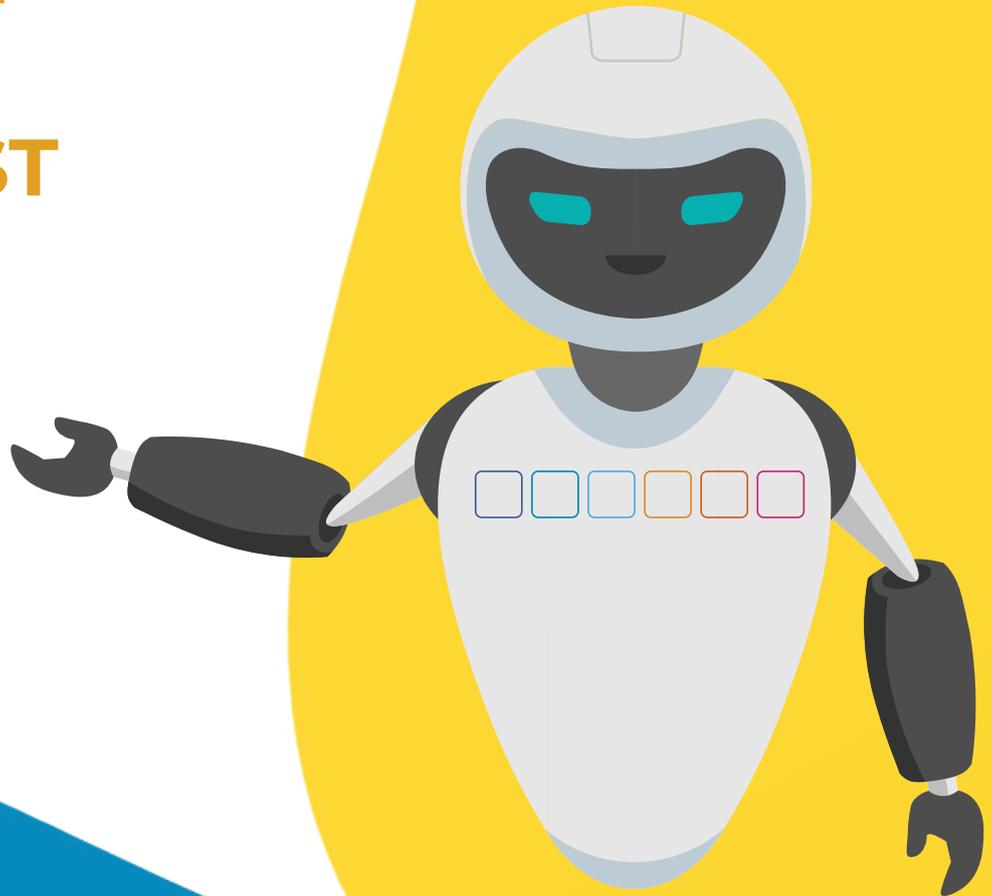


OBI4WAN CHATBOT CHECKLIST

die 46 besten
Chatbot-Tipps
aus der Praxis!



GEHEN SIE MIT UNS AUF DIE REISE DURCH DIE CHATBOT-LANDSCHAFT?

Immer mehr Unternehmen und Professionals bekommen es mit Chatbots zu tun. Das Erstellen (lassen) eines Chatbots ist wirklich keine schwierige Sache! Aber Sie können dabei vielleicht ein bisschen Unterstützung gebrauchen. Für jeden, der mehr über Chatbots erfahren möchte, oder auf der Suche nach interessanten Einsichten und praktischen Tipps ist, gibt es nun diese tolle Chatbot-Checklist!

In dieser Chatbot-Checklist nehmen wir Sie mit auf eine Reise durch die Chatbot-Landschaft. Anhand von Best Practices von Professionals aus der Praxis sowie Empfehlungen unserer eigenen Chatbot-Experten, werden Sie mehr über die wunderbare Welt dieser visuellen Assistenten erfahren! Wussten Sie zum

Beispiel, dass es sehr hilfreich ist, Ihrem Chatbot eine Persönlichkeit zu verleihen? Oder, dass die Analyse- und Testphase des Chatbots ausschlaggebend für den reibungslosen Verlauf der anschließenden Implementierung und Liveschaltung Ihres Chatbots? Für jede Entwicklungsphase Ihres Chatbots geben wir Ihnen die besten Tipps.

Haben Sie nach dem Lesen dieser 47 Tipps selbst noch den goldenen Tipp parat? Teilen Sie ihn unbedingt mit uns, und wir fügen Ihren goldenen Tipp an unsere Liste hinzu!

Viel Lesevergnügen!
Ihr OBI4wan-Team

INDEX

1 Was ist das Ziel Ihres Chatbots?

- #1 Formulieren Sie ein spezifisches Ziel
- #2 Definieren Sie klare Aufgaben
- #3 Wählen Sie den passenden Chatbot aus
- #4 Seien Sie präzise
- #5 Halten Sie es realistisch, beginnen Sie mit klein!
- #6 Garantieren Sie, dass Ihr Chatbot skalierbar ist, und bleibt
- #7 Nutzen Sie Daten zur Erfolgsprognose Ihres Chatbots
- #8 Nehmen Sie sich Zeit für eine sorgfältige Analyse
- #9 Bedenken Sie, dass ein Chatbot nicht für alles die Lösung ist
- #10 Entscheiden Sie, ob Sie den Chatbot selbst entwickeln, oder entwickeln lassen
- #11 Vertiefen Sie sich in Chatbots, und lassen Sie sich inspirieren
- #12 Erstellen Sie einen Entwicklungsplan

2 Einwandfreier Start mit Ihrem Chatbot

- #13 Ein Team mit den richtigen Fähigkeiten erzielt das beste Resultat
- #14 Servicemitarbeiter sind potentiell die besten Chatbot-Ersteller
- #15 Verrichten Sie in Ihrem Unternehmen „Missionsarbeit“
- #16 Beziehen Sie Ihre Mitarbeiter von Anfang an mit ein
- #17 Ziehen Sie Stakeholder zu Rate, und bitte Sie um Feedback



3

Machen Sie Ihren Bot Konversationell

- #18 Geben Sie Ihrem Chatbot eine Persönlichkeit
- #19 Wenden Sie die Prinzipien der Conversational Human Voice (CHV) in Dialogen an
- #20 Schreiben Sie die Dialoge so natürlich wie möglich
- #21 Wenden Sie menschliche Kommunikationsregeln auf Chatbot-Dialoge an
- #22 Nehmen Sie den Konsumenten an die Hand
- #23 Schreiben Sie Texte in einem Atemzug (one breath teksten)
- #24 Passen Sie Konversationen an die jeweilige Benutzergruppe an
- #25 Legen Sie fest, in welchen Sprachen die Konversationen bereitstehen müssen
- #26 Führen Sie für Ihre Dialoge A/B-Tests durch
- #27 Definieren Sie Geschäftsregeln
- #28 Limitieren Sie sich nicht auf Flowcharts, erstellen Sie ausführliche Konversationen

4

Testen und verbinden Sie den Chatbot mit externen Systemen und Tooling

- #29 Nehmen Sie sich Zeit für die Testphase
- #30 Bereichern Sie den Chatbot durch die Verbindung an externe Systeme
- #31 Lassen Sie Chatbots und Mitarbeiter in derselben Umgebung arbeiten
- #32 Sorgen Sie immer für eine Möglichkeit für menschlichen Kontakt
- #33 Unterscheiden Sie zwischen virtuellen Assistenten und Mitarbeitern

5**Die Liveschaltung und Optimierung
Ihres Chatbots**

- #34 Wählen Sie einen Zeitpunkt für die Liveschaltung
- #35 Spread the word!
- #36 Machen Sie Ihren Chatbot noch schlauer
- #37 Kategorisieren Sie Fragen
- #38 Ihr Chatbot kann Fehler machen
- #39 Erwarten Sie keine Wunder
- #40 Zwischenzeitliche Beurteilung

6**Evaluierung: Was hat Ihr
Chatbot geleistet?**

- #41 Messen Sie die Leistungen Ihres Chatbots
- #42 Kontrollieren Sie die Kundenzufriedenheit (NPS)
- #43 Wurden die Ziele erreicht?
- #44 Erweiterung Ihres Chatbots
- #45 Fügen Sie neue Chatbots an Ihr Team hinzu
- #46 Teilen Sie Ihren Erfolg mit anderen!

1. WAS IST DAS ZIEL IHRES CHATBOTS?

#1 Formulieren Sie ein spezifisches Ziel

Ein ziellos eingesetzter Chatbot bringt wenig. Was möchten Sie mit Ihrem Chatbot erreichen? Wichtige Eigenschaften und Zutaten für den Erfolg eines Chatbots sind Schnelligkeit, Qualität und Personalisierung. Durch den passenden Einsatz sorgt ein Chatbot bereits nach kurzer Zeit diese Erfolge:

#2 Definieren Sie klare Aufgaben

Einer der wichtigsten Schritte bei der Entwicklung eines Chatbots ist die Festlegung seiner Aufgaben. Wofür wollen Sie den Chatbot einsetzen? Welche Probleme und Herausforderungen kann ein Chatbot für Ihr Unternehmen lösen? Womit kann ein Chatbot Ihren Kunden

besser behilflich sein? Denken Sie bei der Festlegung von Aufgaben an Fragen zu Öffnungszeiten, oder das Erfragen von Produktinformationen. Sie können all diese Aufgaben und Ziele in einem Entwicklungsplan definieren.

BIS ZU

↓ 36%

KOSTENEINSPARUNG

BIS ZU

↑ 24%

HÖHERE
KUNDENZUFRIEDENHEIT
(NPS)

BIS ZU

↑ 20%

PRODUKTIVITÄTS-
STEIGERUNG

BIS ZU

↑ 40%

ALLER KONVERSATIONEN
WERDEN DURCH
CHATBOTS ERLEDIGT

#3

#3 Wählen Sie den passenden Chatbot aus

Für welchen Chatbot Sie sich entscheiden, hängt von dem Problem oder der Frage ab, die Sie lösen wollen. Chatbots werden häufig eingesetzt:

Anhand des zu erreichenden Ziels oder des zu lösenden Problems, können Sie ganz einfach entscheiden, welche Art von Chatbot Ihr Unternehmen benötigt!

- zur Beantwortung von häufig gestellten Fragen;
- zur Weiterleitung von Website-Besuchern zur passenden Seite;
- zur Rotation von Gesprächen zum richtigen Mitarbeiter;
- zur Weiterleitung hin zur relevanten Informationsquelle;
- zur Beantwortung von Fragen ausserhalb der Öffnungszeiten (z.B. am Wochenende und in den Abendstunden).

#4 Seien Sie präzise

Es ist derzeit noch nicht möglich, mit nur einem Chatbot alle Probleme innerhalb Ihres Unternehmens anzugehen. Wählen Sie darum ein spezifisches Problem aus, und erhöhen Sie dadurch direkt die Erfolgsrate Ihres Chatbots. Wenn Sie mit einer einzigen Aufgabe beginnen, können Sie die Entwicklungen gut messen, z.B., ob die Effizienz steigt und die Kundenzufriedenheit wächst.

#5

#5 Halten Sie es realistisch, beginnen Sie mit klein!

Wenn Sie in Bezug auf die Technologie noch unsicher sind, dann beginnen Sie mit kleinen Schritten. Am Anfang bietet sich ein Bot an, der ausserhalb der Öffnungszeiten eingesetzt wird. Dieser Bot erweist sich als sehr zugänglich. Es ist wirklich nicht nötig, Ihren kompletten Kundenservice in einer Aktion rigoros zu verändern. Teilen Sie die Veränderungen stattdessen in überschaubare Schritte auf, und messen Sie nach jedem Schritt das Ergebnis. Auf diese Weise können Sie effiziente Schritte setzen, und langsam, aber sicher wachsen.

#6 Garantieren Sie, dass Ihr Chatbot skalierbar ist, und bleibt

Schaffen Sie die Basis dafür, dass der Chatbot gemeinsam mit Ihrem Unternehmen wachsen kann. Erstellen Sie eine Liste mit Forderungen, die der Chatbot für Ihr Unternehmen erfüllen muss. Geben Sie sich nicht mit einem simplen Chatbot zufrieden, der nur Standardantworten auf Fragen geben kann. Es lohnt sich, in eine Plattform zu investieren, die dafür sorgt, dass Ihr Chatbot seine Arbeit auch in der Zukunft noch zufriedenstellend erledigen kann.

Da die Welt der Technologie sich so rasant verändert, ergeben sich immer mehr Möglichkeiten. Wählen Sie eine Plattform aus, die zu Ihrem Unternehmen passt, und die auch mit anderen Plattformen, wie Google und Genesys, verbunden ist.

”

“

#7

#7 Nutzen Sie Daten zur Erfolgsprognose Ihres Chatbots

Durch die Analyse älterer Nachrichten an den Kundenservice, erhalten Sie ein deutliches Bild darüber, wie ein Chatbot Ihr Unternehmen am besten unterstützen kann. Die Analyse gibt Auskunft darüber, welche Fragen sich zur Automatisierung eignen, und wieviele Fragen ein Chatbot bewältigen kann. Eine Chatbot Feasibility-Analyse kann hierbei helfen!



#8 Nehmen Sie sich Zeit für eine sorgfältige Analyse

Denken Sie im voraus gut darüber nach, welche Fragen Sie in die Chatbot-Konversationen mit aufnehmen wollen und nehmen Sie sich Zeit für eine sorgfältige Analyse. Somit schaffen Sie ein starkes Fundament, auf dem Sie aufbauen können. Eine Entscheidung, die Sie zu Beginn des Prozesses treffen, wirkt sich immer langfristig aus. Selbstverständlich ist es jederzeit möglich, Veränderungen durchzuführen, aber das erweist sich leider nie als effizient.

#9 Bedenken Sie, dass ein Chatbot nicht für alles die Lösung ist

Ein Chatbot ist nicht für jedes Unternehmen, oder für jede Art von Fragen, geeignet. Routinemäßige und vorhersehbare Aufgaben lassen sich einfach automatisieren, aber für komplexe und mehrdeutige Aufgaben, spielt die Interaktion zwischen Menschen noch eine grosse Rolle. Um Kunden tatsächlich verstehen, und auf Ihre individuellen Bedürfnisse reagieren zu können, bedarf es menschlichem Einfühlungsvermögen, Kreativität und Emotionen.

#10 Entscheiden Sie, ob Sie den Chatbot selbst entwickeln, oder entwickeln lassen

Verfügen Sie unternehmensintern über Kapazitäten, um die Entwicklung Ihres Chatbots in die eigenen Hände zu nehmen? Oder lagern Sie die Entwicklung Ihres Chatbots lieber aus? Bestimmen Sie zunächst, welches Szenario am besten zu Ihrem Unternehmen passt. Das ist natürlich auch abhängig von Ihrem Budget, und der Zusammenstellung Ihres Teams. Es gibt im Prinzip zwei Möglichkeiten: Sie können die Entwicklung an einen spezialisierten Chatbot-Entwickler übertragen, oder Ihren Chatbot mit Hilfe einer Chatbot-Plattform selbst erstellen.

#10

#11 Vertiefen Sie sich in Chatbots, und lassen Sie sich inspirieren

Es wurde bereits viel über Chatbots geschrieben, besonders in den letzten Jahren. Erweitern Sie Ihr Wissen durch das Lesen von Whitepapers und Erfolgsgeschichten, oder besuchen Sie Veranstaltungen zum Thema Chatbots und AI. Sprechen Sie auch mit anderen Professionals, die einen Chatbot entwickelt haben, und bitten Sie um Erfahrungen und Tipps aus erster Hand.

#12 Erstellen Sie einen Entwicklungsplan

Wenn Sie Ihr Ziel definiert haben, gilt es im nächsten Schritt, eine gute Planung zu erstellen. Der Entwicklungsplan für Ihren Chatbot sollte enthalten, was Sie genau erreichen wollen, durch welche Maßnahmen, und in welchem Zeitraum. Welche Stakeholder Ihres Unternehmens müssen mit einbezogen werden? Eine gute Planung ist die halbe Arbeit! Sie können hierfür ein Planungstool einsetzen, wie z.B. Trello.

2. EINWANDFREIER START MIT IHREM CHATBOT

#13 Ein Team mit den richtigen Fähigkeiten erzielt das beste Resultat

Wir sehen stets mehr Berufsbezeichnungen, die mit der Entwicklung von Chatbots zusammenhängen. Es beginnt mit einer guten Basis von Fähigkeiten, die in der Kombination für die besten Ergebnisse sorgen. Greifen Sie hierbei auf die Hilfe von anderen Mitarbeitern zurück: Business Analyst, Product Owner, Conversational Copywriter, und optional (für mehr technische Plattformen) Developer.

#14 Servicemitarbeiter sind potentiell die besten Chatbot-Ersteller

Servicemitarbeiter kennen die Kunden in- und auswendig. Sie wissen, wie Sie mit den Kunden umgehen müssen, die wiederkehrenden Probleme, und sie können erstklassig kommunizieren. Durch die Bereitstellung einer benutzerfreundlichen Plattform ermöglichen Sie die Erstellung von Chatbots durch Ihre eigenen Servicemitarbeiter. Auch in einem späteren Stadium, wenn der Chatbot live ist, und montiert werden muss, ist die Rolle der Serviceagenten bei der Leistungsverbesserung entscheidend.

#15 Verrichten Sie in Ihrem Unternehmen „Missionsarbeit“

Manchmal ergibt sich eine Situation, in der unter den Kollegen in Bezug auf den Chatbot Unsicherheiten entstehen; was er genau leisten kann, und was man realistisch von ihm erwarten kann. Verrichten Sie aus diesem Grund Missionsarbeit, um den Bekanntheits- und Vertrautheitsgrad des Bots unter Ihren Kollegen zu erhöhen. Das erreichen Sie, indem Sie viel über den Bot erzählen und seine Arbeitsweise anhand von konkreten Beispielen erklären. Möglicherweise erscheint dies als ein Schritt, den man leicht vernachlässigen kann. Es ist für den gesamten Prozess aber ungeheuer wichtig, dass jeder Mitarbeiter mit der Technologie bekannt gemacht wird.

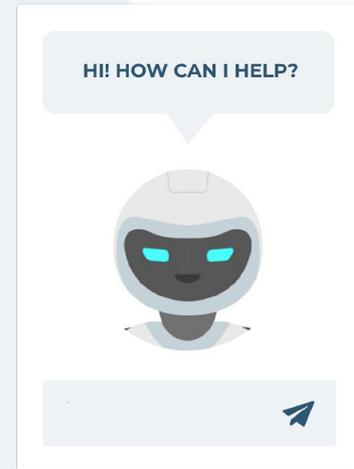
#16

#16 Beziehen Sie Ihre Mitarbeiter von Anfang an mit ein

Beziehen Sie Mitarbeiter, die täglich mit dem Chatbot zusammenarbeiten werden, von Anfang an mit ein. Sie müssen ganz genau wissen, wie der Chatbot funktioniert, welche Aufgaben er lösen muss, und was er zu tun und zu lassen hat. Das vereinfacht nicht nur die Zusammenarbeit, und erhöht die allgemeine Akzeptanz des neuen Kollegen, sondern ist auch ausschlaggebend für das einwandfreie Funktionieren des Chatbots.

#17 Ziehen Sie Stakeholder zu Rate, und bitte Sie um Feedback

Beteiligen Sie Kollegen bei der Entwicklung Ihres Chatbots unternehmensweit. Insbesondere Kollegen, die wenig mit dem Chatbot Thema zu tun haben. Denn nur dann erhalten Sie ein vollständiges und repräsentatives Bild. Stellen Sie sich offen für Feedback, und lassen Sie die Kollegen den Chatbot testen. Basierend auf diesen wertvollen Informationen, können Sie den Chatbot und die Chatbot-Konversationen weiter optimieren.



3. RICHTEN SIE IHREN BOT KONVERSATIONELL EIN

#18 Geben Sie Ihrem Chatbot eine Persönlichkeit

Chatbots sind, ebenso wie Mitarbeiter des Kundenservice, ein Teil des Gesichts Ihres Unternehmens. Viele Unternehmen statten Ihren Chatbot darum mit einem Namen und einer Persönlichkeit aus. Soll der Chatbot männlich oder weiblich sein, wie sieht er oder sie aus, wie soll er oder sie sich benehmen, und was ist seine/ihre Tone of Voice? Das sind die Fragen, die Sie sich selbst beim Entwerfen der Persönlichkeit Ihres Chatbots stellen können.

#19 Wenden Sie die Prinzipien der Conversational Human Voice (CHV) in Dialogen an

Gestalten Sie die Erfahrung mit dem Chatbot so menschlich wie möglich, auch im digitalisierten Kundenkontakt. Die Wichtigkeit des menschlichen Aspekts in der Kommunikation weist laut Untersuchungen von Charlotte van Hooijdonk und Christine Liebrecht zurück auf die Conversational Human Voice (CHV), der menschlichen Stimme im digitalen Kontakt.

CHV trägt zu einer einer besseren Reputation, höheren Zufriedenheit, mehr Beteiligung und positiver Mund-zu-Mund-Propaganda bei. CHV kann durch die Integration der folgenden drei Elemente in Chatbot-Dialogen ihre Anwendung finden: Personalisierung, informeller Sprachgebrauch, und einladende Rhetorik.

#20

#20 Schreiben Sie die Dialoge so natürlich wie möglich

Denken Sie an einen Chatbot-Dialog im Sinne eines echten Gesprächs zwischen zwei Menschen. Geben Sie den Dialogen eine persönliche Note, indem Sie sie so schreiben, als ob Sie mit einem Bekannten sprechen. Falls es in den Kontext des Gesprächs passt, können Sie auch schöne und überraschende Elemente oder Charakteristiken Ihres Unternehmens oder Ihrer Marke einfließen lassen.

#21 Wenden Sie menschliche Kommunikationsregeln auf Chatbot-Dialoge an

Um dafür zu sorgen, dass Menschen und Bots einander verstehen, ist es nützlich unsere eigenen, im Laufe von tausenden Jahren entstandenen, Kommunikationsregeln zu beachten. Eine Regel bezieht sich z.B. darauf, wie viel wir sagen: lassen Sie in einem Gespräch keine wichtigen Dinge aus, aber fügen Sie auch keine irrelevanten hinzu. Wenn es um Chatbots geht, stellen wir an diesen im Gespräch dieselben Erwartungen wie an einen Menschen.

#22 Nehmen Sie den Konsumenten an die Hand

Während eines Gesprächs ist es wichtig, dass der Chatbot den Kunden durch den gesamten Prozess begleitet, und ihn zur Fortsetzung des Gesprächs einlädt, bis dem Kunden vollständig und zufriedenstellend geholfen ist. Um dafür zu sorgen, dass Ihre Kunden in der Konversation engagiert bleiben, schließen Sie die Sätze am besten mit einer Frage ab.

#23

#23 Schreiben Sie Texte in einem Atemzug

Um Ihren Chatbot wirklich konversationell zu machen, müssen Sie darauf achten, dass Ihre Antworten nicht zu lang sind. Testen Sie Ihre Antworten darum mit dem „Ein Atemzug-Test“. Passt Ihre Antwort, wenn sie sie laut vorlesen, in einen Atemzug? Dann ist der Sinn perfekt. Müssen Sie häufiger einatmen? Unterteilen Sie den Text dann in kleinere Passagen.

#24 Passen Sie Konversationen an die jeweilige Benutzergruppe an

Verschiedene Benutzergruppen lassen sich auf verschiedene Arten ansprechen. Passen Sie Ihre Antworten, abhängig von der Zielgruppe an. Denken Sie in diesem Kontext beispielsweise an wiederkehrende Website-Besucher gegenüber neuen Website-Besuchern, oder bestehenden Kunden und potentiellen Kunden. Passen Sie ebenso die Tone of Voice an Ihre Zielgruppe an.

#25 Legen Sie fest, in welchen Sprachen die Konversationen bereitstehen müssen

Ist Ihre Zielgruppe international? Beachten Sie dann, dass die Dialoge in mehreren Sprachen zur Verfügung stehen müssen. Sie können die Konversationen in mehrere Sprachen übersetzen, und Ihr Chatbot kann diese Sprachen auch lernen.

#26

#26 Führen Sie für Ihre Dialoge A/B-Tests durch

Selbstverständlich werden Sie manchmal zweifeln, was nun für Ihren Chatbot am besten funktioniert. Denken Sie z.B. an einen Kunden, der eine sehr lange Frage stellt, die der Chatbot nicht verstehen kann. Ist es besser, den Kunden direkt an einen live Serviceagenten weiterzuleiten, oder sollte der Chatbot den Kunden freundlich fragen, seine Frage kürzer zu formulieren? Um dahinter zu kommen, was besser für Ihre Kunden funktioniert, können Sie beide Szenarien im Rahmen eines A/B-Tests durchspielen.

#27 Definieren Sie Geschäftsregeln

Ein weiterer wichtiger Punkt ist das Festlegen von Geschäftsregeln. Der Chatbot kann darüber Auskunft geben, wo er die Informationen bekommen kann, wann er externe Systeme nutzt, und in welchem Fall er den Kunden um mehr Informationen fragen muss. Mit anderen Worten: was darf der Bot tun, und was nicht? Bots werden zurzeit immer intelligenter und können selbstlernend sein. Dennoch ist es ratsam, um Geschäftsregeln festzulegen, damit Sie den Chatbot immer unter Kontrolle haben.

#28 Limitieren Sie sich nicht auf Flowcharts, erstellen Sie ausführliche Konversationen

Geben Sie sich nicht mit dem Einsatz von Flowcharts zufrieden, da diese den menschlichen Aspekt aus den Konversationen holen. Erstellen Sie realistische und ausführliche Konversationen, die flexibel sind, und im Einklang damit stehen, wie Kunden Ihr Unternehmen kontaktieren.

4. TESTEN UND VERBINDEN SIE DEN CHATBOT MIT EXTERNEN SYSTEMEN UND TOOLING

#29 Nehmen Sie sich Zeit für die Testphase

Testen Sie Ihren Chatbot kontinuierlich weiter. Funktioniert er immer gut? Falls nicht, wo liegt das Problem? Ist es möglich, um ihn mit neuen Beispielen zu füttern, um den Service zu optimieren und zu verbessern? Wenn Sie selbst einen Test durchführen, bekommen Sie ein gutes Gefühl dafür, was der Chatbot für Ihr Unternehmen und Ihre Kunden bedeutet. Nehmen Sie sich genügend Zeit für diesen wichtigen Schritt, denn der Erfolg des Chatbots nimmt einen direkten Einfluss auf die Kundenzufriedenheit.

#30 Bereichern Sie den Chatbot durch die Verbindung an externe Systeme

Die Integration mit einem externen System ermöglicht ein 360 Grad-Kundenbild und kann den Chatbot dabei unterstützen, bestimmte Tätigkeiten auszuführen. Eine solche Verbindung ist nicht notwendig, aber sie bereichert sicher den Chatbot! Sie können Ihren Bot beispielsweise an Ihr CRM-System koppeln, das ausführliche Kundeninformationen enthält. Vielleicht ist es auch ratsam, bestimmte Kunden anders anzusprechen als andere. Dank der Integration kann dieser Unterschied ganz einfach gemacht werden.

#31 Lassen Sie Chatbots und Mitarbeiter in derselben Umgebung arbeiten

Zur Erreichung der besten Resultate, sollten Sie Ihren Chatbot in derselben Online Kundenservice-Umgebung arbeiten lassen wie Ihre Kundenservicemitarbeiter. Auf diese Weise wissen Ihre Kundenservicemitarbeiter genauestens darüber Bescheid, was der Chatbot macht, und sie können jederzeit eingreifen. Außerdem lässt sich der Chatbot dann ganz unkompliziert auf neuen Kanälen einsetzen.

#32

#32 Sorgen Sie immer für eine Möglichkeit für menschlichen Kontakt

Stellen Sie sicher, dass immer ein Mitarbeiter zur Übernahme bereit steht, wenn der Chatbot nicht weiterkommt. Dadurch beugen Sie Frustrationen seitens Ihrer Kunden vor.

#33 Unterscheiden Sie zwischen virtuellen Assistenten und Mitarbeitern

Sorgen Sie dafür, dass Ihre Kunden immer wissen, ob Sie es mit einem Chatbot oder einem menschlichen Kundenservicemitarbeiter zu tun haben. Wenn Sie einen deutlichen Unterschied zwischen den beiden machen, vermeiden Sie eine mögliche Verwirrung seitens der Kunden. Die Übergabe von einem Chatbot zu einem Live-Gespräch mit einem Mitarbeiter muss auch deutlich sein. Dann weiss ein Kunde immer, was er oder sie erwarten kann.



5. DIE LIVESCHALTUNG UND OPTIMIERUNG IHRES CHATBOTS

#34 Wählen Sie einen Zeitpunkt für die Liveschaltung aus

Haben Sie Ihren Chatbot ausführlich getestet und funktioniert alles wie geplant? Dann ist es Zeit für die Lancierung! Haben Sie sich für einen Soft Launch entschieden, oder gehen Sie direkt 100% live? Die Terminwahl muss gut durchdacht sein und bei Ihrem Unternehmen passen. Dieser kann von der Branche oder der Saison abhängen.

#35 Spread the word!

Abgesehen vom Zeitpunkt, ist auch die Kommunikation und eine eventuelle Kampagne von Bedeutung. Nutzen Sie die Presse, und setzen Sie Social Media-Kanäle und Newsletters ein, um die Botschaft nach außen zu bringen. Ihre Marketingkollegen werden Sie hierbei sicher gern unterstützen! Vergessen Sie nicht, die interne Kommunikation in Richtung Kollegen. Diese helfen sicher auch gerne mit, und geben die Lancierung in Ihren Netzwerken bekannt.

#36 Machen Sie Ihren Chatbot noch schlauer

Der Chatbot muss lernen zu verstehen, was Sie meinen. Während Bots früher hauptsächlich über ein Skript arbeiteten, verfügen wir heutzutage über Artificial Intelligence und Technologien, die Bots intelligenter machen. Das gibt den Bots von heute die Möglichkeit, um das Ziel der Nachricht zu identifizieren (Intention), und um Daten aus den Berichten zu filtern (Entitäten), wie eine Emailadresse oder Kundennummer. Ein Bot kann geschult werden, um Nachrichten (besser) zu verstehen.

#37

#37 Kategorisieren Sie Fragen

Die meisten Unternehmen, die einen Chatbot einführen, befinden sich bereits in einem Serviceprozess, in dem online Berichte in einem Tool behandelt werden. Das ermöglicht die Kategorisierung von Fragen und die Sammlung von Beispielen aus den eigenen Prozessen. Sie können den Chatbot mit den Kundenberichten und den verschiedenen Arten der Fragestellung durch Ihre Kunden, füttern.

#38 Ihr Chatbot kann Fehler machen

Genau wie jeder neue Arbeitnehmer, kann ein Chatbot am Anfang Fehler machen. Wenn Sie Ihren Chatbot während eines Soft Launchs Schritt für Schritt einführen, dann können Sie mögliche funktionelle Fehler korrigieren, ohne dass viele Benutzer jemals mit diesen konfrontiert werden. Anhand der manuellen Beurteilung, ob der Chatbot etwas gut oder schlecht getan hat, oder

dass der Chatbot gar nicht gehandelt hat, obwohl es wünschenswert gewesen wäre, kann der Chatbot lernen besser einzuschätzen, wann und wie er sich an einem Gespräch beteiligen darf.

#39

#39 Erwarten Sie keine Wunder

Geben Sie Ihrem Chatbot genügend Zeit zum Lernen, und sich zu beweisen. Der Bot lernt jeden Tag neue Dinge hinzu. Dank des Entwicklungsplans, den Sie für Ihren Chatbot erstellt haben, können Sie Meilensteine definieren. Wurden die Ziele nicht (direkt) erreicht oder funktioniert der Bot noch nicht optimal? Seien Sie geduldig. Sie können einen Bot am besten mit einem neuen Mitarbeiter vergleichen, und sollten nicht direkt Wunder erwarten.

#40 Zwischenzeitliche Beurteilung

Planen Sie eine wöchentliche oder zweiwöchentliche Evaluierung ein, zu der Sie die Arbeit und Leistung Ihres Chatbots messen. Berücksichtigen Sie dabei auch die Ziele, die Sie gesetzt haben. Sind die Ziele noch realistisch? Möglicherweise kann der Chatbot mehr leisten, als Sie zuvor angenommen haben. Durch diese Evaluierung erhalten Sie ein genaues Bild dessen, was der Chatbot für Ihr Unternehmen und Ihre Kunden konkret bedeutet.



6. EVALUIERUNG: WAS HAT IHR CHATBOT GELEISTET?

#41 Messen Sie die Leistungen Ihres Chatbots

Ein wichtiger Indikator bei der Effektivitätsmessung Ihres Chatbots sind eine Auswahl von Gesprächen, die er geführt hat. Kontrollieren Sie auch, welcher Teil des Gesprächs durch den Chatbot erfolgreich erledigt wurde, und welche an einen menschlichen Mitarbeiter übertragen wurden. Um zu beurteilen, wie gut der Chatbot schon im Erkennen der Kundenintention ist, können Sie die Anzahl der korrekt eingestuftten Anfragen und Statistiken über Natural Language Processing (NLP) zu Rate ziehen.

#42 Kontrollieren Sie die Kundenzufriedenheit (NPS)

Ausser Indikatoren, die die Leistungen Ihres Chatbots messen, ist es wichtig, den Effekt Ihres Chatbots auf Ihre Kunden und Mitarbeiter zu untersuchen. Hat sich der NPS-Score positiv verändert? Haben sich die Wartezeiten verkürzt? Sind Ihre Kundendienstmitarbeiter motivierter, da Ihre Arbeit interessanter geworden, und weniger repetitiv, ist?

#43 Wurden die Ziele erreicht?

Blicken Sie zurück auf den Anfang, und welche Ziele und KPIs Sie vorab festgelegt hatten. Wollten Sie mit dem Bot Kosten einsparen, eine höhere NPS oder ein Produktivitätswachstum erreichen? Überprüfen Sie, ob die Ziele erreicht wurden. Im idealfall haben Sie auch zwischenzeitliche Messungen durchgeführt, und konnten Sie dann Anpassungen vornehmen. Seien Sie im Hinblick auf die definierten und erreichten Ziele kritisch, und ziehen Sie Ihre Lehren daraus, wenn die Ergebnisse enttäuschend sind. Was können Sie beim nächsten Mal verbessern? Gibt es etwas, dass Sie anders hätten machen können?

#46

#44 Erweiterung Ihres Chatbots

Wenn die ersten erfolgreichen Monate mit Ihrem Chatbot hinter Ihnen liegen, ist es ratsam, zu untersuchen, ob Sie ihn noch weiter optimieren können, und vielleicht sogar mehr AI in den Chatbot integrieren können. Wenn Ihr Chatbot jetzt über Tasten funktioniert, können Sie ihn vielleicht um Textfeldern erweitern. Sie können einen Chatbot auch gleichzeitig hinter und vor den Kulissen Ihres Servicezentrums einsetzen. Im Hintergrund kann ein Chatbot gut zum Labeln von Fragen genutzt werden. Vor den Kulissen kann er einen wertvollen Beitrag durch die Beantwortung von einfachen und häufig gestellten Fragen leisten.

#45 Fügen Sie neue Chatbots an Ihr Team hinzu

Auf langfristiger Sicht ist die Skalierbarkeit eines Chatbots ein wichtiger Erfolgsfaktor. Vielleicht wollen Sie mit einem einfachen FAQ-Chatbot anfangen? Oder wollen Sie die Aufgaben schrittweise ausweiten, oder vielleicht sogar zukünftig mehrere Chatbots nebeneinander arbeiten lassen? Sie können die Optimierung Ihres Chatbots am besten als ein kontinuierliches Projekt ansehen, das ein eigenes Team innerhalb Ihres Unternehmens benötigt.

#46 Stolz? Teilen Sie Ihren Erfolg mit anderen!

Gratulation! Sie haben Ihren Chatbot nach auf einer aufregenden Zeit voller neuer Lernerfahrungen mit Erfolg lanciert. Jetzt ist es an der Zeit, Ihre Erfahrungen mit anderen zu teilen und Ihnen zu helfen, das Beste aus ihrem Chatbot zu holen. Gibt es bei Ihnen in der Nähe Events, wo Sie einen Vortrag halten, oder einen Workshop anbieten können? Vielleicht sind Sie sogar der Keynote Speaker auf einem populären Event.

ERSTELLEN SIE JETZT IHREN EIGENEN CHATBOT!

Wir hoffen, dass wir Ihnen mit diesen nützlichen Tips genug Kenntnis und Inspiration vermittelt haben, um mit der Entwicklung Ihres Chatbots beginnen zu können!

Möchten Sie direkt mit der Automatisierung von Serviceprozessen innerhalb Ihres Unternehmens beginnen? Melden Sie sich dann direkt zur OBI Bots-Plattform an und bauen Sie Ihren eigenen Chatbot ganz ohne Programmierkenntnis/bedarf. Die Nutzung der Plattform ist die ersten 14 Tagen kostenlos, so dass Sie genug Zeit haben, die Plattform kennenzulernen.

MELDEN SIE SICH JETZT AN

KONTAKTIEREN SIE UNS



OBI4WAN

Email: info@obi4wan.com

Phone: +31 (0)85 210 50 60

Website: www.OBI4wan.com

Bleiben Sie auf dem Laufenden über digitalen Kundenservice, Chatbots, Media Monitoring und Media Insights. Folgen Sie uns auf Social Media.

