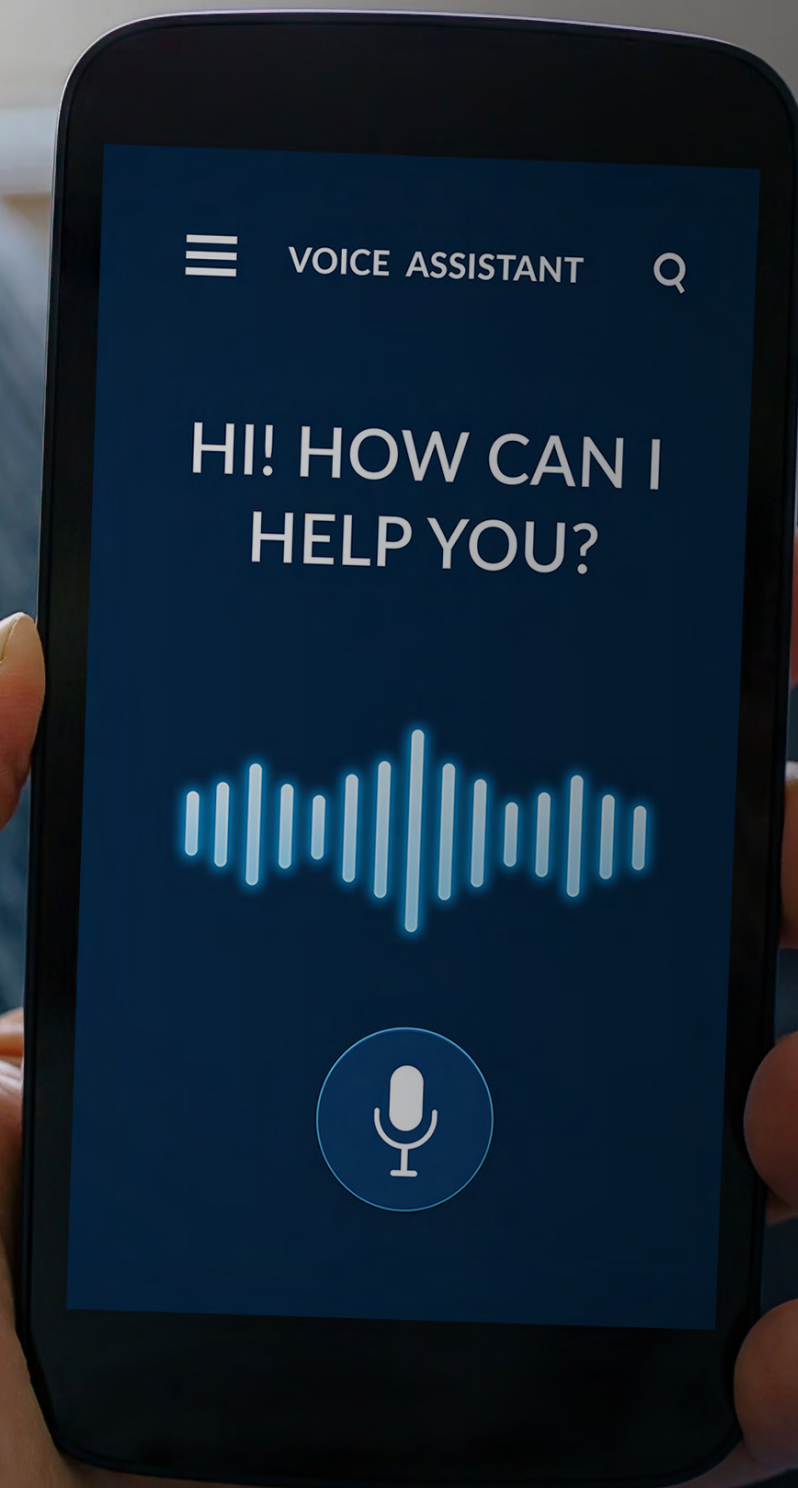
Mehrwert

Die Entwicklung und **Implementierung** einer **intelligenten Automatisierungslösung** im Reporting wirkt sich positiv auf den kosten- und zeitintensiven Prozess der Informationssammlung, -aggregation und -aufbereitung in Form von Berichten aus. Die intelligente Automatisierungslösung kann die gesammelten Informationen analysieren, um bestimmte Muster und Korrelationen innerhalb der Datenstrukturen zu erkennen, und diese Muster nutzen, um anschließend erstellte Berichte individuell anzupassen. Die Berichtsautomatisierungslösung ermöglicht zudem eine genaue Identifizierung der Art und Weise, wie Informationen generiert wurden. Die Berichtsautomatisierung ermöglicht es Unternehmen, Antworten auf ihre täglichen Fragen zu finden und Daten zu analysieren, sodass sie ihr Wissen erweitern und die Entscheidungsfindung durch die Nutzung dieser Erkenntnisse verbessern können.

Die Ergebnisse einer solchen Initiative verkürzen die Zeit, die benötigt wird, um ein Dashboard zu verstehen, was wiederum bei den Stakeholdern das allgemeine Engagement für und die Akzeptanz von Business Intelligence-Investitionen erhöht. Berichte können an eine bestimmte Stakeholder-Gruppe angepasst werden und sind gleichzeitig hinsichtlich Konsistenz und Logik im gesamten Unternehmen vertrauenswürdig. In einem vorgelagerten Informationsbeschaffungsprozess kann daher eine Initiative zur intelligenten Berichtsautomatisierung die verantwortlichen Führungskräfte optimal dabei unterstützen, qualitativ hochwertige Erkenntnisse über vergangene Geschäftsvorgänge zu gewinnen und diese an die entsprechenden Berichtsempfänger weiterzuleiten.

Unser Fazit: Mit der intelligenten Automatisierungslösung kann nicht nur die Relevanz von Berichten erhöht werden, sondern auch der Zeitaufwand für die Erstellung von Berichten reduziert und gleichzeitig deren Qualität gesteigert werden.





70%

of businesses say that voice assistants are revolutionary.

63% believe that voice assistants will play as big of a role in their life as smartphone and 58% would rather talk to a device than type it in.

(State of the Connected Customer; Salesforce Report, 2019)

100%

The number of digital voice assistants in use worldwide is about to double between 2020 and 2024.

Forecasts suggest that by 2024, the number of digital voice assistants will reach 8.4 billion units.

(Voicebot.ai, Business Wire, 2020)

Digitale Assistenten

Obwohl der allererste Chatbot bereits Ende der 1960er Jahre entwickelt wurde, fanden Gesprächsassistenten erst rund 50 Jahre später bei einem breiten Nutzerspektrum Zuspruch. Die Lösung hat nicht nur an Popularität gewonnen, sondern sich auch in Bezug auf die Funktionalitäten und Konversationsmöglichkeiten erheblich weiterentwickelt, da sie von den im Laufe der Jahre erreichten technischen Fortschritten profitiert, insbesondere in den Bereichen künstliche Intelligenz und Verarbeitung natürlicher Sprache. Da sich die Fähigkeiten von Chatbots von einem Bot, mit dem man sich nett unterhalten und einfache Fragen beantworten lassen kann, zu einer Lösung zur Unterstützung der Benutzer bei verschiedenen Alltagsaufgaben gewandelt haben, sprechen wir von „digitalen Assistenten“ und nicht von „Chatbots“.

Ob es um Informationen zu einem Produkt oder einer Dienstleistung geht oder um die Abwicklung von Finanztransaktionen, der Einsatz von digitalen Assistenten ist vielseitig und in verschiedenen Branchen sowie in mehreren Phasen der Customer Journey möglich. Digitale Assistenten können so ausgelegt werden, dass sie mehrere Aufgaben erledigen und in einem menschenähnlichen Design mit fortgeschrittenen Konversationsfähigkeiten und Persönlichkeitsmerkmalen funktionieren, wodurch die technische Lösung für die Nutzer zugänglicher und sympathischer wird. Da die Kunden heute unabhängig von Zeit und Ort die sofortige Informationsbereitstellung verlangen, ist es nicht verwunderlich, dass die Beliebtheit digitaler Assistenten weiter zunimmt, zumal die durch Integration in verschiedene Medien- und Gerätearten realisierbare Rund-um-die-Uhr-Verfügbarkeit einer ihrer größten Vorteile ist.

Um den Kunden sofortige Antworten auf ihre Fragen zu geben, können Sprachassistenten als intelligente Lösung implementiert werden, da sie Multitasking ermöglichen und die Kunden durch die Bereitstellung von Informationen oder die Ausführung einfacher Aufgaben unterstützen, sodass auch unterwegs oder beim Autofahren Fragen beantwortet werden können. Die Technologie nutzt Spracherkennung und die Verarbeitung natürlicher Sprache, um auf gesprochene Befehle zu hören und zu reagieren, sodass die Kunden auf natürliche Weise mit Sprachassistenten kommunizieren können.

Sprachassistenten im Auto über mobile Apps



Auch die Automobilindustrie in Deutschland kann sich dem Trend nicht entziehen und nutzt seit Jahren das Potenzial digitaler Assistenten. Da Autos immer mehr zu digitalen Produkten werden, erwarten die Kunden zunehmend auch während der Fahrzeugnut-

zung ein digitales Erlebnis. Dies zeigt sich insbesondere an der wachsenden Beliebtheit mobiler Apps mit Sprach- und Textassistenten, die im Auto vor, während und nach der Fahrt verwendet werden können, um die Kunden mit Informationen zu versorgen, wann und wo immer sie diese benötigen. Die Lösung kann in eine neue oder bestehende mobile iOS- oder Android-App integriert werden, die den Kunden die Wahlmöglichkeit bietet, ob sie ihre Fragen per Text- oder nur per Spracheingabe stellen möchten. Ziel ist es, eine einfache und intuitive Lösung mit natürlicher Kommunikation zu bieten.

Vor der Fahrt können die Kunden per Sprach- oder Texteingabe mit der App interagieren. Die mobile App selbst kann in das Infotainmentsystem des Fahrzeugs integriert werden, ebenso wie die Mobiltelefone der Kunden. Bei der Verarbeitung von Informationsanfragen kann der digitale Assistent auch in Form einer multimedialen Antwort reagieren, z. B. durch die Bereitstellung eines Anleitungsvideos oder eines Routenvorschlags, den der Kunde in einer Navigations-App öffnen kann. So können die Kunden bereits vor dem Einsteigen ins Auto Routen auf ihrem Mobiltelefon planen. Da der Assistent Teil der mobilen App ist, können weitere Inhalte modelliert werden, z. B. ein vollständig digitalisiertes Fahrzeughandbuch oder die Nutzung der App zur Hervorhebung von Informationen zur E-Mobilität, um Kunden besser mit ihrem (ersten) Elektroauto vertraut zu machen und ihnen zu helfen, günstige Ladetarife oder Ladestationen in der Nähe ihres aktuellen Standorts zu finden.

Während der Fahrt ermöglicht die Interaktion per Sprache über die in das Infotainmentsystem integrierte App ein sicheres, freihändiges Erlebnis und ist äußerst komfortabel, da sie den Nutzern sofort die gewünschten Informationen zur Verfügung stellt, die sie sonst nur über die manuelle Bedienung des Infotainmentsystems im Auto oder das Nachschlagen im Fahrzeughandbuch erhalten würden.

Das Voice User Interface (VUI) ist ein unentbehrlicher Aspekt bei der Entwicklung einer sprach- und chatfähigen digitalen Anwendung. Mit Hilfe von Technologien wie Spracherkennung, Verstehen natürlicher Sprache und Text-to-Speech, um gesprochene Sprache verstehen und in gesprochener Sprache antworten zu können, ermöglicht das VUI den Kunden die Interaktion mit dem Assistenten. VUIs können in verschiedene Geräte wie Smartphones, Autos oder Haushaltsgeräte integriert werden. Zur Modellierung der Gespräche ist die Nutzung eines Content Management Systems (CMS) für die Speicherung der verschiedenen Konversationselemente und Themenbereiche möglich. Durch den Zugriff auf mehrere APIs

lassen sich zusätzliche Erweiterungen realisieren, um weitere Abfragen und Funktionen bereitzustellen.

Mehrwert



Die Implementierung von digitalen Assistenten kann für Unternehmen zahlreiche Vorteile mit sich bringen. In Anbetracht der Tatsache, dass die meisten Call-Center mit sich wiederholenden Fragen konfrontiert sind und daher viel Zeit für die Beantwortung derselben Fragen aufwenden müssen, können mit digitalen Assistenten einfache und häufig auftretende Anfragen durch die Modellierung der Fragen und entsprechenden Antworten in der App verringert werden. Dies würde nicht nur die Anzahl der Anrufe und anderen Formen der Kontaktaufnahme mit dem Contact Center reduzieren, sondern auch dazu beitragen, dass sich die Call-Center-Mitarbeiter*innen auf komplexe Anfragen konzentrieren können, die mehr Support erfordern, und somit eine höhere Effizienz von Contact Centern gewährleisten. Aus Kundensicht kann der zeitsparende Aspekt des direkten Kontakts mit dem digitalen Assistenten, anstatt in der Warteschlange zu warten, bis ein Call-Center-Mitarbeiter*innen Zeit für die Fragenbeantwortung hat, zu einer insgesamt verbesserten Kundenerfahrung führen. Die Integration eines Sprachassistenten in eine mobile App bietet weitere Vorteile: Damit kann jederzeit auf Informationen über das Fahrzeug oder andere Produkte zugegriffen werden, auch außerhalb des Fahrzeugs, und der Kunde hat die Möglichkeit, auf einfache Art und Weise per Sprach- oder Texteingabe durch die App zu navigieren. Der Kunde findet sämtliche Informationen über das Fahrzeug in der mobilen App und muss nicht im Call-Center anrufen oder im Internet oder Fahrzeughandbuch suchen. Die Zugänglichkeit von digitalen Assistenten ist einer ihrer größten Vorteile: Digitale Assistenten stehen rund um die Uhr zur Verfügung, bieten eine Freisprechfunktion und ermöglichen es den Kunden, die ihnen angenehmste Kommunikationsart auszuwählen. So können sie zu einem außergewöhnlichen Kundenerlebnis beitragen.

ZUSAMMEN- FASSUNG

Anhand der beschriebenen Beispiele wird deutlich, dass Automatisierung in verschiedenen Prozessen, auf unterschiedliche Weise und mit verschiedenen Technologien erfolgen kann, z.B. in Form von Robotic Process Automation, Machine Learning und vielem mehr. Daher sollte der Ansatz zur Prozessoptimierung durch Automatisierung ebenso vielseitig und damit ganzheitlich sein.

Durch den oben beschriebenen ganzheitlichen Ansatz können die Kernkomponenten und -technologien für die Optimierung schnell und einfach identifiziert werden. Somit kann für jeden Geschäftsprozess, für den Optimierungspotenzial besteht, die beste Lösung entsprechend der Unternehmensstrategie gefunden werden.

Der Ansatz der intelligenten Automatisierung bildet die Grundlage für die optimale Umsetzung Ihrer digitalen Strategie.

Herausgeber

MHP Management- und IT-Beratung GmbH

ENABLING YOU TO SHAPE A BETTER TOMORROW

Als Technologie- und Businesspartner digitalisiert MHP die Prozesse und Produkte seiner Kunden und begleitet sie bei ihren IT-Transformationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Als Digitalisierungspionier in den Sektoren Mobility und Manufacturing überträgt MHP seine Expertise in unterschiedlichste Branchen und ist der Premium-Partner für Thought Leader auf dem Weg in ein Better Tomorrow.

Weltweit betreut MHP über 300 Kunden: führende Konzerne und innovative Mittelständler. MHP berät sowohl operativ als auch strategisch und liefert ausgewiesene IT- und Technologie-Expertise sowie spezifisches Branchen Know-how. Als OneTeam agiert MHP international, mit Hauptsitz in Deutschland und Tochtergesellschaften in den USA, UK, Rumänien und China.

Seit 25 Jahren gestaltet MHP gemeinsam mit seinen Kunden die Zukunft. Über 3.000 MHPler*innen vereint der Anspruch nach Excellence und nachhaltigem Erfolg. Dieser Anspruch treibt MHP weiter an – heute, morgen und in Zukunft. **MHP: DRIVEN BY EXCELLENCE**

 Ansprechpartner



Sven Sojka
Manager
Financial Innovation & Optimization
sven.sojka@mhp.com

 Autor*innen



Marc Kübler
Senior Consultant
marc.kuebler@mhp.com



Alexander Gerlich
Senior Consultant
alexander.gerlich@mhp.com



Tizian Leitloff
Senior Consultant
tizian.leitloff@mhp.com



Visaka Kaov
Consultant
visaka.kaov@mhp.com



Philipp Grote
Consultant
philipp.grote@mhp.com



Lennart Henze
Consultant
lennart.henze@mhp.com

ENABLING YOU
TO SHAPE A BETTER
TOMORROW >>>

Bildrechte ©by Adobe Stock
Titel DedMityay // Seite 2/3, 17 jirsak // Seite 6 Sikov // Seite 8/9 Елена Бутусова // Seite 12/13
Andrey Popov // Seite 14/15 maicasaa // Seite 16 metamorworks // Seite 18/19 LuckyStep

Layout
Freiland Design

MHP: DRIVEN BY EXCELLENCE

20 MHP Offices in Germany, England, USA, China,
Romania, Czech Republic, Austria, Israel, and Hungary.



Germany

Ludwigsburg
(Headquarters)
Berlin
Düsseldorf
Frankfurt a. M.
Ingolstadt
Munich
Nuremberg
Wolfsburg

International

Atlanta (USA)
Reading (England)
Cluj-Napoca (Romania)
Timișoara (Romania)
Prague (Czech Republic)
Shanghai (China)
Zell am See (Austria)
Tel Aviv (Israel)
Budapest (Hungary)

www.mhp.com