

Die Zukunft der Customer Experience – Mensch oder Maschine?

Über modernen Kundenservice, die SAP Conversational AI und warum Chatbots auch für B2B-Unternehmen relevant sind

KI-gesteuerte Chatbots erscheinen mittlerweile auf fast jeder Website. Viele Kundenanfragen können so bereits beantwortet werden – durch das Gespräch mit einem Roboter. Für welche Unternehmen ist es sinnvoll, diesem Technologietrend zu folgen? Wie funktionieren diese Systeme eigentlich und vor allem: kann der Mensch ersetzt werden?

Was die Gestaltung einer optimalen Customer Experience angeht, trafen die Auswirkungen der Corona-Krise den B2B-Bereich mitunter besonders hart: Messen wurden abgesagt, erklärungsbedürftige Produkte konnten zeitweise nur digital vorgestellt werden, professionelle Kommunikation erfolgte überwiegend online. Erfolgreich war nur, wer die richtigen digitalen Kanäle zur Verfügung stellte. Dieser Wandel ist nicht rückgängig zu machen: Auch in Post-Covid Zeiten wird digitale Kommunikation die Basis für gute CX sein. Hybride Konzepte, die das Beste aus der digitalen und analogen Welt verbinden, werden sich durchsetzen. Die entscheidende Frage ist also: Was ist künftig die beste Kommunikationsform?

Chatbots - ein Muss im Kundenservice?

Ist von Technologien der Zukunft die Rede, sprechen wir oft über KI. Dabei ist das Thema künstliche Intelligenz längst keine Zukunftsmusik mehr: lernende Algorithmen, die beispielsweise bei Sprachassistenten oder dem Social-Media-Feed Anwendung finden, sind längst Teil unseres Alltags. Auch im Bereich der Customer Experience ist KI, beispielsweise in Form von Chatbots, ein bereits etabliertes Werkzeug. Eine immer größere Zahl an Websites bieten die Möglichkeit, Anliegen einem intelligenten Sprachroboter anzuvertrauen und sich von ihm helfen zu lassen. Wo liegen hier die Vorteile, und was sind die Grenzen?

Ein Unternehmen mit einer großen Anzahl an täglichen Kundennachfragen profitiert beispielsweise je nach Erklärungsbedürftigkeit des Anliegens. Ist dieses relativ schnell erklärt, kann der Chatbot dem Kunden eine Reihe an Lösungsmöglichkeiten vorschlagen, zum Beispiel auf die entsprechenden Hilfsmaterialien in einer Wissensdatenbank hinweisen oder auf die richtige Produktdetailseite umleiten. Kunden können über Chatbots auch Serviceticket anlegen, bei dem Nutzerdaten wie E-Mail-Adressen automatisch mitübergeben werden. Für Kunden spart das Zeit: sie können den Ticketstatus eigenständig im Chat mit dem Bot abfragen und müssen nicht anrufen. Das wiederum entlastet interne Ressourcen. Das gleiche gilt für Nachfragen nach dem Lieferstatus von bestellten Produkten oder Ersatzteilen: hier hilft der Chatbot weiter, ohne dass ein Mensch involviert sein muss.

Dieses Vorgehen nach dem Self-Service Prinzip gibt dem Kunden ein gewisses Maß an Kontrolle und kann in vielen Situationen die effizienteste Lösung sein. Das sorgt bereits häufig für Begeisterung auf Kundenseite. Sollten die Vorschläge der KI allerdings nicht zureichen, muss der Kunde oder die Kundin die Option haben, mit einem Mitarbeiter verbunden zu werden. Hier kann eine KI als Zwischeninstanz fungieren, um eben den passenden Ansprechpartner oder die passende Ansprechpartnerin für das jeweilige Problem zu finden. Laufen Kunden an dieser Stelle ins Leere, laufen Unternehmen Gefahr, sie zu verprellen.

Zusammengefasst: Wollen Sie die Customer Experience im Kundenservice verbessern, interne Ressourcen entlasten und die Effizienz steigern, indem Sie weniger komplexe Aufgaben auslagern, könnten intelligente Chatbots eine Option für Sie sein. Hierbei gilt aber auch: Nur mit der richtigen Technologie werden Sie und Ihre Kunden auch glücklich.

Wie funktionieren Chat Bots?

Mit Chatbots ermöglichen Sie personalisierte Kommunikation in Echtzeit und rund um die Uhr. Also auch eine entsprechende Kundenerfahrung. Die Herausforderung dabei: eine ebenso gute Customer Experience wie ein menschlicher Gesprächspartner zu bieten. Ein Beispiel für eine Technologie, die dieses Ziel verfolgt, ist die SAP Conversational AI. Sie ist eine cloud-basierte, End-to-End-Chatbot-Building-Plattform und nutzt eine eigenentwickelte Natural Language Processing Technologie, um Sprache zu verarbeiten und daraus Handlungen abzuleiten. Dabei muss die KI lernen und trainiert werden und in der Lage sein, sich an unternehmensspezifische Bedürfnisse anzupassen. Das klingt im ersten Moment zeitintensiv und aufwendig. Die SAP Conversational AI bietet deswegen vorkonfigurierte Bots, die Unternehmen einen schnellen und effektiven Einsatz der Technologie ermöglichen.

Die Konfiguration eines Chatbots besteht aus vier Modulen, mit denen Sie seine Kommunikation managen können. Im Modul **Train** erstellen und pflegen Sie das „Gehirn“ Ihres Chatbots. Es ist die Grundlage für das, was der Chatbot bei einer Nutzereingabe versteht. Im Trainingsmodul pflegen sie idealerweise eine Vielzahl an Beispielsätzen und Ausdrücken, die synonym für eine bestimmte Absicht des Nutzers stehen, zum Beispiel eine Begrüßung. Ob der Nutzer dabei die Expression „Hallo“, „Hi“ oder „Hey“ sagt, spielt keine Rolle. Wichtig ist dann, was der Chatbot antwortet. Im Modul **Build** bringen Sie Ihrem Chatbot genau das bei. Dazu verwenden Sie Fertigkeiten, sogenannte Skills. Eine Begrüßung ist dabei unkompliziert, während beispielsweise die Abfrage des aktuellen Status eines Tickets deutlich komplexere Skills erfordert. Ist Ihr Chatbot für den Einsatz bereit, können Sie ihn mithilfe des Moduls **Connect** mit anderen Lösungen und externen Kommunikationskanälen (ggf. über einen Drittanbieter) und Back-End-System verbinden. Mit dem Modul **Monitor** können Sie nach der erfolgreichen Einführung Ihres Chatbots nachvollziehen, wie Kunden und Mitarbeiter mit dem Chatbot kommunizieren. Diese Analysedaten geben Ihnen die Möglichkeit, den Bot kontinuierlich zu optimieren und zusätzliche Fertigkeiten und Abläufe einzubauen.

Übrigens profitieren nicht nur Kunden, sondern auch Mitarbeiter von der Technologie. Mit dem Enterprise Digital Assistant können Fragen zu internen Prozessen wie z.B. „Wie nehme ich Urlaub?“ oder „Wo finde ich Informationen zur Reisekostenabrechnung?“ über SAP Conversational AI bzw. den Chatbot einfach beantwortet werden.

Chatbots sind wichtiger Baustein der CX

Für einen nachhaltigen Beziehungsaufbau zwischen Unternehmen und seinen Kundinnen und Kunden sind Chatbots bzw. eine KI ein wichtiger Baustein geworden. Auch bei erklärungsbedürftigen Produkten können entsprechenden Angebote zu einer deutlich positiveren Wahrnehmung der Marke führen – wenn sie richtig funktionieren. Allerdings: Die Fähigkeit, Probleme zu antizipieren, auch wenn sie ungenau beschrieben werden oder zuvorkommend persönliche Vorlieben zu erkennen und zu berücksichtigen, kommt, momentan, nur dem Menschen zu.

KI-gesteuerte Systeme können also bei korrekter Anwendung einen erheblichen Teil zu erfolgreichen Customer Journeys beitragen – den Menschen aber in diesem nach wie vor komplexen Prozess nicht einfach ersetzen. Mensch und Maschine müssen hier als sich gegenseitig ergänzende und zusammenarbeitende Instanzen gesehen werden, auf keinen Fall als Kontrahenten.

Wie die digitale Transformation den Service-Bereich umkrempelt, mit neuesten Technologien und gestiegenen Kundenerwartungen an Customer Experience, ist zentrales Thema auf vielen Events der Sybit GmbH in diesem Herbst. Schauen Sie gern rein: <https://www.sybit.de/events>

Über Sybit

Die Sybit GmbH hat sich auf kundenzentrierte Lösungen entlang der Customer Journey spezialisiert, bei denen sämtliche End-2-End-Prozesse digital abgebildet werden, vom Vertrieb über E-Commerce und Service bis hin zum Marketing. Als langjähriges SAP-Beratungshaus bietet das Unternehmen seinen Kunden eine ganzheitliche Prozessberatung von der Analyse und Strategieplanung, über Design und Implementierung bis hin zu umfassenden Application Management Services auf Basis der SAP Customer Experience Solutions.

Gegründet im Jahr 2000 vertrauen heute über 300 Kunden, vornehmlich Konzerne und weltweit agierende Mittelständler aus dem Maschinen- und Anlagenbau, der Konsumgüterindustrie und dem Automobilsektor auf die langjährige Expertise des SAP Platinum Partners. Sybit gehört zu den Top 20-Digitalagenturen in Deutschland und beschäftigt am Hauptsitz in Radolfzell und den Niederlassungen in Bielefeld, Hannover, Offenbach und Pforzheim über 270 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Seit August 2018 ist Sybit eine Tochter von NTT DATA Business Solutions, einem der weltweit führenden SAP-Beratungshäuser, welches mit 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in über 30 Ländern das SAP-Portfolio vollständig abdeckt.

Weitere Informationen: www.sybit.de

Pressekontakt:

Sybit GmbH

Dr. Anders Landig

Sankt-Johannis-Straße 1-5

78315 Radolfzell

Tel. +49 (0) 7732 9508-293

Fax: +49 (0) 7732 9508-111

presse@sybit.de