

MEHR MENSCHLICHKEIT

im Kundenkontakt

Die Vorteile und Möglichkeiten von KI



Wir haben gehofft, dass
Maschinen **UNS HELFEN.**

Wir waren besorgt, sie
könnten **UNS ERSETZEN.**

Die Wirklichkeit übertrifft
unsere Erwartungen:
KI bietet überraschend
VIELE MÖGLICHKEITEN. 

Mehr Menschlichkeit im Kundenkontakt durch KI

Die ersten Aussagen zu künstlicher Intelligenz (KI) wirkten immer recht utopisch und beschrieben Androide, die nur darauf warteten, unsere Wünsche zu erfüllen – vom Frühstück im Bett bis zum Hausputz. Sie sollten sogar Gespräche führen und uns Gesellschaft leisten können. Die KI-Bots unserer Zukunftsträume waren nicht nur persönliche Assistenten, sondern übermenschliche Maschinen und mit erstaunlich menschlichen Eigenschaften.

Diese Vision hat sich nicht verwirklicht, aber wir beginnen langsam, die Vorteile und die Möglichkeiten von KI zu erkennen, die uns das Leben erleichtern können.

Wir wissen inzwischen viel besser, wie wir KI zielgerichtet einsetzen müssen, um uns bei alltäglichen Problemen zu helfen – und um unsere Mitmenschen besser zu verstehen. Dies kommt genau zum richtigen Zeitpunkt. In der modernen Welt steigt der Druck, das Leben erscheint komplizierter und vielen Menschen fehlt der Kontakt zu anderen.

KI kann bei diesen Problemen helfen – wenn wir sie korrekt einsetzen, um Menschen zu Hause und am Arbeitsplatz zu unterstützen. Und mit Empathie als Leitfaden könnten Contact Center zu Vorbildern in einer KI-gestützten Welt werden, da sie effiziente und gleichzeitig persönliche Interaktionen ermöglichen.

Mehr Menschlichkeit im Kundenkontakt durch KI

BISHERIGE ENTWICKLUNG

Positive Ergebnisse

Die KI-Anwendungen der ersten Generation wiesen zwar gewisse Beschränkungen auf, haben aber dennoch gezeigt, dass die Technologie die Investitionen wert ist, insbesondere in Contact Centern.

Detailliertere Informationen

Da KI-Anwendungen immer effizienter werden und daher immer größere und komplexere Datensätze analysieren, erhalten wir Informationen, die von Menschen in dem Maße nicht erfasst werden könnten, zum Beispiel Korrelationen zwischen den Skills eines bestimmten Mitarbeiters im Contact Center und KPIs wie der Erstabschlussquote. Dank dieser neuen Erkenntnisse können Contact-Center-Manager die Leistung der Mitarbeiter durch gezielte Coaching- und Fortbildungsangebote optimieren.

Automatisierter Service

Aufgrund der weltweiten Digitalisierung erwarten wir inzwischen, dass uns Services jederzeit und überall zur Verfügung stehen. KI-gestützte Bots ermöglichen einen effizienteren Self-Service rund um die Uhr, zum Beispiel für die Abfrage von Kontodaten oder für andere einfache Interaktionen. Ein zusätzlicher Vorteil ist, dass Mitarbeiter in Contact Centern dadurch mehr Zeit haben, sich auf komplexere und wichtigere Kundenkontakte zu konzentrieren.

Bessere Compliance und Qualitätssicherung

Moderne Funktionen für Sprach- und Textanalysen ermöglichen eine genauere Aufschlüsselung aller Kundeninteraktionen. Das sorgt für eine deutlich bessere Qualitätssicherung im Vergleich zu manuell erstellten Berichten oder zufälligen Stichproben. Das automatisierte Monitoring reduziert zudem das Risiko von Compliance-Verstößen und schützt damit sowohl den Ruf eines Unternehmens als auch sein Geschäftsergebnis.



65%

DER NUTZER VON KI-ANWENDUNGEN

verzeichneten eine deutliche Steigerung der Mitarbeiterproduktivität.

The Economist: „AI comes of age: Putting customers and employees at the heart of data-driven journeys“, 2021

Bisherige Erkenntnisse

Bei den KI-Anwendungen der ersten Generation haben wir schnell gelernt, wie wichtig es ist, die Menschen weiterhin in diese neue KI-gestützte Welt einzubinden. Auch für die Zukunft sollten wir diese Erkenntnisse berücksichtigen.

Mensch und Maschine: Ziemlich beste Freunde

Die KI bietet so viele und vielfältige Möglichkeiten, dass man schnell versucht ist, ihr möglichst viele Aufgaben zu übertragen. Wesentlich effizienter und effektiver ist allerdings, wenn Mensch und Maschine zusammenarbeiten und jeweils die Aufgaben übernehmen, für die sie am besten qualifiziert sind. Damit fällt KI-Anwendungen in Contact Centern eine neue Rolle zu: zum einen Produktivitätstool, zum anderen Kollege. Da die KI-Funktionen ständig weiterentwickelt werden, müssen wir diese Arbeitsteilung regelmäßig überprüfen und gegebenenfalls anpassen.

Die Bedeutung der Customer Journey

Viele Kunden waren von den ersten Bots und Self-Service-Optionen enttäuscht. Das lag nicht nur daran, dass ihre Fragen nicht korrekt beantwortet wurden, sondern auch daran, dass die Interaktionen so schwierig waren. Diese Störung in der Customer Journey senkte die Zufriedenheit und bedrohte die guten Beziehungen zu den Kunden. Eine erfolgreiche KI-gestützte Automatisierung muss reibungslose Interaktionen ohne großen Kundenaufwand bieten und, wenn persönlicher Kontakt zu einem Mitarbeiter erforderlich ist, eine nahtlose Übergabe ermöglichen.

Kontinuierliche Innovationen

Die KI-Technologien entwickeln sich rasant weiter. Was gestern noch unmöglich erschien, ist heute schon alltäglich. In Zukunft wird es Funktionen geben, die wir uns jetzt noch nicht einmal vorstellen können. KI-Modelle lernen wie Menschen aus ihren Erfahrungen. Wenn wir die Möglichkeiten der KI optimal ausschöpfen möchten, müssen wir uns von der kontinuierlichen Verbesserung (Continuous Improvement) lösen und stattdessen auf kontinuierliche Innovationen setzen.



KI ohne Menschlichkeit

Als die ersten KI-Anwendungen in Contact Centern eingesetzt wurden, war vielen nicht bewusst, dass menschliche Kontakte weiterhin eine wichtige Rolle spielen. Die ersten Unternehmen, die sich für eine KI-gestützte Automatisierung entschieden, berücksichtigten häufig nicht die Konsequenzen für Kunden oder Mitarbeiter. Die KI-Modelle waren auch nicht transparent, sondern eher eine Art Black Box, die weder auf die Fachkenntnisse noch das Verständnis von Experten zugreifen konnte.

Die erste Generation der Sprach-Bots verfügte zudem nur über einen begrenzten Wortschatz, was bei Kunden meist eher zu Frustration als zu Zufriedenheit führte. Sie waren in endlosen Skriptschleifen gefangen und konnten einfach keinen Mitarbeiter erreichen. Statt das Problem zu lösen, wurden die Bots also selbst zu einem und erforderten einen größeren Aufwand von Seiten der Kunden.

Ohne die Mitarbeiter konnten einfach nicht die gewünschten Ergebnisse erzielt werden. Aber wir haben aus dieser Lektion gelernt.

**„ICH HASSE ES, VON MASCHINEN
ANGESPROCHEN ZU WERDEN.** Wir haben eine Mikrowelle, die nach dem Klingeln am Ende immer einen guten Appetit wünscht, selbst wenn ich mir nur eine Tasse Kaffee aufgewärmt habe. Ich sage ihr ständig, sie soll endlich ruhig sein – wenn auch nicht immer so höflich!“

Joe Sharkey

The New York Times

6. März 2008

Mehr Menschlichkeit im Kundenkontakt durch KI

WAS HEUTE SCHON GEHT

Was sich verändert hat

Die KI-Technologie hat sich weiterentwickelt und inzwischen gibt es marktreife Lösungen, die wesentlich effektiver und effizienter sind. Sie spielen eine immer wichtigere Rolle bei der Unterstützung der Mitarbeiter in Contact Centern.

Noch nie war es so einfach

Die Einführung von KI-Anwendungen ist auch für Anfänger kein großes Problem mehr. Die Implementierung und Nutzung der einsatzbereiten Lösungen ist so einfach, dass sie für viel mehr Unternehmen interessant werden. Die Amortisationszeit konnte deutlich verkürzt werden. Außerdem müssen Unternehmen keine KI-Experten beschäftigen, um KI-gestützte Lösungen nutzen zu können.



KI hält Einzug ins Business

KI-Anwendungen sind nicht mehr nur IT-Teams und Datenwissenschaftlern vorbehalten. Dank benutzerfreundlicher Oberflächen und Tools, für die keine oder nur wenig Programmierkenntnisse notwendig sind, können viel mehr Mitarbeiter diese Anwendungen bereitstellen, modifizieren und nutzen. Vertriebs-, Marketing- und Finanzabteilungen sind am Einsatz von KI-Anwendungen interessiert und daher auch eher bereit, Ressourcen zu teilen, Daten freizugeben und Systeme zu integrieren.

Anwendungen für bestimmte Einsatzbereiche

Allgemeine Analysen und Chatbots gehören längst der Vergangenheit an. Viele der modernen KI-Anwendungen bieten branchenspezifische Funktionen für bestimmte Einsatzbereiche, die zudem angepasst werden können. Daher liefern die Analysen inzwischen relevante Erkenntnisse zu den spezifischen Anforderungen eines Unternehmens. Außerdem können die Bots besser kommunizieren und dadurch den Kunden tatsächlich weiterhelfen.

So wird KI zur Erfolgsstory

Die Zahl der KI-Anwendungen wird schon bald nahezu explosionsartig ansteigen. Durch die zunehmende Verbreitung werden einfache KI-gestützte Analysen und Automatisierungsfunktionen nicht mehr als Wettbewerbsvorteil gelten. Sie müssen dafür sorgen, dass Sie sich von der breiten Masse abheben. Dazu sollten Sie die folgenden Punkte berücksichtigen:

1. Ergebnisorientierte Entwicklung
2. Reibungslose Customer Journeys
3. Umfassende Unterstützung der Mitarbeiter
4. Flexible Technologien

Sehen wir uns die einzelnen Punkte genauer an →



78%

**DER CONTACT-CENTER-MANAGER
GEHEN DAVON AUS, DASS KI IM
NÄCHSTEN JAHR EINE ENTSCHEIDENDE
ROLLE IN DER CX SPIELEN WIRD.**

The Economist: „AI comes of age: Putting customers and employees at the heart of data-driven journeys“, 2021

So wird KI zur Erfolgsstory

1. Ergebnisorientierte Entwicklung

Wählen Sie einen bestimmten Anwendungsfall und legen Sie das gewünschte Ergebnis im Detail fest. Ermitteln Sie dann, welche Einschränkungen dieses Ergebnis momentan unerreichbar machen.

Ein Onlinehändler könnte beispielsweise feststellen, dass recht viele Käufer Artikel in den Einkaufskorb legen, dann aber den Kauf vor der Bezahlung abbrechen.

Mitarbeiter können unmöglich alle Kaufvorgänge der Kunden monitoren, aber ein KI-Modell kann das durchaus leisten. Dank dieser Informationen kann der Händler dann an der entsprechenden Stelle einen Bot einsetzen, der den Kunden hilft, den Kauf abzuschließen.



2. Reibungslose Customer Journeys

Jeder Schritt der Customer Journey ist wichtig, daher müssen alle Phasen auf die Erwartungen der Kunden abgestimmt sein. Zudem erwarten Kunden einen reibungslosen Ablauf – und zwar bei jedem Kontakt.

Daher müssen Sie Kundenbedürfnisse prognostizieren und proaktiv Interaktionen anbieten können. KI-Lösungen können einen solchen Service unterstützen, solange die Kundenerfahrung (Customer Experience; CX) weiterhin im Mittelpunkt steht. Der potenzielle Mehrwert ist enorm.

53%

**DER FÜHRENDEN KI-GESTÜTZTEN
UNTERNEHMEN SIND DER ANSICHT,
DASS SIE SICH IN BEZUG AUF DIE CX
DEUTLICH VON MITBEWERBERN ABHEBEN.**

The Economist: „AI comes of age: Putting customers and employees at the heart of data-driven journeys“, 2021

So wird KI zur Erfolgsstory

3. Umfassende Unterstützung der Mitarbeiter

Nur Ihre Mitarbeiter bringen die Empathie und das Feingefühl mit, die manchmal notwendig sind, um ein komplexes Problem zu lösen oder eine anfänglich negative Kundenerfahrung zu einem guten Ende zu bringen. KI-gestützte Lösungen können Ihr Team dabei allerdings unterstützen.

So können Sie Ihren Mitarbeitern für jede Interaktion KI-gestützte Tools und Informationen bereitstellen, Teamleitern einen besseren Überblick über die Leistungsdaten und personalisierten Schulungs- und Fortbildungsangebote verschaffen und der Personalabteilung korrekte Prognose- und Planungstools an die Hand geben, mit denen sie schnell und flexibel auf neue Situationen reagieren können. Besser informierte Mitarbeiter sind motivierter, engagierter und damit auch effizienter.

4. Flexible Technologien

Die Zukunft der Unternehmen sind modulare Architekturen, die sich auf die individuellen Anforderungen ausrichten lassen. Nur so können sie mit den dynamischen Anforderungen der digitalen Welt mithalten. Sie können es sich nicht leisten, an eine starre, anfällige Technologiearchitektur gebunden zu sein.

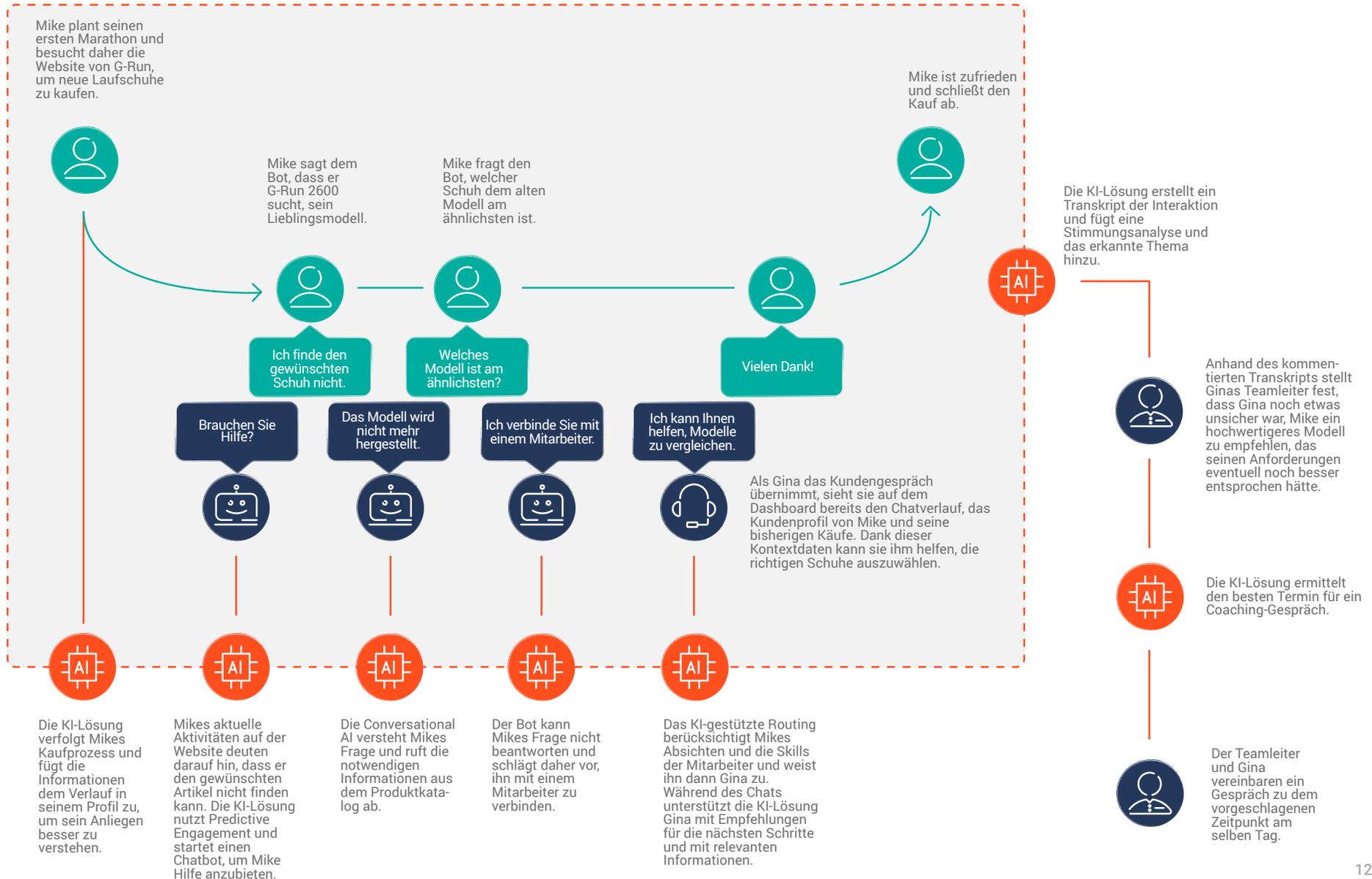
Mit älteren Systemen, die keine unmittelbare Anpassung an Änderungen des Kundenverhaltens und neue Kundenerwartungen ermöglichen, können Sie keine überzeugenden Customer Experiences bieten und fallen schon bald hinter flexibleren Mitbewerbern zurück. Modulare Architekturen ermöglichen flexiblere Prozesse und die Entwicklung zukunftssicherer Angebote.

„**DIE ZUKUNFT DER UNTERNEHMEN SIND MODULARE ARCHITEKTUREN**, die sich auf die individuellen Anforderungen ausrichten lassen. Nur so können sie mit den dynamischen Anforderungen der digitalen Welt mithalten.“

Was **KI** heute schon kann

Größere Effizienz und mehr Empathie für eine bessere Erfahrung – sowohl für Kunden als auch für Mitarbeiter

KI-gestützte Interaktionen



Mehr Menschlichkeit im Kundenkontakt durch KI

ERFOLGSSTORIES

Erfolgsgories

Mit den zunehmenden KI-Funktionen steigt auch die Zahl der Einsatzbereiche für KI-Anwendungen. Unternehmen in diversen Branchen wie Einzelhandel, Bankwesen und Reise/Tourismus konnten sich mit KI-Anwendungen zur Verbesserung der Kunden- und Mitarbeitererfahrung schon einen erheblichen Wettbewerbsvorteil verschaffen.

Wir stellen einige der Erfolgsberichte vor →

75%

DER BEFRAGTEN FÜHRUNGSKRÄFTE AUS KUNDENSERVICE, MARKETING UND VERTRIEB GABEN AN, DASS SIE DANK KI BEI DER CUSTOMER JOURNEY EMPATHISCHER AUF DEN KUNDEN EINGEHEN KÖNNEN.

The Economist: „AI comes of age: Putting customers and employees at the heart of data-driven journeys“, 2021



Mit der Zunahme an E-Commerce sah sich der Haushaltsgerätehersteller Electrolux den dynamischen Marktbedingungen ausgeliefert. Die Unternehmensführung wollte neue digitale Vertriebskanäle nutzen, aber die bisherige Technologie konnte diese Anforderungen nicht erfüllen.

Mit der Genesys Cloud CX™-Plattform konnte Electrolux seine Contact Center in Customer Care Center umwandeln. Die KI-gestützten Funktionen halfen dem Unternehmen entscheidend dabei, die Kunden besser zu verstehen, ihre Bedürfnisse zu prognostizieren und die Umsätze zu steigern.

Wenn Kunden die Website besuchen, erfasst Genesys Predictive Engagement die einzelnen Punkte der Customer Journey und ermöglicht damit einen umfassenden Überblick über das Kundenverhalten. Sollte ein Kunde den Kauf unterbrechen oder ganz abbrechen, springt ein KI-gestützter Bot ein. Über sprachbasierte KI-Funktionen erfasst der Bot die Absichten des Kunden und liefert nützliche Hinweise aus dem integrierten System für das Wissensmanagement.

Außerdem können Probleme direkt an einen Mitarbeiter eskaliert werden. Dabei berücksichtigt das System das Kundenverhalten und leitet den Verlauf zusammen mit den gesamten Kontextdaten an einen Mitarbeiter mit den erforderlichen Skills weiter.

Das KI-gestützte System hat die Zufriedenheit der Kunden und der Mitarbeiter gesteigert und Electrolux konnte sich auf dem digitalen Markt erfolgreich durchsetzen.

[Hier geht es zur ganzen Story →](#)

„Wir können **DIE VERBINDUNGEN** zwischen den Ereignissen erkennen und feststellen, aus welchen Gründen Konversationen zu einem Kaufabschluss geführt haben oder nicht. So lernen wir, wie wir **DIE CUSTOMER EXPERIENCES IN ZUKUNFT WEITER VERBESSERN** können.“

Mateusz Jazdzewski

IT Consumer Experience Solutions Manager und
Head of CX Product bei Electrolux

Kunden erwarten inzwischen, Unternehmen über beliebige Kanäle kontaktieren zu können, aber das stellt Contact Center unter Umständen vor eine große Herausforderung. Swisscom, ein führender Anbieter von Mobilfunk-, Netzwerk-, Internet- und digitalen TV-Services, möchte seinen Kunden jederzeit und an jedem Ort alle gewünschten Kommunikationsmittel zur Verfügung stellen.

Dank einer KI-gestützten Lösung ist das auch möglich. Das Unternehmen entwickelte mit der Genesys Multicloud CX™ ein umfassendes Messaging-Modell. Dieses System entlastet nicht nur die Mitarbeiter, sondern verbessert auch die Kundenerfahrung.

Mit der Lösung von Genesys können 140 Mitarbeiter an sieben Standorten jeden Monat 20.000 Kundenanfragen in vier Sprachen effizient bearbeiten. Messaging-Bots übernehmen inzwischen zehn Prozent aller Anfragen, ohne diese an einen Mitarbeiter weiterleiten zu müssen. Auch 50 Prozent aller häufig gestellten Fragen können von einem Chatbot abgedeckt werden.

Das KI-gestützte vorausschauende Routing bietet Swisscom weitere Vorteile. Mithilfe von maschinellem Lernen weist Genesys Predictive Routing die Kundenanfragen dem jeweils besten Mitarbeiter zu. Das KI-gestützte Routing verkürzt die durchschnittliche Bearbeitungszeit und sorgt dafür, dass Kunden sofort mit einem Mitarbeiter verbunden werden, der über die erforderlichen Fachkenntnisse und Skills für das vorliegende Problem verfügt. Die Ergebnisse sind eindeutig: eine bessere Customer Experience und eine höhere Mitarbeiterproduktivität.

[Hier geht es zur ganzen Story →](#)

„Mit **GENESYS PREDICTIVE ROUTING** sind wir von einem starren Queue-basierten zu einem **STÄRKEN-BASIERTEM ROUTING** gewechselt. Dabei wird anhand eines spezifischen KPI und einer bestimmten Kundengruppe der bestgeeignete Mitarbeitende vermittelt - **UND DAS IM BRUCHTEIL EINER SEKUNDE.**“

Marcel Hischier

Product Manager Customer Interactions bei Swisscom

DNB, der größte Finanzdienstleister in Norwegen, verdankt seine starke Marktposition unter anderem der Tatsache, dass er schon seit über zehn Jahren auf Innovationen und eine Digital-First-Strategie setzt.

Dank KI-gestütztem Routing kann die Bank jetzt auch die Produktivität der Kredit- und Hypothekenteams optimieren. Wenn Kunden sich bezüglich eines Kredits oder einer Hypothek an die Bank wenden, sind sie häufig schon bereit, einen Vertrag zu unterschreiben. Daher sind diese Interaktionen äußerst wichtig. Die Effizienz der Interaktionen und die Qualität der Kundenerfahrung könnten darüber entscheiden, ob ein Kunde einen Vertrag mit DNB abschließt oder zu einem Mitbewerber wechselt.

Genesys Predictive Routing weist die Kunden den richtigen Mitarbeitern zu. Das KI-gestützte Routing hat die Erwartungen der Bank übertroffen und die durchschnittliche Bearbeitungszeit um

6,5 Prozent verkürzt. Dank dieser Zeitersparnis und den kürzeren Warteschlangen haben Mitarbeiter mehr Zeit, sich um die wichtigen Kredit- und Hypothekenverträge zu kümmern. Außerdem werden diese Kunden jetzt schneller betreut, wodurch die Bank eine branchenführende Kundenzufriedenheit und -treue erzielt.

[Hier geht es zur ganzen Story →](#)

„**DIE ERSTEN VORTEILE** sahen wir gleich in der ersten Woche und durch Datenupdates und bessere Übereinstimmungen wurden die Ergebnisse immer besser. Außerdem konnten wir die **WARTEZEIT ERHEBLICH VERKÜRZEN.**“

Ketil Berge

Technical Lead bei DNB

Mehr Menschlichkeit im Kundenkontakt durch KI

WAS UNS DIE ZUKUNFT BRINGT

Unsere Zukunft mit KI

KI ist eine leistungsstarke Technologie, die neue Möglichkeiten für Entwicklungen und Innovationen bietet. Mithilfe KI-gestützter Analyse- und Automatisierungsfunktionen können wir besser planen, effizienter arbeiten und flexibel auf die dynamischen Veränderungen der modernen Welt reagieren. Nachdem wir von den ersten Generationen der KI-Anwendungen wichtige Lektionen gelernt haben, können wir uns besser vorstellen, wie die Zukunft mit KI aussehen wird – und zwar erfolgreich und faszinierend.

Den Menschen war nicht immer bewusst, welche Möglichkeiten KI bietet. Wir sind nicht besonders gut darin, Muster in Big Data zu erkennen, um daraus Verhaltensweisen abzuleiten, aber die KI-Technologie kann das hervorragend. Im Verarbeiten von Informationen und Ableiten relevanter Erkenntnisse ist sie den Menschen weit überlegen.

Doch wir brauchen nicht nur leistungsfähige Technologie. Wir brauchen auch den zwischenmenschlichen Kontakt, Feingefühl und Empathie. Globalisierung, Telearbeit und digitale Transformation haben den Druck erhöht und zwischenmenschliche Kontakte werden immer schwieriger. Aber sie sind nicht unmöglich.

Wenn Mensch und Maschine zusammenarbeiten, können wir dank KI die Kunden und Mitarbeiter besser verstehen und dann mit einer größeren Empathie und individuellen Vorschlägen reagieren.

Für Contact Center ist das die optimale Lösung.

„In einer korrekt automatisierten und informierten Welt können die **MASCHINEN FÜR MEHR MENSCHLICHKEIT SORGEN**. Maschinen werden eventuell die Aufgaben übernehmen, die das Leben ermöglichen, und die **MENSCHEN** können dann dafür sorgen, dass **DAS LEBEN ANGENEHM UND LEBENSWERT IST**.“

Isaac Asimov
Robot Visions



WENN SIE SICH FÜR KI ENTSCHEIDEN, KANN GENESYS SIE BEI FOLGENDEN ZIELEN UNTERSTÜTZEN:

- Prognose von Kundenwünschen
- Proaktive Ansprachen
- Empathische Kundenbeziehungen

Verbessern Sie mit Daten die zwischenmenschlichen Interaktionen →

ÜBER GENESYS

Jedes Jahr unterstützt Genesys® Unternehmen in über 100 Ländern dabei, mehr als 70 Milliarden Customer Experiences zu bieten, die im Gedächtnis bleiben. Mit unseren effektiven Cloud-, Digital- und KI-Technologien können Kunden Experience as a ServiceSM, unsere Vision einer kundenorientierten Customer Experience, auch im großen Maßstab umsetzen. Die Lösungen von Genesys bieten Unternehmen die Möglichkeit, proaktive, vorausschauende und hyperpersonalisierte Erfahrungen anzubieten, um die Kundenbeziehungen bei Kontakten im Marketing, Vertrieb oder Kundenservice in allen Kanälen zu vertiefen und gleichzeitig die Produktivität und die Interaktionen der Mitarbeiter zu verbessern. Durch die Transformation einer Backoffice-Technologie zu einem innovativen Mittel zur Umsatzsteigerung ermöglicht Genesys relevante zwischenmenschliche Beziehungen, die das Kundenvertrauen und die Kundentreue fördern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.genesys.com/de 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.

© 2022 Genesys. Alle Rechte vorbehalten.