

Pressemitteilung

Inning am Ammersee, 20. April 2018

KLINGEL Gruppe erfolgreich auf Digitalisierungskurs

EINFACH MAL DIE KOMMUNIKATION UMKREMPELN...

Über eine Million E-Mails pro Jahr aus verschiedenen Ländern gilt es bei der KLINGEL Gruppe zu bearbeiten. Tendenz steigend. Dazu kommen weitere, neue Eingangskanäle, wie z.B. Chats. Wie kann man es da schaffen, immer noch eine einheitliche, kanalneutrale Sicht auf den Kunden zu haben und eine reibungslose Customer Journey zu bieten? Smarte Software-Unterstützung macht's möglich.

Viele Unternehmen kennen die Problematik: Über die Jahre laufen verschiedene Software-Systeme parallel und sukzessive ist man mit unübersichtlichen Prozessen und doppelter Datenhaltung konfrontiert. Medienbrüche überall. Genau auf dieses Szenario blickt Deutschlands zweitgrößter Distanzhändler KLINGEL mit Sitz in Pforzheim nun zurück und freut sich, dass selbiges eben der Vergangenheit angehört. „Wir hatten verschiedene Insellösungen im Einsatz, die keine Integration neuer Kanäle erlaubten“, weiß Florian Scheel, Head of Customer Experience Solutions bei KLINGEL. „Die Bedienbarkeit war komplex, der Automatisierungsgrad niedrig, die Durchlaufzeiten waren lang“, so Scheel weiter.

[Eingehende Dokumente digital weiterverarbeiten](#)

Genug Gründe also, um die Kommunikation mit externen Unternehmen oder Personen (Lieferanten, Kunden, Dienstleister, Partner) unternehmensweit im Gesamtkontext einer neuen ECM-Strategie umzukrempeln und so effizientes Multi-Channel-Management zu leben. Angefangen hat KLINGEL mit der Verarbeitung von E-Mails. Jeglicher eingehender Content wird nun über die Software-Lösung NOVO CxP der inovoo GmbH, Inning, aufgenommen, gespeichert und archiviert. Die Weiterverarbeitung von eingehenden Dokumenten erfolgt hauptsächlich digital.

Und wie funktioniert dies in der Praxis? Ganz einfach, das neue Input-Management-System verarbeitet Nachrichten verschiedener Eingangskanäle, analysiert/ sortiert sie, leitet sie nach bestimmten Regelwerken weiter und archiviert sie rechtssicher. Dadurch erreichte KLINGEL einen

hohen Automatisierungsgrad sowie eine deutliche Verbesserung der Durchlaufzeiten und des Kundenservices. Mitarbeiter wurden entlastet, Antwortzeiten deutlich reduziert.

„Wir profitieren jetzt von einer großen Übersichtlichkeit und haben eine klare, aufgeräumte Systemlandschaft“, führt Florian Scheel weiter aus. „Besonders hilfreich ist für uns das schnelle, automatisierte Auslesen der E-Mail-Inhalte aus verschiedenen Quellen. Das spart enorm Zeit und Kosten, die Customer Journey ist extrem verbessert.“

Hohe Erkennungsquote

Denn täglich trudeln bei dem mittelständischen Familienunternehmen, zu dem mittlerweile 17 Vertriebsmarken gehören, mehrere tausend E-Mails ein. Schritt für Schritt ist der Online-Händler diese Herausforderung angegangen: Derzeit werden eingehende E-Mails von 40 Marken-Land-Kombinationen aus den Ländern Deutschland, Österreich, Schweiz und Großbritannien in vier Sprachen von der neuen Software-Lösung automatisiert verarbeitet und völlig automatisch Personen- und Vorgangsdaten aus gescannten Dokumenten und digitalen Informationen wie E-Mails sowie deren Anhängen zu 94% erkannt – bisher waren es nur 56%. Durch die „unscharfe“ Suche können selbst verstreute, unvollständige oder fehlerhafte Informationen richtig zugeordnet werden. Aufgrund einer hohen Erkennungsquote ist der manuelle Nachbearbeitungsaufwand nur sehr gering. Die Zahlen sprechen für sich: Die Aufwände im Clearing konnten trotz manuell noch notwendigem Korrigieren um ca. 85% reduziert.

Unabhängig vom Dienstleister

Besonders interessant: Bereits nach einer kurzen Schulung war KLINGEL in der Lage, viele Dokumentenklassen in Eigenregie anzulernen. „Wir schätzen die Unabhängigkeit von unseren Dienstleistern“, umreißt Scheel einen weiteren Vorteil und freut sich: „Wir können mit dieser Software viel selbst machen/konfigurieren und damit unsere individuellen Bedürfnisse (fachliche Verarbeitungsregeln) schnell und unmittelbar umsetzen. Programmieraufwand wird vermieden. Dadurch sind wir schnell und flexibel, die Kosten bleiben gering.“

3.962 Zeichen

Fotos: KLINGEL-Shop, Florian Scheel, Screenshot NOVO CxP; Visual NOVO CxP,

Abdruck honorarfrei. Um ein Belegexemplar wird gebeten.

Über KLINGEL

Die KLINGEL Gruppe ist ein mittelständisches Familienunternehmen, das seit vielen Jahren im Multichannel-Distanzhandel tätig und in Deutschland der zweitgrößte traditionelle Distanzhändler ist. Der Fokus liegt auf dem Online-Handel. Die KLINGEL Gruppe ist in den vergangenen Jahren wiederholt gewachsen: Mittlerweile gehören 17 Vertriebsmarken zu der Unternehmensgruppe, die über 2.000 Mitarbeiter beschäftigt und Niederlassungen in elf weiteren Ländern hat. Die Verwaltung, das Logistikzentrum sowie der Kundenservice sind in Pforzheim angesiedelt.

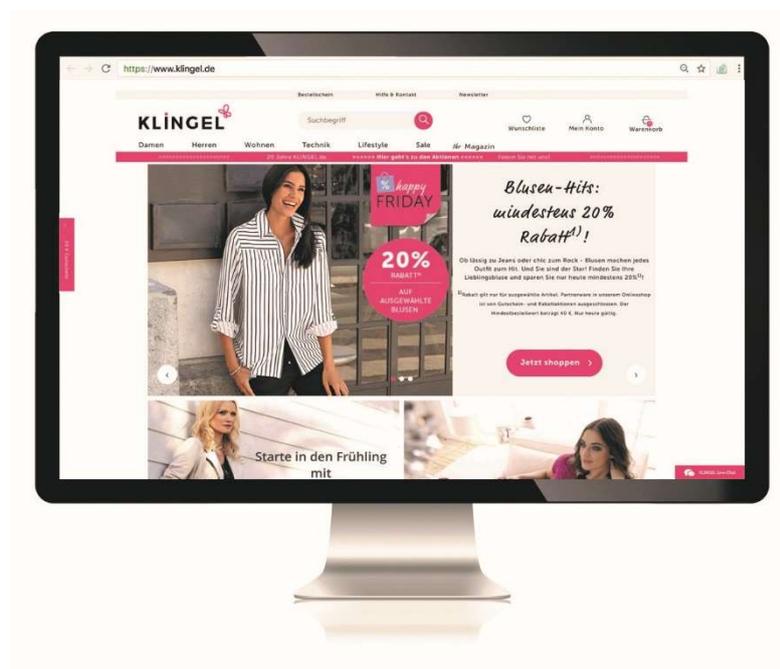
Schmuck, Schuhe und Lifestyle-Artikel ergänzen das Damenbekleidungssortiment, das in über 60 Online-Shops zur Verfügung gestellt wird. Klingel betreibt eines der modernsten Logistikzentren in Europa und verschickt täglich Paketsendungen im fünfstelligen Bereich.

Über inovoo

Die inovoo GmbH, Inning, ist ein professioneller, innovativer Software-Anbieter von leistungsstarken, modular aufgebauten Enterprise-Information-Management-Lösungen im Bereich Multi-Channel-Kommunikation. Im Mittelpunkt steht dabei die nachhaltige Digitalisierung und Automatisierung von Geschäftsprozessen rund um den Datenfluss über verschiedene Kanäle und Formate hinweg, dem Posteingang (Brief, Fax, E-Mail), dem Kundendialog (Social Media, Web, mobile Endgeräte und Chat) bis hin zur Archivierung.

Erreicht wird dies durch eine zukunftsfähige, hoch integrierte Plattform (Framework) sowie verschiedene Services, die datenbasiert arbeiten. Zudem bietet inovoo interessante, native App-Lösungen für verschiedene Branchen und Anwendungen, die intelligent mit bestehenden IT-Landschaften kommunizieren können und so dazu beitragen, Geschäftsprozesse in die Hand des Endverbrauchers zu verlagern.

((Bild 1))



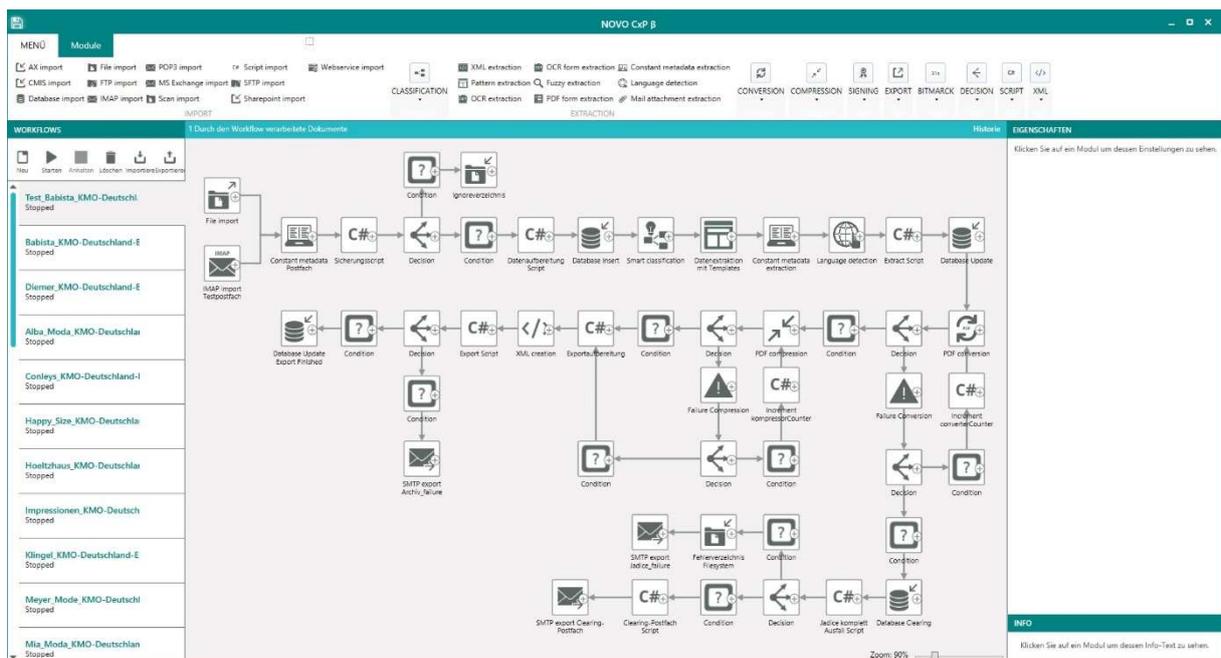
Schmuck, Schuhe und Lifestyle-Artikel ergänzen das Damenbekleidungssortiment der KLINGEL-Unternehmensgruppe, das in über 60 Online-Shops zur Verfügung gestellt wird. KLINGEL betreibt eines der modernsten Logistikzentren in Europa und verschickt täglich Paketsendungen im fünfstelligen Bereich.

((Bild 2))



„Wir leben die Digitalisierung und haben die Customer Journey extrem verbessert“, so Florian Scheel, Head of Customer Experience Solutions bei KLINGEL. „Mit der intelligenten Software NOVO CxP können wir E-Mail- und Chat-Inhalte schnell automatisiert auslesen - das spart Zeit und Kosten.“

((Bild 3))



Optimierter Kundenservice bei KLINGEL: Eingehende Dokumente werden mit NOVO CxP digitalisiert weiterverarbeitet, wodurch die Aufwände im Clearing um ca. 85% reduziert werden konnten.

((Bild 4))



Einfach, schnell und unabhängig - dank der Plattform NOVO CxP muss kein riesiges IT-Projekt gestartet werden, um die Digitalisierungsquote zu steigern. Die klar strukturierte Oberfläche ermöglicht Nutzern die problemlose Einrichtung und Konfiguration ihrer Prozesse.

Foto: Fotolia, Sergey Nivens

FUNKTIONEN

Modul 1: Import

Der E-Mail-Importer importiert E-Mails über die Schnittstelle IMAP vom internen MS Exchange-Server aus vorher festgelegten Postfächern. Die E-Mails werden in einem definierbaren Intervall abgeholt und im MSG-Format an die nächste Instanz weitergeleitet. E-Mail-Metadaten werden in einer XML-Datei gespeichert.

Modul 2: Klassifikation

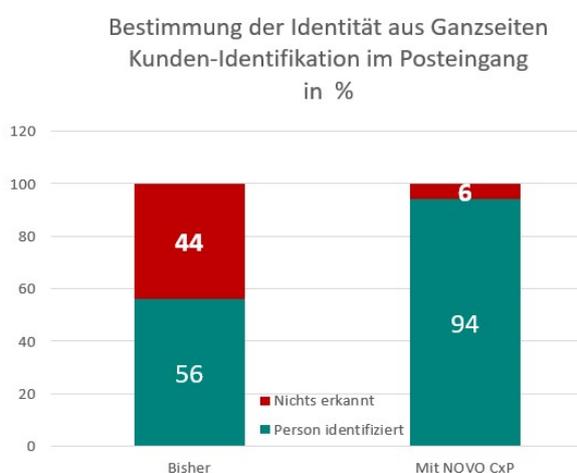
In diesem Schritt werden die eingehenden Informationen schnell den relevanten Geschäftsprozessen in Form von Kategorien zugeordnet und somit der richtigen Sachbearbeitergruppe zugeführt. E-Mail-Header, -Body sowie Attachements werden untersucht und Image-Dokumente sowie Textinformationen mit ausgeklügelten Technologien analysiert. Für jede Sprache gibt es eine eigene intelligente Klassifikation.

Sogenannte Bounce-E-Mails können mittels Textanalyse gesteuert werden. In weiteren Ausbaustufen können auch bestimmte Bereiche der E-Mail für die Kategorisierung ausgeklammert werden, z.B. bei AW:AW:AW:.

Dabei wird das Dokument hauptsächlich anhand regelbasierter, aber auch statistischer oder semantischer Klassifikation der entsprechenden Kategorie zugeordnet. Die Klassifikation findet auf rein elektronischer Ebene statt. Eine Umwandlung in TIFF zur typischen Klassifikation/Extraktion mittels OCR-Software wird dadurch vermieden, was sowohl die

Performance erhöht als auch Lizenzkosten reduziert. Auch gescannte E-Mail-Anhänge, die als Bilddateien, z.B. TIF, JPG, vorliegen - in Farbe und Schwarz/Weiß werden in dieser Stufe durch eine integrierte OCR-Engine in Volltext lesbare Struktur konvertiert und es greifen die NOVO CxP-Erkennungsalgorithmen für Kategorisierung und Extraktion.

Bei KLINGEL wurden markenübergreifende Kategorien festgelegt, damit eine Wiederverwendbarkeit von bereits „angelernten“ E-Mails gewährleistet wird. Für jedes Postfach z.B. service@firma1.de können unterschiedliche oder auch dieselben Kategorisierungsmechanismen bzw. Kategorien verwendet werden.



Modul 3: Extrahierung

Die Extraktion von Kundendaten kann über diverse Suchbegriffe, Regeln oder Vorlagen im Dokument stattfinden. Auch die unscharfe Suche von Daten mittels Matching gegen vorhandene Daten, z.B. in einer Kundenstammdatenbank, ist eine Option, die die Extraktion der gewünschten Inhalte deutlich unterstützt. Die unscharfe Suche ist in der Lage, aus gescannten und digitalen Dokumenten, wie z.B. E-Mails und/oder deren Attachments die benötigten Personen- bzw. Vorgangsinformationen zu erkennen, zu extrahieren und gegen Bestandssysteme zu validieren - selbst bei verstreuten und zum Teil fehlerhaften Informationen.

Interessant: Durch die automatische Identifikation der KLINGEL-Kunden, Detaildaten und Informationen zur Prozesssteuerung kann ein großer Nutzen erzielt werden. die Aufwände im Clearing werden trotz manuell noch notwendigem Korrigieren um ca. 85% reduziert.

Modul 4: Konvertierung

Um ein einheitliches Langzeitarchivformat für die relevanten Kategorien der eingehenden E-Mails zu gewährleisten, konvertiert NOVO CxP die eingehenden E-Mails aus dem MSG-Format in PDF/A 3 und stellt diese nach der Kompression zur Verfügung. Da dies nicht für jede Kategorie notwendig ist, können nur relevante E-Mails konvertiert werden. Bei allen anderen Kategorien, für die eine Langzeitarchivierung nicht vorgeschrieben ist, wird dieser Schritt nicht ausgeführt.

Die Konvertierung empfängt als Eingangsdatenstrom eine Datei im Format EML und liefert als Ergebnis eine PDF/A-Datei, ein SW-TIF (optional) und ein Farb-TIF/JPEG (optional) pro E-Mail zurück.

In der E-Mail enthaltene Attachments werden automatisch mitverarbeitet und sind in der Ergebnisdatei enthalten.

Darüber hinaus bietet die Konvertierung:

- Offene Schnittstellen zur einfacheren Integration in neue Anwendungen
- Load-Balancing durch Multi-Server-Fähigkeit (um eine Ausfallsicherheit zu gewährleisten)

Modul 5: Kompression

Das Modul NOVO PDF Compression komprimiert typische Dateigrößen bei gescannten Dokumenten von 6 bis 7 MB pro Seite auf ca. 60 bis 100 KB. Farbige Dokumente im PDF/A-2-Format sind damit oftmals kleiner als bisherige Schwarz-/Weiß-Dokumente und minimieren den benötigten Speicherplatz enorm.

Modul 5: Export

Die Übergabe der verarbeiteten E-Mail als PDF/A plus XML kann an unterschiedliche Zielsysteme durchgeführt werden. Diverse andere Output-Formate und -Schnittstellen können durch die einfache Konfiguration in der Administrationsoberfläche eingestellt werden.

Ein besonderes Plus: Alle Funktionen sind modular verfügbar und anhand des jeweiligen Verarbeitungsprozesses einstellbar. Integrierte Komponenten können direkt aus der NOVO CxP-Konfigurationsoberfläche konfiguriert werden. Damit wird Programmieraufwand vermieden, kundeneigene Administration wird ermöglicht.

Kontakt

Dipl.-Ing. Dipl.-Wirt.-Ing. **Barbara Fendt**
 Marketing & Communications
 inovoo GmbH
 Billerberg 11
 82266 Inning am Ammersee
 T: +49 8143 99957-17 . F: +49 8143 99957-29
 E: b.fendt@inovoo.com . www.inovoo.com