



[[IT - Strategien und Lösungen]]

XtraMind optimiert erstmals den Zuschauerservice des Mega-Sport-Events

Tour d' E-Mail: Zuschauerservice à la Tour de France

Die steigende Flut von E-Mails muss durch intelligente Maßnahmen kanalisiert und organisiert werden. Aber auch periodische E-Mail-Spitzen durch Großereignisse oder Mailing-Aktionen wollen bewältigt werden.

Die Tour de France ist auch in ihrem 100. Jahr für Zuschauer genau so spannend und attraktiv wie bei ihrem Debüt. Wie in den Jahren zuvor war auch 2003 der Saarländische Rundfunk für die ARD-Fernsehübertragung der Tour de France in Deutschland sowie für deren Internetauftritt unter www.tour.ARD.de inklusive Zuschauerservice verantwortlich.

Status Quo: E-Mail-Bearbeitung auf Zuruf?

Pro Etappe der Tour de France gingen bis zu 1.000 E-Mails beim Zuschauerservice ein. In den Jahren zuvor wurden die gesamten E-Mails mit Standard-E-Mail-Programmen an alle Mitarbeiter gleichzeitig verschickt, die sich dann per Zuruf über die Bearbeitung abstimmten. Dies bedeutete enorme Zeitverluste, teilweise Mehrfachbearbeitungen bis hin zu E-Mails die im allgemeinen Trubel "untergingen".

Tour de France jetzt mit Künstlicher Intelligenz

Die Radsportredaktion des Saarländischen Rundfunks hatte sich kurzfristig für eine Installation des XM-MailMinder von XtraMind Technologies entschieden. In nur zwei Tagen konnte die Implementierung der Software und die Einarbeitung der Redaktionsmitarbeiter durch die XtraMind-Partner Max Security und Synergate abgeschlossen werden. Dieser Zeitrahmen

beinhaltete außerdem die Erstellung von Trainingsmaterial und die Anpassung an die vorhandenen Geschäftsprozesse.

Alle E-Mail-Anfragen trafen über eine Sammeladresse in der ARD-Zuschauerredaktion beim Saarländischen Rundfunk ein. Dort wurden sie zuerst vollautomatisch inhaltlich analysiert, also "verstanden" und unterschiedlichen Themen zugeordnet. So wurden Beschwerden, Anregungen und andere Zuschauerfragen unterschieden und automatisch an speziell geschulte Redakteure weitergeleitet. Die Schnittstelle dazu liefert XtraMind durch den Einsatz von Methoden der Sprachtechnologie und Künstlicher Intelligenz. Die aktuellen Tour-Daten wurden den Redakteuren automatisch als Antwortvorschlag parallel zur Anfrage auf dem Desktop angezeigt. Nach einer kurzen inhaltlichen Kontrolle konnten die individuellen Antworten innerhalb weniger Minuten verschickt werden.

„Im Vergleich zum Vorjahr verzeichneten wir eine Steigerung des E-Mail-Aufkommens um über 300 Prozent. Dank der Software von XtraMind, konnten wir mit der gleichen Anzahl an Redakteuren die Fragen unserer Zuschauer individuell in den vorgegebenen Antwortzeiten beantworten,“ erklärt Werner Zimmer, Tour-Teamchef der ARD. Die Lösung von XtraMind gab dem Saarländischen Rundfunk so die Sicherheit diese Herausforderung auch im 100. Jahr ihres Bestehens trotz des stark gestiegenen Zuschauerinteresses zu meistern.

Die wichtigsten Geschäftsvorteile:

- Schnelle Implementierung und Mitarbeiterschulung
- Gleiche Anzahl von Mitarbeitern bei Verdreifachung des E-Mail-Aufkommens
- Automatische Zuordnung der E-Mails an die jeweiligen Experten
- Individuelle Beantwortung innerhalb vorgegebener Antwortzeiten
- Problemlose Bewältigung von Anfragespitzen
- Vorgabe von Antwortmöglichkeiten
- Lückenloses Reporting über den gesamten Arbeitsablauf hinweg
- Flexible Konfiguration der Arbeitsabläufe