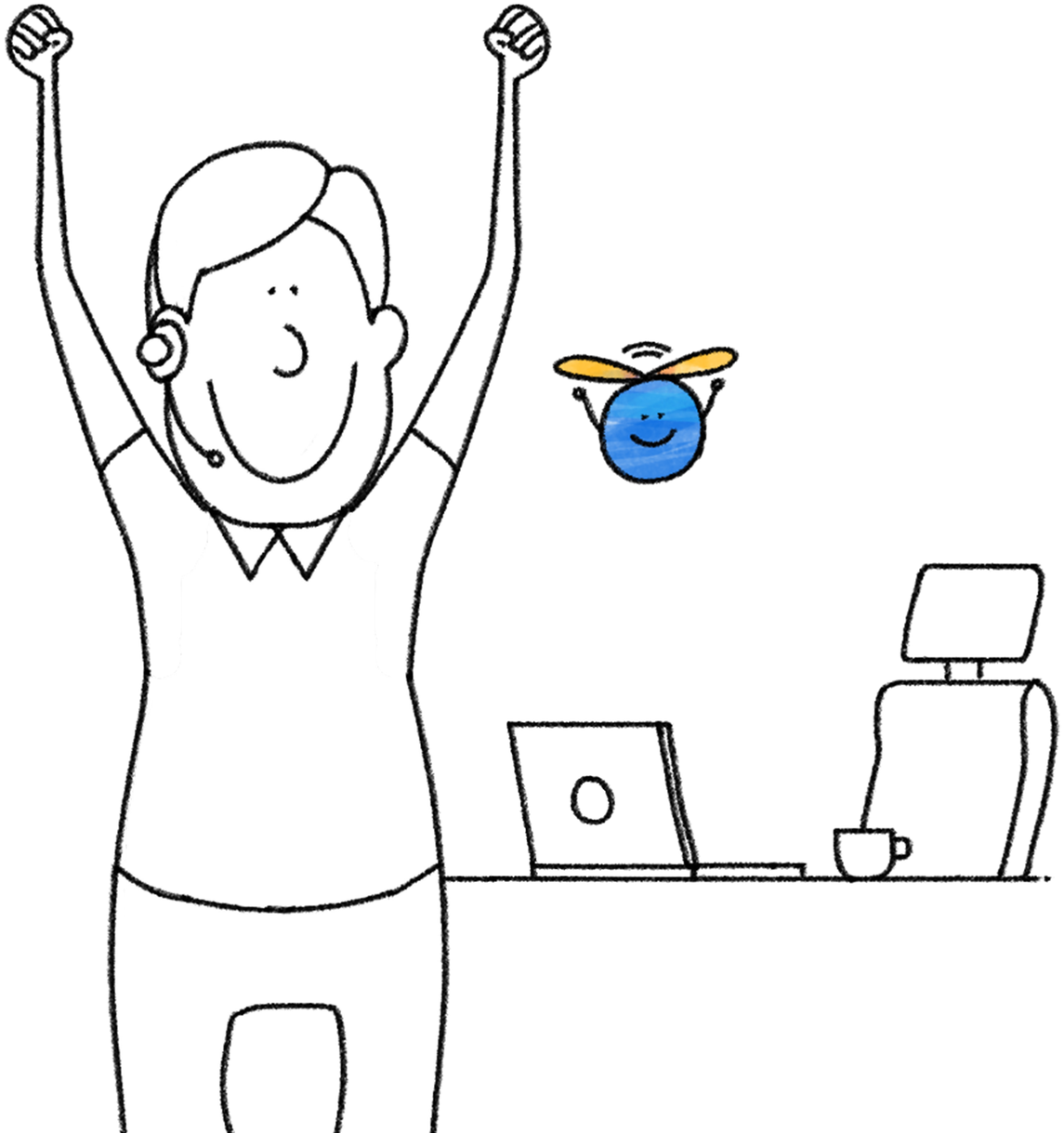
Kundenerfahrung im Bereich der Telekommunikation

Bessere Kundenerfahrung mit KI und Automatisierung



Inhaltsverzeichnis

03 Einführung

04 Hilfe zur Selbsthilfe für Kunden vereinfachen

04 Elisa: Ein kundenorientierter Ansatz zur Automatisierung

04 Selfservice für bessere Erfahrungen automatisieren

06 Mitarbeitern die Tools und die Zeit geben, um besseren Support zu leisten

06 DNA: „To-Do“-Liste der Mitarbeiter von manuellen Aufgaben befreien

07 Mehr Kontext und Einblicke für weniger Verwaltungsaufwand

08 Steigerung der Effizienz im Hintergrund

08 NTT: Rationalisierung der Auftragsvergabe für besseren Service

09 Stärkere Konzentration auf den Kunden

10 Die Statik aus der Kundenerfahrung nehmen

11 Übersicht über Anwendungsfälle der Automatisierung

12 Die Partnerschaft zwischen UiPath und AWS

13 UiPath mit Amazon Connect

13 Contact Center Intelligence mit AWS und UiPath

14 Erste Schritte mit UiPath in AWS

Wenn die Kundenerfahrung die Wettbewerbsfähigkeit steigert

Um Kunden zu gewinnen und zu binden, konzentrieren sich die Telekommunikationsanbieter auf verschiedene Faktoren, darunter die Netzabdeckung, die Auswahl an Tarifen, die rasche Beantwortung von Anfragen und gebündelte Dienste. Das ist keine Überraschung. Die Telekommunikationsbranche ist ein wettbewerbsintensiver Markt mit vielen Anbietern und selbst ein kleiner Vorsprung in einem dieser Bereiche kann den Ausschlag zugunsten eines Telekommunikationsunternehmens geben.

Die Telekommunikationsunternehmen stellen jedoch fest, dass die Art und Weise, wie sie ihre Geschäfte abwickeln – vor allem die Erfahrung, die sie bieten – für die Gewinnung und Bindung von Kunden genauso wichtig sein kann wie Netzgeschwindigkeiten und Datentarife. Und innovative Dienstleister aus der Telekommunikationsbranche entdecken, dass KI-gestützte Automatisierung der Schlüssel zu einer umfassenden, personalisierten Kundenerfahrung im benötigten Umfang über jeden Interaktionskanal hinweg ist.

Die Kombination von KI und Automatisierung transformiert den Selfservice, stärkt die Mitarbeiter im Kundencenter und sorgt für die betriebliche Effizienz, die die Grundlage für einen hervorragenden Kundenservice ist. Sie hilft Telekommunikationsunternehmen, die Stimmung ihrer Kunden zu erkennen, die Kundenabwanderung zu verringern, die Arbeitszufriedenheit ihrer Mitarbeiter zu verbessern und Back-Office-Prozesse umzugestalten, um bessere Kundenerfahrungen zu ermöglichen.

Kurz gesagt: KI-gestützte Automatisierung ermöglicht es Telekommunikationsunternehmen, ihre Vision einer besseren Kundenerfahrung alltägliche Realität werden zu lassen. Sehen wir uns das genauer an.

Hilfe zur Selbsthilfe für Kunden vereinfachen

Kunden von Telekommunikationsunternehmen haben in der Regel viele Fragen. Sie benötigen Hilfe bei der Bestellung. Möglicherweise verstehen sie eine Position auf einer Rechnung nicht. Und sie wollen immer wissen, wann und warum der Dienst unterbrochen wird.

Die schnelle und genaue Beantwortung dieser Fragen ist der Grundstein für eine überzeugende Kundenerfahrung. Das ist nicht länger optional, Kunden erwarten das. Schließlich sollte ein Telekommunikationsunternehmen gut kommunizieren können.

Es ist jedoch eine Herausforderung, ein Kundencenter mit genügend sachkundigen Mitarbeitern zu besetzen, um die Kunden effektiv zu bedienen. Das Anrufaufkommen ist unvorhersehbar. In Spitzenzeiten kann es vorkommen, dass Kunden in der Warteschleife hängen bleiben. Ist das Aufkommen gering, bleibt den Mitarbeitern oft nur der Blick auf die Uhr. Und kein Mitarbeiter freut sich darauf, Tag für Tag die gleichen Fragen von frustrierten Anrufern zu beantworten – einer der Gründe, warum die Fluktuationsrate steigt.

Selfservice für bessere Erfahrungen automatisieren

In einem Markt, in dem Telekommunikationskunden die Wahl zwischen verschiedenen Anbietern haben, kann die Qualität der Kundenerfahrung den Unterschied zwischen gesundem Wachstum und glanzloser Leistung ausmachen. Aus diesem Grund setzen viele Telekommunikationsanbieter auf KI-gestützte Automatisierung, um ihren Kunden mit einer Vielzahl von Selfservice-Funktionen Hilfe zur Selbsthilfe zu bieten.

Elisa

Ein kundenorientierter Ansatz zur Automatisierung

Der Telekommunikationskonzern Elisa mit Hauptsitz in Finnland bedient mehr als 2,8 Millionen B2C- und B2B-Kunden – und das Unternehmen hat eine Fülle von Transaktions- und Kundendaten gesammelt, die Aufschluss darüber geben, wie KI-gestützte Automatisierung für eine bessere Kundenerfahrung sorgen kann. Elisas anfängliche Automatisierungsbemühungen zielten auf die Auftragsannahme ab. Die Effizienzgewinne haben dazu beigetragen, Fehler zu reduzieren und die Unregelmäßigkeiten und Inkonsistenzen zu beseitigen, mit denen die Kunden konfrontiert sind. Dadurch wurde eine solide Grundlage für Innovationen im gesamten Unternehmen geschaffen.

Mehr erfahren →

Durch die Kombination von GenAI und Automatisierung können Telekommunikationsunternehmen ihren Kunden intelligente virtuelle Assistenten über bestehende Kanäle wie E-Mail und Live-Chat anbieten. Diese Selfservice-Assistenten können auf die verschiedenen Systeme zugreifen und die Informationen bereitstellen, um Kundenanfragen beim ersten Kontakt zu beantworten – und sie können Kunden bei der Erledigung vieler konto- und auftragsbezogener Aufgaben begleiten.

In ähnlicher Weise kann die KI-basierte Automatisierung dazu beitragen, einige der häufigsten Serviceprozesse für Kunden zu optimieren. Beispielsweise wird bei Communications Mining modernste KI eingesetzt, um Anfragen, die Stimmung und wichtige Daten aus Nachrichten wie E-Mails und Chats genau zu extrahieren. Roboter können auf die extrahierten Daten reagieren, Systeme aktualisieren und selbst komplexe Anfragen bearbeiten. Mithilfe von Communications Mining lassen sich Aufgaben wie Verschieben, Hinzufügen und Ändern sowie die Auftragsabwicklung und die durchgängige Aktualisierung von Kundeninformationen automatisieren. Kunden erhalten schnellere Lösungen und Mitarbeiter können sich auf die Kundenbetreuung und komplexere Anfragen konzentrieren.

KI-gestützte Selfservice-Funktionen ermöglichen es Kunden, über jeden Kanal – online und telefonisch – schnelle Antworten zu erhalten, wann immer sie möchten. Service ist immer verfügbar und auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten. UiPath-Analysen zeigen, dass die Ausweitung des Selfservice den NPS um 5 Punkte bei 1/20 der Kosten verbessert. Und was gut für die Kunden ist, ist auch gut für das Telekommunikationsunternehmen. Die Befähigung der Kunden durch automatisierten Selfservice trägt dazu bei, den Andrang in Callcentern zu verringern, die Betriebskosten zu senken und die Kundenzufriedenheit und -bindung insgesamt zu verbessern. Das ist etwas, worüber sich sowohl Kunden als auch Führungskräfte in der Telekommunikationsbranche freuen.

> „Wir haben derzeit die höchste Kundenzufriedenheit aller Zeiten sowohl bei unseren B2C- als auch bei B2B-Kunden. Wir müssen also etwas richtig machen.“
>
> **TOMI KORPELA**
> Head of Customer and Online Solution
> Elisa

Anwendungsfälle für Selfservice-Automatisierung →

Mitarbeitern die Tools und die Zeit geben, um besseren Support zu leisten

Untersuchungen zeigen, dass 40 % der Telekommunikationskunden mit ihren Anbietern unzufrieden sind, weil sie zu lange Wartezeiten haben und Beschwerden nicht bearbeitet werden. Für die Mitarbeiter in den Kundencenter ist diese Unzufriedenheit mehr als nur eine Statistik. Sie sind diejenigen, die an vorderster Front mit diesen frustrierten Anrufern zu tun haben. Dabei sind sie wahrscheinlich selbst unzufrieden.

Im Laufe eines Tages nehmen die Mitarbeiter Bestellungen entgegen, bearbeiten Beschwerden, beantworten Anrufe zu Service und Status – sie müssen auf alle Anfragen vorbereitet sein. Sie versuchen, sich in mehreren inkompatiblen Systemen zurechtzufinden, um den nötigen Kontext zu schaffen, damit sie den Kunden zu einer Lösung führen können. Und sie stehen unter dem Druck, die durchschnittliche Bearbeitungszeit (Average Handling Time, AHT) zu reduzieren und die Rate für die Lösung bei Erstkontakt (First Call Resolution, FCR) zu verbessern.

Wenn die richtigen Informationen schwer zu finden sind, verschlechtert sich die Arbeitserfahrung für die Mitarbeiter mit Kundenkontakt. Daher ist es nicht verwunderlich, dass die Fluktuationsrate bei den Mitarbeitern nahezu bei 40 % liegt. Aber das muss nicht so sein.

DNA

„To-Do“-Liste der Mitarbeiter von manuellen Aufgaben befreien

In den vergangenen zwei Jahrzehnten ist das Unternehmen DNA schnell gewachsen und hat sich zum drittgrößten Telekommunikationsanbieter in Finnland entwickelt. Das Unternehmen wusste jedoch, dass die Qualität der Kundenerfahrung der Qualität seiner Dienstleistungen entsprechen musste, um dieses Wachstum aufrechtzuerhalten. Ein Pilotprojekt zur Automatisierung der Bearbeitung von Änderungen für B2B-Kunden hat gezeigt, wie die Automatisierung DNA helfen kann, die Servicequalität zu verbessern, selbst wenn das Unternehmen wächst. Um das zu erreichen, werden die Mitarbeiter von banalen Dateneingabeaufgaben entlastet und haben so mehr Zeit, direkt mit Verbrauchern und Unternehmen zu arbeiten.

Mehr erfahren →

Mehr Kontext und Einblicke für weniger Verwaltungsaufwand

KI-gestützte Automatisierung kann Mitarbeitern die Einblicke und Hilfestellung geben, die sie benötigen, um jeden Anruf reibungsloser und kürzer zu gestalten. Roboter können auf der Grundlage der Kundenbedürfnisse und -historie sofort Vorschläge für die nächstbeste Maßnahme machen. Mitarbeiter haben außerdem Echtzeitzugriff auf Kundendaten und Einblicke in jede Interaktion, um Bearbeitungszeiten und Wartezeiten zu reduzieren. Und Roboter können den Verwaltungsaufwand verringern, sodass die Mitarbeiter mehr Zeit haben, mit dem Kunden zu interagieren und einen personalisierten Service zu bieten. Telekommunikationsunternehmen können die Automatisierung nutzen, um Kundennotizen sowie Zahlungs-, Abrechnungs- und Auftragshistorien zusammenzufassen und dabei Anomalien und potenzielle Warnsignale zu erkennen.

Am Ende der Interaktion fassen KI und Automatisierung das Engagement zusammen, generieren Folge-E-Mails, schließen Fälle und eskalieren Probleme an die Vorgesetzten. KI-gestützte Automatisierung kann auch Datenübertragungen zu anderen Abteilungen und deren Systeme optimieren. Mit anderen Worten, sie können einen großen Teil der administrativen Arbeit übernehmen, die früher die Aufgabe des Mitarbeiters war.

Die Telekommunikationskunden von heute haben eine große Auswahl an Möglichkeiten. Und die Servicequalität, die Mitarbeiter bieten, kann der entscheidende Faktor für die Kundenbindung sein. KI-gestützte Automatisierung macht aus guten Kundencenter-Mitarbeitern großartige Mitarbeiter – und schafft gleichzeitig eine Arbeitsumgebung, die dazu beiträgt, qualifizierte und motivierte Arbeitskräfte zu halten.

> „Die manuelle Verarbeitung wirkte sich bereits auf einige der Lieferprozesse für unsere B2B-Kunden aus. Wir waren der Meinung, dass RPA gut zu uns passte, da es uns ermöglichte, das gleiche Maß an Ressourcen beizubehalten und dennoch bessere Dienstleistungen schneller und zuverlässiger als je zuvor zu erbringen.“
>
> **JUHA VIIKKI**
> Head of Quality, Process and Automation
> DNA

Anwendungsfälle für die Automatisierung von Mitarbeitersupport →

Steigerung der Effizienz im Hintergrund

Viele Telekommunikationsunternehmen sind auf dem Weg, sich als kundenorientierte Unternehmen neu zu erfinden. Auf dem heutigen Markt haben Kunden eine Auswahl. Wenn Telekommunikationsunternehmen also einen Anstieg der Kundenabwanderungsraten feststellen, wissen sie, dass sie handeln müssen. Aber die Gleichung umfasst mehr als das, was die Kunden sehen. Die Art und Weise, wie ein Telekommunikationsunternehmen seine Geschäfte hinter den Kulissen abwickelt, ist genauso wichtig wie die Kundenerfahrung. Tatsächlich kann man beides nicht trennen.

Manchmal ist jedoch die Mischung aus verschiedenen Systemen in der Telekommunikation das Hindernis für einen besseren Service. Kritische Daten sind in Systemen untergebracht, die nicht für die Zusammenarbeit konzipiert wurden. Prozesse, die Betriebsgrenzen überschreiten, laufen nicht reibungslos und nahtlos ab, weil verschiedene Abteilungen nicht problemlos zusammenarbeiten und Informationen austauschen können. Manuelle Aufgaben und Umgehungen unterbrechen Arbeitsabläufe, was zu Verzögerungen führt und das Fehlerpotenzial erhöht. Unterm Strich können auch die besten kundenorientierten Systeme nicht über Funktionsstörungen im Back-Office hinwegtäuschen.

NTT

Optimierung der Beschaffung für einen besseren Service

Die Verantwortlichen bei NTT wissen, dass Dinge, die der Kunde nie sieht, wie Vertrags- und Zahlungsprozesse, die Qualität der Kundenerfahrung entscheidend beeinflussen. Aus diesem Grund wählte das Unternehmen den Beschaffungszyklus für seinen ersten Versuch mit der UiPath-Automatisierung. Je reibungsloser der Prozess ablief, desto weniger Verzögerungen und Fehler gab es, die den Kundenservice beeinträchtigten, und desto mehr Zeit hatten alle Mitarbeiter des Unternehmens, sich auf einen besseren Service zu konzentrieren. Das ist eine Denkweise, die sie sich zu eigen machen, während sie ihr Automatisierungsprogramm auf eine breitere Palette von Anwendungsfällen ausweiten.

Mehr erfahren →

Stärkere Fokussierung auf Kunden

KI-gestützte Automatisierung verschafft Telekommunikationsunternehmen den nötigen Einblick, um die Kundenabwanderung durch die Analyse von Kundenanfragen, Verkaufsmustern, Beschwerden, Rechnungsstreitigkeiten, laufenden Aufträgen, Kampagnenreaktionen und anderen Metriken zu antizipieren. Sie bietet auch Empfehlungen für die beste Vorgehensweise, um aufkommende Probleme zu lösen und das Unternehmen auf Kurs zu halten und auf die Bedürfnisse der Kunden auszurichten.

Selbst bei den leistungsstärksten Telekommunikationsunternehmen kann die Zahl der Kundenbeschwerden in die Höhe schnellen. Und die Automatisierung kann helfen, Probleme zu identifizieren und Fälle zu eskalieren, die auf SLA-Verstöße hinweisen. Mit der analytischen Leistung von KI und Machine Learning können Telekommunikationsunternehmen die Ursachen einkreisen und historische Trends erkennen, die den Führungskräften vielleicht gar nicht bewusst sind.

KI-gestütztes Communications Mining bietet Telekommunikationsunternehmen vollständige Übersicht und Transparenz über ihre Servicekanäle. Jede Kundennachricht kann gemessen und auf Stimmung und Absicht hin verfolgt werden. Dies hilft nicht nur dabei, Probleme und Automatisierungsmöglichkeiten aufzudecken, sondern ermöglicht es den Telekommunikationsunternehmen auch, ein Echtzeitbild der Servicequalität zu erstellen, die sie ihren Kunden bieten. Die Auswirkungen von Änderungsinitiativen können genau überwacht werden, was einen noch nie dagewesenen Einblick in die Qualität des Kundenerlebnisses und die notwendigen Schritte zu dessen Verbesserung ermöglicht.

Auf diese Weise kann die Kombination aus KI und Automatisierung auch Telekommunikationsunternehmen dabei helfen, eine vorausschauende Problemlösung und Wartung einzuführen. So lassen sich potenzielle Service- und Infrastrukturprobleme erkennen und beheben, bevor sie die Kundenerfahrung beeinträchtigen. Telekommunikationsunternehmen können vorausschauend statt reaktiv sein. Darüber hinaus kann GenAI die Kommunikation mit Kunden zu Themen wie geplanten Ausfällen und geplanten Wartungsarbeiten optimieren.

> „Wir werden in der Lage sein, neue Arten von Daten von innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu sammeln, sie mit KI zu verknüpfen und zu analysieren, um neue Geschäftsideen zu entwickeln. Dies ist ein Beispiel dafür, wie wir zusammenarbeiten wollen, um mehr mit RPA zu erreichen und uns als Unternehmen noch weiter zu entwickeln.“
>
> **KATSUNORI YAMASHITA**
> Senior Vice President und Head of Procurements
> NTT Communications

Anwendungsfälle für die CX-Ops-Automatisierung →

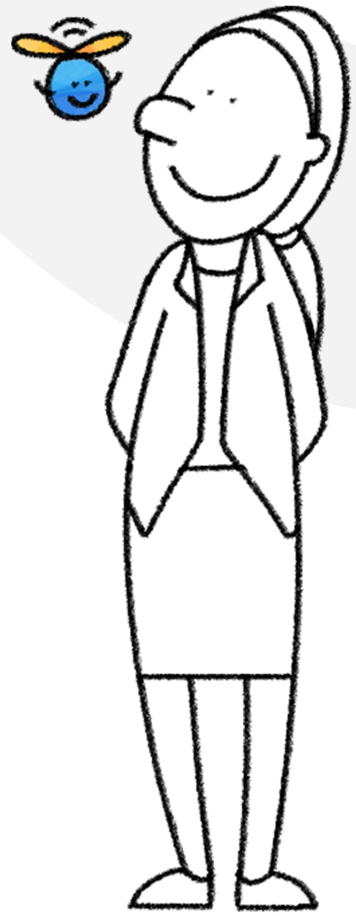
Da Telekommunikationsunternehmen so viele Daten über Kunden, Märkte, Transaktionen und Wettbewerber generieren, wird die KI-gestützte Automatisierung eine wesentliche Rolle im Wissensmanagement spielen, das die Grundlage für einen personalisierten Service bildet. Telekommunikationsunternehmen werden in der Lage sein, die Kundenbedürfnisse besser vorherzusagen und genau die Dienste anzubieten, die diese Bedürfnisse am besten befriedigen – und damit die Kundenbindungsraten und den Net Promoter Score (NPS) zu steigern.

Die Statik aus der Kundenerfahrung nehmen

Automatisierung ist der Mechanismus, um die Fähigkeiten der KI in reale Lösungen umzusetzen. Für Telekommunikationsunternehmen eröffnet die KI-gestützte Automatisierung neue Möglichkeiten für das Kundenerlebnis. Sie erweitert die Selbstbedienungsmöglichkeiten und macht automatisierte Kanäle wie Chatbots relevanter und zufriedenstellender. Sie befreit die Kundenbetreuer von der administrativen Arbeit, die sie davon abhält, besseren Service zu bieten. Und sie rationalisiert die unterstützenden Prozesse hinter den Kulissen, die für ein reibungsloses und nahtloses Kundenerlebnis unerlässlich sind.

Führende Telekommunikationsunternehmen wissen, dass eine ansprechende, nahtlose Kundenerfahrung nicht nur ein nützliches Beiwerk sein sollte. Sie ist jetzt eine wettbewerbsentscheidende Notwendigkeit. KI-gestützte Automatisierung kann Telekommunikationsunternehmen dabei helfen, die Kundenerfahrung zur Grundlage einer nachhaltigen Marktführerschaft zu machen.

Wenn Sie mehr über UiPath-Lösungen für Telekommunikationsunternehmen erfahren möchten, besuchen Sie uns online →



Übersicht über Anwendungsfälle der Automatisierung

Selfservice

- Antwort auf die Anfrage zum Kundenauftrag
- Anfrage zu Zahlung und Abrechnung
- Servicebereitstellung verschoben, hinzugefügt und geändert
- Serviceausfall oder -unterbrechung

Mitarbeitersupport

- Zusammenfassung der Kundeninteraktion
- Rechnungszusammenfassung
- Auftragserfassungsassistent
- Unternehmenseskalationen

CX-Ops

- Vorhersagbare Abwanderung
- Vorausschauende Wartung von Netzwerken
- Überwachung der Servicequalität beim Kundenkontakt
- Wissensmanagement

Die Partnerschaft zwischen UiPath und AWS

Die Ausführung von UiPath in Amazon Web Services (AWS) ist ein sinnvoller Schritt für die Verantwortlichen im Bereich Kundenerfahrung und Kundenservice.

Die cloudbasierte Infrastruktur von AWS bietet Skalierbarkeit und Flexibilität und passt sich an wechselnde Anforderungen an. Die KI-gestützte Automatisierung von UiPath in Verbindung mit Diensten wie Amazon Connect und AWS Contact Center Intelligence optimiert die Kundeninteraktionen und erhöht die Zufriedenheit.

Integrieren Sie die KI-gestützte UiPath Business Automation Platform mit der unternehmensfähigen AWS-Cloud-Infrastruktur, den KI-Services und den Cloud Contact Center-Lösungen. Richten Sie Entwicklungs-, Test- und Produktionsumgebungen schnell in der Cloud ein.

UiPath ist ein AWS Advanced Technology-Partner im AWS-Partnernetzwerk.

UiPath mit Amazon Connect

Die Herausforderung:

Interaktive Sprachdialogsysteme (Interactive Voice Response, IVR) sind oft die erste Anlaufstelle für Kunden. IVRs können nur schwer Selfservice-Lösungen für Kunden anbieten, da die meisten nur in der Lage sind, sich mit Systemen zu verbinden, die über eine API zugänglich sind. Viele Kontaktzentren haben einige Systeme, die nicht über eine API zugänglich sind. Infolgedessen werden viele Kundenanfragen an menschliche Mitarbeiter weitergeleitet, was die Kapazitäten der Mitarbeiter überlastet, die durchschnittliche Bearbeitungszeit erhöht und die Kundenzufriedenheit senkt.

Die Lösung:

Die Bereitstellung von UiPath Unattended Robots zusammen mit Amazon Connect hilft bei der Lösung von Kundenproblemen mit einem effektiveren Selfservice und verbessert die Auslastung der menschlichen Mitarbeiter, indem das Anrufvolumen um bis zu 50 % reduziert wird. Die UiPath-Integration mit Amazon Connect ermöglicht eine Zero-Touch-Kundenerfahrung, sodass Sie das Anrufvolumen reduzieren und Mitarbeiter für die Bearbeitung komplexer Kundenprobleme freistellen können.

Das Ergebnis: Verbesserte Kunden- und Mitarbeitererfahrungen, erhöhte Genauigkeit, reduzierte durchschnittliche Bearbeitungszeit (AHT) und eine Beschleunigung der digitalen Transformationsinitiativen der Kunden, was zu einem schnellen Return on Investment führt.

Contact Center Intelligence mit AWS und UiPath

Die Herausforderung:

Kundencenter jonglieren mit vielen Technologien und verwenden häufig eine Mischung aus modernen, älteren und selbst entwickelten Systemen in ihren Front- und Backoffices. Getrennte Systeme bedeuten, dass die Mitarbeiter für einen bestimmten Serviceprozess manuell zwischen mehreren Systemen wechseln müssen, und die Kunden können ihre Probleme nicht im Self-Service lösen. Infolgedessen kommt es bei vielen Mitarbeitern zu Engpässen, die sich direkt auf das Kundenerlebnis auswirken.

Die Lösung:

Mit UiPath + AWS Contact Center Intelligence werden mehr Kunden für den Self-Service aktiviert und Mitarbeiter mit den für die Kundenbetreuung erforderlichen Tools ausgestattet. Das Ergebnis: Eine Verringerung der durchschnittlichen Anrufbearbeitungszeit, eine höhere Kundenzufriedenheit, eine höhere Mitarbeiterzufriedenheit und damit eine höhere Mitarbeiterbindung im Kundencenter. All diese Faktoren senken die Kosten im Kundencenter und sorgen für außergewöhnliche Kundenerlebnisse.

Erste Schritte mit UiPath in AWS

Finden Sie heraus, wie UiPath und Amazon Connect Ihnen helfen können, bessere Erfahrungen für Kunden und Mitarbeiter zu schaffen.

Laden Sie unser Whitepaper herunter →

Weitere Informationen zu unserer Partnerschaft finden Sie auf der UiPath-AWS-Seite →

Informationen zu UiPath

UiPath (NYSE: PATH) hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Wissensarbeit zu verbessern, damit mehr Menschen kreativer, kooperativer und strategischer arbeiten können. Die KI-gestützte UiPath Business Automation Platform kombiniert die führende Lösung für die Automatisierung robotergestützter Prozesse (Robotic Process Automation, RPA) mit einer umfassenden Suite von Funktionen zum Verstehen, Automatisieren und Betreiben von End-to-End-Prozessen und bietet eine noch nie dagewesene Wertschöpfung. Für Unternehmen, die sich weiterentwickeln müssen, um in Zeiten des zunehmenden Wandels zu überleben und zu gedeihen, ist UiPath die Foundation of Innovation™. Weitere Informationen finden Sie unter www.uipath.com.

UiPath The Foundation of Innovation™