

MENSCH UND MASCHINE – DER RICHTIGE MIX ENTSCHEIDET

Digitalisierung in der Kundenkommunikation – Wohin geht die Reise? Diese Frage stand im Mittelpunkt der Enghouse-Fachkonferenz „VISION 20XX“. Rund 100 Fach- und Führungskräfte aus serviceorientierten Branchen folgten der Einladung in den historischen Kupfersaal nach Leipzig.

Mensch und Maschine: In der Kombination liegen Chancen

„Die Entwicklung hin zum Roboter gehört zur normalen Evolution.“ Mit dieser provokanten These fesselte Robindro Ullah gleich zu Beginn seines Vortrags die Teilnehmer an ihre Stühle. Die Digitalisierung, so der bekannte Personalmanager und Top-Influencer, entwickle sich exponentiell mit rasender Geschwindigkeit. Das müssen Unternehmen wissen und intelligent mit Maschinen zusammenarbeiten. Denn: „Die Kombination Mensch/Maschine schlägt jeden Menschen und jede Maschine“, so Ullah.

„Have you got a job description?“

Viel Beifall und Zuspruch erntete Alex Black von Enghouse in seinem ebenso amüsant wie kontrovers gehaltenen Vortrag in Sachen Künstliche Intelligenz und Kundeninteraktion. Neben Empathie spiele das Wissensmanagement, mit dem Roboter gespeist würden, eine entscheidende Rolle. Dienstleister müssen vor allem wissen, wo und warum automatisierte Geschäftsprozesse von Nutzen sein können. Erst dann kann Robotereinsatz zu mehr Effizienz verhelfen.

„Tornado durch Künstliche Intelligenz“

Mit diesen Worten leitete Prof. Dr. Gunter Dueck seine Keynote ein. Der langjährige



Chief Technology Officer von IBM Deutschland, Forscher, Publizist und Autor satirisch-philosophischer Bücher beleuchtete in seinem Vortrag facettenreich die unterschiedlichsten Auswirkungen der Beziehungen zwischen Mensch und Maschine. Als erstes müsse der richtige Umgang mit Künstlicher Intelligenz geklärt sein, erst dann würden sich wirklich sinnvolle Einsatzmöglichkeiten dieser Technologie im Kundenservice herauskristallisieren.

Den Abschluss des ersten Veranstaltungstages bildete eine Podiumsdiskussion zum Thema „Wanted! – Der richtige Mix aus Mensch & Maschine“. Die Podiums-Teilnehmer waren sich in Sachen Künstliche Intelligenz darüber einig, dass Effizienz der Treiber der Entwicklung sein muss und die Dienstleistungsbranche bei der Umsetzung von Künstlicher Intelligenz und automatisierten Geschäftsprozessen grundsätzlich im Vorfeld die Frage klären muss, was der Kunde eigentlich will.

Praxisbeispiele und Produktneuheiten

Der zweite Veranstaltungstag war geprägt von Impulsvorträgen und informativen Produkt-Roadmaps. Unterstützt von seinen Partnern informierte Enghouse unter anderem über:

- Kosteneffizienz, hohe Flexibilität und Skalierbarkeit von Contact-Center-Lösungen aus der Cloud anhand des CCSP,
- geplante Features und Produktneuheiten der „ELSBETH“-Suite und
- den geplanten Social Media Connector für die Omnichannel-Lösung „Voxtron Communication Center“.



**Enghouse
Interactive**

Astrid Pocklington,

Marketing Director Enghouse Interactive,
www.enghouseinteractive.de