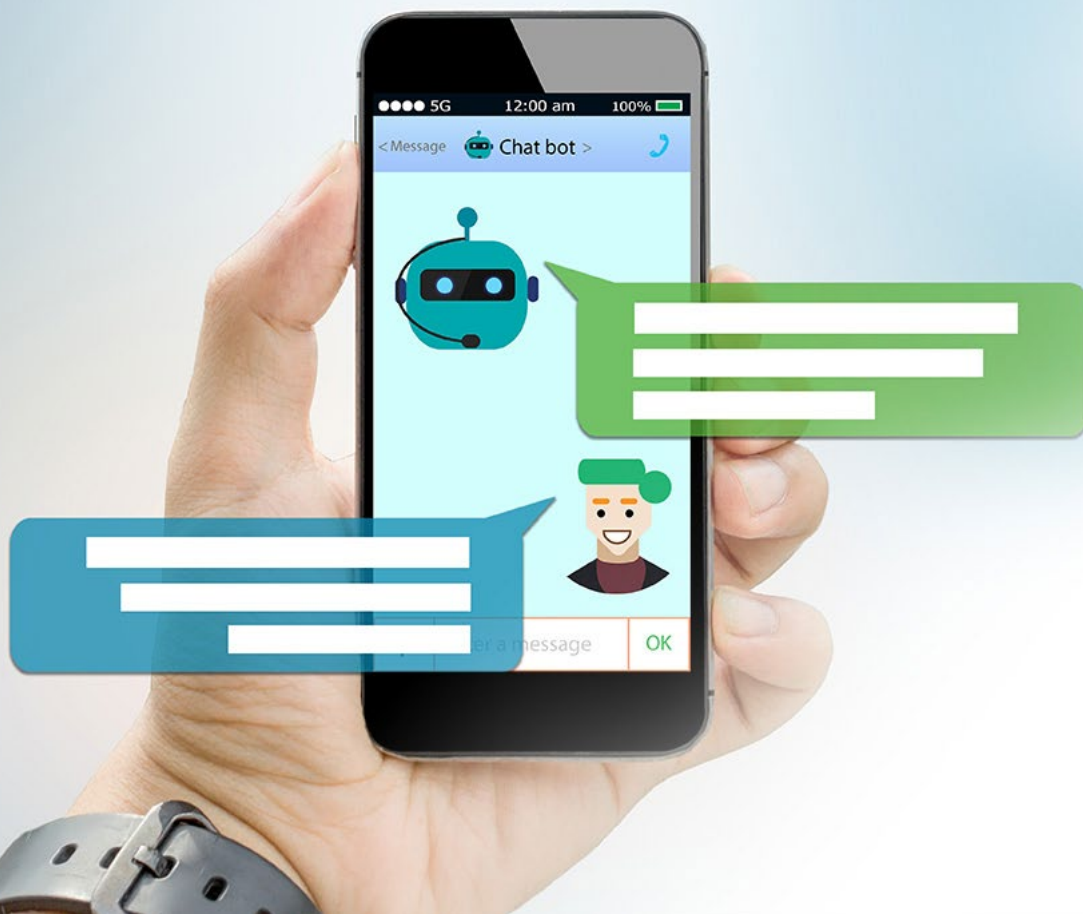


CHATBOTS –
GAME CHANGER
FÜR IHREN
KUNDENKONTAKT



Die Kombination von maschinellern Lernen und menschlichem Wissen resultiert in einem besseren Service und einer höheren Kundenzufriedenheit. Entwicklungen auf dem Gebiet der Künstlichen Intelligenz und Chatbots lösen einander in rapidem Tempo ab.

Intelligente Chatbots finden ihren Einsatz nicht mehr nur in größeren Unternehmen,

sondern bieten auch für KMB einen deutlichen Mehrwert. Neben einer höheren Kundenzufriedenheit, führt die Anwendung von Bots zu mehr Effizienz, niedrigeren Kosten und einer erhöhten Mitarbeiterzufriedenheit.

In diesem Whitepaper präsentieren wir die Einsatzmöglichkeiten von Chatbots für fortschrittliche Unternehmen. ■■■■■■



INHALT



Chatbots: damals und heute

1

Der Virtuelle Assistent
der Zukunft

2

Zielorientiert, intelligent und
konversationell

3

In 5 Schritten zum Erfolg

4

Game Changer für Unternehmen

5



1. CHATBOTS: DAMALS UND HEUTE

In den kommenden Jahren wird der Kontakt zwischen Menschen und Unternehmen immer häufiger mit Hilfe von Chatbots mit menschlichen Eigenschaften, erfolgen. Viele Unternehmen definieren zurzeit, welche Rolle Chatbots und Künstliche Intelligenz (KI) in der Zukunft spielen werden. Denn es steht außer Frage, dass der Einfluss von Chatbots auf die Disziplinen Service, Marketing und Sales stark zunehmen wird.

Das Chatbots beliebt sind, wissen wir schon länger. Die Anzahl der weltweiten Suchaufträge für das Wort „Chatbot“ stieg in den letzten 2 Jahren explosiv an, obwohl es Bots ja schon viel länger gibt. Der allererste Chatbot hieß ELIZA und wurde zwischen 1964 und 1966 von Joseph Weizenbaum entwickelt. ELIZA war in der Lage, Schlagwörter zu erkennen und darauf mit standardisierten Antworten zu reagieren. Technologische Weiterentwicklungen haben die heutigen Chatbots intelligenter und kosteneffizienter gemacht.

Alan Turing entwickelte den Turing-Test um festzustellen, inwiefern ein Computer als Mensch durchgehen würde. Chatbots und Computer, die nicht als solche entlarvt wurden, bestanden den Turing-Test.

Chatbots als virtuelle Mitarbeiter

Frank Smit, Chief Innovation Officer bei OBI4wan, erläutert die Anwendung von modernen Chatbots: Sie können einen Chatbot als virtuellen Kundendienstmitarbeiter betrachten. Der Bot „liest“ die Nachricht, identifiziert die Absicht des Fragestellers und erstellt einen vollständigen Satz von (Kunden)-Daten. Seine Arbeit ist damit abgeschlossen; die von ihm erhobenen Informationen werden an einen menschlichen Kollegen übertragen.“ Chatbots sind die Antwort auf die steigende Anzahl von Kundenanfragen über digitale Kundenkontakt-Kanäle wie Soziale Medien, Messaging Apps und Live Chat. Unternehmen sind auf der Suche nach besseren Ansätzen, um einfache Fragen automatisch zu beantworten, ohne an Kundenzufriedenheit einzubüßen. ■■■■■■



2. DER VIRTUELLE ASSISTENT DER ZUKUNFT

Chatbots unterstützen Kundenservice Mitarbeiter beim Zusammentragen relevanter Informationen, wie eine Art virtueller Assistent. So haben HEMA und OBI4wan gemeinsam einen intelligenten Bot erstellt. Dieser Bot kann in allen Direct-Message-Kanäle eingesetzt werden. Der Bot berücksichtigt bei jeder eingehenden Frage die aktuellen Öffnungszeiten des Kundenservice, und gibt, abhängig von der

jeweiligen Zeit, die passende Antwort. Der Bot ist in der Lage, im Text Bestellnummern und andere relevante Kundendaten zu erkennen. Falls diese Angaben noch nicht vorliegen, erfragt er die Daten, die zur weiteren Bearbeitung der Frage erforderlich sind, selbstständig. Die Service-Experten können die Fragen dann direkt weiter bearbeiten. ■■■■■■

OBI4WAN

OBI4wan: ‚Der intelligente Antwortassistent, der innerhalb des OBI4wan Interfaces tätig ist, die Arbeit für die Service-Experten vorbereitet und spezielle Kundenanfragen handhaben kann.‘



“Das potenzielle Ziel eines konversationellen Chatbots ist die Effizienzsteigerung im Kundenservice, die in einer Kostensenkung und gleichzeitiger Steigerung der Zufriedenheit von Kunden und Mitarbeitern resultiert.”

- FRANK SMIT, OBI4wan



3. ZIELORIENTIERT, INTELLIGENT UND KONVERSATIONELL

Chatbots gibt es in vielen Ausführungen. Nehmen Sie beispielsweise vollständig in das Online-Kundenservice-Tool integrierte Chatbots, die die Informationsbeschaffung für die Kundendienst Mitarbeiter erledigen. Bots können darüber hinaus auch andere Funktionen übernehmen, wie z.B. die des Smart Response Assistenten oder des Business Analyst. Unabhängig von ihrer Anwendung arbeiten Bots stets zielorientiert. Der Bot hilft dem Kunden, durch das Stellen der richtigen Fragen, das gewünschte Ziel zu erreichen.

„Es wird oft angenommen, dass Chatbots nur Fragen im Live Chat auf der Website schneller abhandeln können. Dabei gibt es noch viele weitere Einsatzmöglichkeiten, unabhängig vom Kanal und der Anwendung. Chatbots eignen sich nicht nur zur Beantwortung einfacher Kundenanfragen, sondern können ihnen auch den Weg weisen oder Produkte verkaufen.“ erklärt Frank Smit, CIO bei OBI4wan.

Für jedes Unternehmen, das sich auf die konstante Verbesserung der Online-Kundenerfahrung richtet, ist der Einsatz von Chatbots relevant. Sowohl innerhalb von B2C- als auch B2B-Unternehmen werden Bots im Kundenservicebereich, Marketing, Sales und der internen

Unternehmenskommunikation eine immer größere Rolle spielen.

Besser erreichbar sein, auch außerhalb von Öffnungszeiten, stellt eine wichtige Herausforderung für viele Unternehmen dar. Bots sind nicht nur eine gute Lösung, um 24/7 Support zu bieten, sondern auch, um Informationen schneller bereitzustellen. Unternehmen mit einer komplexen Informationsstruktur, wie z.B. Gemeinden und Gesundheitseinrichtungen können ihre Zielgruppe viel schneller mit der richtigen Information versorgen. Dies verringert letztendlich den Arbeitsdruck des Kundenservice.

Eine weitere zielorientierte Anwendung von Bots finden wir in der Welt der Banken. Das Erstellen eines vernünftigen Sparplans ist ein komplexer und zeitraubender Prozess. Ein Chatbot kann potenziellen Sparern schnell und direkt dabei helfen z.B. das für sie beste Sparkonto auszuwählen. Fehlende Daten werden automatisch erfragt und für das Erstellen eines persönlichen Angebots genutzt. Außerdem liefert das Gespräch zwischen Bot und Kunden wertvolle Einsichten. Diese ergeben sich aus der Analyse der Kundenbedürfnisse, deren Reaktionen und Ergebnisse der Konversation mit Hilfe eines Monitoring Systems. ■■■■■■



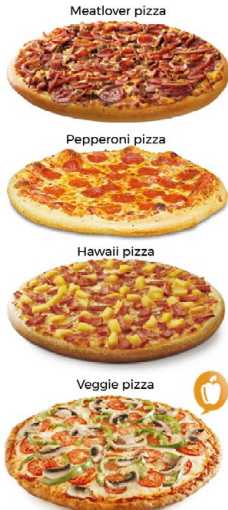

NUTZERABSICHTEN UND ENTITEITEN

Ein intelligenter Chatbot funktioniert auf Basis Künstlicher Intelligenz (KI), auch „Artificial Intelligence“ oder „AI“ genannt. Sobald ein Unternehmen eine Nachricht empfängt, wird diese mittels KI analysiert und die Nutzerabsicht (Intention) der Nachricht wird abgeleitet. Dies geschieht auf Basis des maschinellen Lernens. Außerdem ist der Chatbot in der Lage, die erforderlichen Folgeschritte abzuleiten und dafür die richtigen Fragen zu stellen.

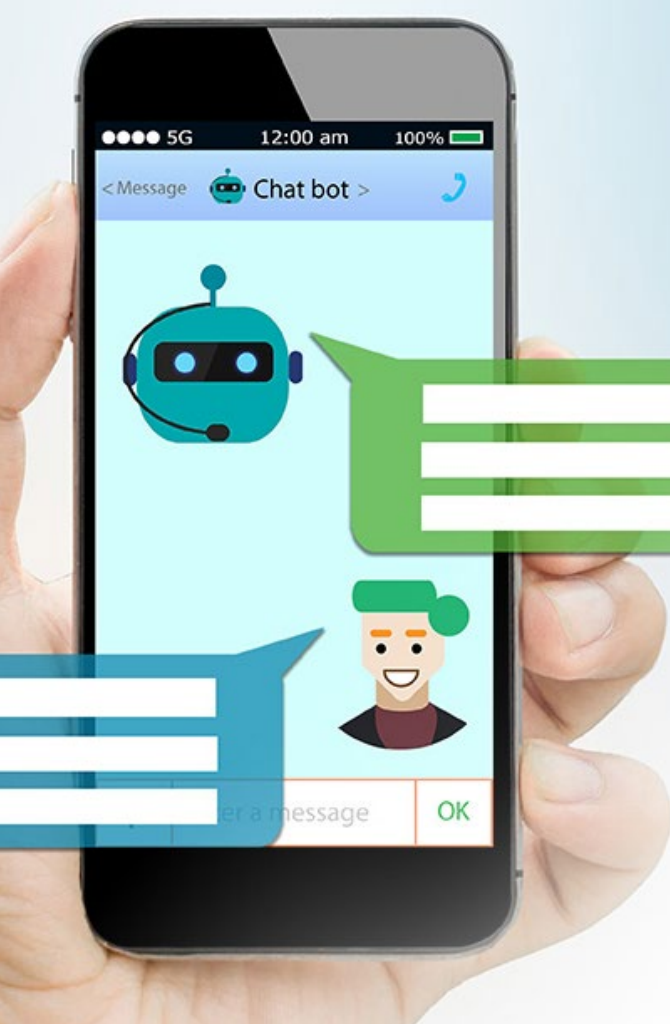
Je größer die Anzahl der Beispiele, die dem Chatbot zur Verfügung steht, ist, desto schneller kann die Absicht der Kundennachricht erkannt werden. Stellen Sie sich

vor, dass ein Konsument über den Live Chat einer Webseite eine Pizza bestellen möchte. Ein Chatbot weiß, welche Informationen benötigt werden, um die Bestellung aufzugeben und fragt nach der fehlenden Information. Sobald alle Fragen beantwortet sind, gibt der Chatbot grünes Licht für die Bestellung.

1. Möchte der Konsument tatsächlich eine Bestellung aufgeben?
2. Welche Größe wünscht der Konsument?
3. Welche Variante (bzw. Zutaten) möchte der Konsument?
4. Wohin soll die Pizza geliefert werden?

Placing the pizza order	Determining the size of the pizza	Setting up the combination of the pizza	Giving out your address
			





4. IN 5 SCHRITTEN ZUM ERFOLG

Sie wissen jetzt, welche Funktion Chatbots einnehmen können, welcher Zielsetzung sie dienen und wie sie funktionieren. Als Nächstes ist es interessant zu erfahren, wie sie gebaut werden. OBI4wan ist von der Kombination des maschinellen Lernens und der menschlichen Einsicht überzeugt - eine Bündelung der Kräfte sozusagen. Ein Chatbot wird in 5 Schritten entwickelt, wobei am Anfang die Definition der wichtigsten Aufgaben steht:

1. Bestimmen Sie die Zielsetzung und definieren Sie die Aufgaben.
2. Tonfall: Generieren Sie die Antworten.
3. Üben, üben und nochmals üben.
4. Bereichern Sie Ihren Chatbot durch den Anschluss an externe Systeme.
5. Nehmen Sie sich genügend Zeit, um den Chatbot zu testen.

1. Bestimmen Sie die Zielsetzung und definieren Sie die Aufgaben

Es ist äußerst wichtig, die passende Zielsetzung für den Chatbot festzulegen. Wofür wollen Sie den Chatbot einsetzen? Welche Probleme und Herausforderungen kann ein Chatbot für Ihr Unternehmen lösen? Wobei kann ein Chatbot Ihren Kunden behilflich sein? Denken Sie beispielsweise an Öffnungszeiten, das Durchgeben von Zählerständen oder das Erfragen von Produktinformationen.

3 mögliche Anwendungsbereiche für einen Chatbot sind:

- Zur Unterstützung eines Kundenservice Mitarbeiters, wobei der Chatbot dem Mitarbeiter Antwortvorschläge auf Kundenanfragen übermittelt.
- Zur Arbeitsvorbereitung, wobei der Chatbot die benötigte Information, wie z.B. eine E-mail Adresse oder Kundennummer, automatisch bei dem Kunden erfragt.
- Ein Chatbot, der selbstständig Servicefragen bearbeitet.

2. Tonfall: Generieren Sie die Antworten

Bevor ein Chatbot eingesetzt werden kann, muss er lernen, situationsgerecht zu reagieren und einen angemessenen Tonfall anzunehmen, der zu Ihrem Unternehmen passt. Das Erstellen von Antworten lässt sich auch über Beispiele aus vergangenen Daten bewerkstelligen. Die aufgezeichneten Gespräche zwischen Kundenservice Mitarbeitern und Kunden dienen als Lehrmaterial für Ihren Chatbot. Nichtsdestotrotz, ist es sehr wichtig zu kontrollieren, was der Chatbot macht und einzugreifen, wo Steuerung erforderlich ist. Aus diesem Grund ist es zum einen ratsam, den Chatbot durchgehend zu überwachen, und zum anderen, ihn nicht nur aus historischen Daten lernen zu lassen, sondern eigenen Input hinzuzufügen.

Legen Sie außerdem Geschäftsregeln fest, wobei Sie den Chatbot wissen lassen, wo er Informationen abrufen kann, in welchen Fällen er externe Systeme nutzen soll und wann er den Kunden um zusätzliche Informationen bitten soll. Diese Regeln ermöglichen es Ihnen, absolute Kontrolle über den Chatbot und seine Tätigkeiten zu behalten.

3. Üben, üben und nochmals üben

Der Chatbot muss lernen zu verstehen, was Sie meinen. Während Bots früher vor allem basierend auf Scripts funktionierten, nutzen wir heutzutage Künstliche Intelligenz und Technologien, um Bots schlauer zu machen. Dadurch sind die modernen Bots in der Lage, das Ziel der Nachricht zu bestimmen (Absicht), aber auch Daten aus der Nachricht zu filtern (Datenobjekte), wie z.B. eine E-mail Adresse oder Kundennummer. Ein Bot kann also auch daraufhin trainiert werden, Nachrichten zu verstehen.

Die meisten Unternehmen, die erstmalig einen Chatbot einsetzen, verfügen bereits über einen Serviceprozess, wobei alle Kundenanfragen in einem Tool bearbeitet werden. Der Chatbot lässt sich durch die Kategorisierung von Fragen und Beispielen aus dem eigenen Prozess füttern. Auf diese Weise lernt er die verschiedensten Kundenfragen und auch die Art und Weise, wie die Kunden eine Frage stellen, kennen.

4. Bereichern Sie den Chatbot durch den Anschluss an externe Systeme

Durch den Anschluss an externe Systeme lernt Ihr Chatbot den Kunden noch besser zu verstehen. Eine Verbindung mit dem CRM-System bereichert den Serviceprozess und liefert Ihrem Bot mehr Informationen zur korrekten Bearbeitung von Fragen. Somit erhöht sich die Nutzerfreundlichkeit und letztendlich auch die Kundenzufriedenheit.

5. Nehmen Sie sich die Zeit zum Testen

Testen Sie den Chatbot regelmäßig. Wird die Frage richtig verstanden? Gab der Bot die richtigen Antworten? Falls nicht, analysieren Sie, wo es schief läuft und an welchen Stellen Sie die verfügbaren Informationen und das Training verbessern können. Wenn Sie den Test selbst durchführen, bekommen Sie ein besseres Gefühl dafür, was der Chatbot für Ihr Unternehmen und Ihre Kunden leistet. Nehmen Sie sich die Zeit für diesen Schritt, denn der Erfolg des Chatbots hat einen direkten Einfluss auf die Zufriedenheit Ihrer Kunden.

Fangen Sie mit kleinen Anpassungen an, damit die Veränderungen sichtbar und messbar bleiben. Arbeiten Sie schrittweise auf ein größeres Ziel hin, wie z.B. das Optimieren des Kundenservice und der Steigerung der Kundenzufriedenheit. Unterschätzen Sie hierbei nicht die Informationen und das Know-how, das intern zur Verfügung steht! ■■■■■■

5. GAME CHANGER FÜR UNTERNEHMEN

Das Treffen der richtigen Entscheidungen im Entwicklungsprozess eines Chatbots führt zu einschlägigen Veränderungen in Service, Marketing und Sales. OBI4wan entwickelt intelligente Chatbots mit und für Unternehmen. Die richtige Anwendung von KI innerhalb eines kontrollierten Aufgabenbereichs, Geschäftsregeln und Training bringt Bots hervor, die den Kunden verstehen und ihm besser behilflich sein können. Darüber hinaus sind die Entwicklungskosten intelligenter Bots niedriger als für einen Bot, der auf der Grundlage von regelbasierter Spracherkennung entwickelt wird. Maschinelles Lernen und KI spielen eine

große Rolle in der Begleitung der Kunden auf ihrer Customer Journey und sind keinesfalls dazu gedacht, Mitarbeiter durch Automatisierung zu ersetzen.

Die Kombination von Chatbots und Menschen ist erfolgreich, wenn die Aufgabenbereiche klar definiert sind. Aus diesem Grund, integriert OBI4wan Chatbots innerhalb seiner bestehenden Online-Kundenservice-Lösung. So bearbeiten Kundenservice Mitarbeiter über ein einziges Dashboard Anfragen aus Social Media, Live Chat und Messaging Kanälen, unterstützt durch Bots als virtuelle Assistenten, Arbeitsvorbereiter oder Datenanalysten. ■■■■■■

“Es ist momentan vielleicht noch gewöhnungsbedürftig, dass ein Chatbot einen Teilbereich des Kundenservice und Online-Kundenservice übernimmt, aber es findet gerade eine “zweite industrielle Revolution” statt. So wie man damals befürchtete, seine Arbeit an Maschinen zu verlieren, ist es nun mit den Chatbots. Es wird einige Zeit dauern, aber dann wird sich herauskristallisieren, dass Chatbots Menschen nicht ersetzen können, sondern nur eine Ergänzung darstellen, und ein unwahrscheinlich nützliches Hilfsmittel dazu.”

- FRANK SMIT, CIO BEI OBI4WAN

DIESE UNTERNEHMEN ARBEITEN BEREITS MIT OBI4WAN ZUSAMMEN



MEDIA - SATURN



E-Mail: pgrgic@obi4wan.com

Telefon: +31 (0)85 210 50 60

Webseite: www.obi4wan.com



[Jetzt Gratis-Demo anfragen](#)

[Kontakt mit uns aufnehmen](#)

Bleiben Sie auf dem Laufenden über Online Customer Care, Media Monitoring, Chatbots und Media Insights und folgen Sie uns auf Social Media!



OBI4WAN