

Bei der Kommunikation im Customer Service geht es um Einfachheit, Zeitersparnis und Ersterledigungsquote. Sonst nichts. Call Center und auch die persönliche Beratung haben lange dieses Kundenbedürfnis sehr gut erfüllt. Mittlerweile haben sich die Kundenbedürfnisse radikal gewandelt. Mehr als 50 Prozent der Kommunikation wird mittlerweile von einem Tablet oder Smartphone aus getätigt. Self Service ist zu einer Selbstverständlichkeit geworden. Zu Telefon, Fax und E-Mail haben sich neue Kanäle gesellt. WhatsApp, Chat, Videochat, Social Media. Mit dem Leitfaden Chatbots und AI im Customer Service erhalten Entscheider und Führungskräfte eine Orientierungshilfe für den Einsatz und Nutzen dieser Technologie sowie eine detaillierte Entscheidungshilfe.

Asynchrone Kommunikation ebnet den Weg für Chatbots und AI

Insbesondere Textchats und Messaging Apps haben in der täglichen Kommunikation mit Unternehmen stark zugelegt und in einigen Fällen die Kanäle wie E-Mail bereits überholt. Genau hier liegt das Potential für Chatbots und AI. Chatbots – ein zusammengesetztes Wort aus chat für plaudern und bot für Roboter sind Systeme, die zum Beispiel in Messaging Dienste wie Facebook Messenger, WhatsApp integriert werden können und dann eine automatisierte und direkte Kommunikation zwischen Kunden und Unternehmen ermöglichen. Chatbots können dabei regelbasiert oder auf der Basis von künstlicher Intelligenz – AI – arbeiten. Im ersten Fall greift ein Chatbot auf ein Set von bestehenden und Fragen und Antworten zurück. Chatbots sind deshalb so erfolgreich, weil Smartphone und Digitale Kommunikation mittlerweile zu unserem Alltag gehören. Und Unternehmen müssen dort sein, wo der Kunde ist.

Automatisierung als Triebfeder für Chatbots

Die gewohnte Benutzerumgebung des Smartphones macht die Generation der Digitalen Assistenten, Chatbots sehr attraktiv. Spracheingabe ist seit der Einführung von SIRI auf dem iPhone zu einer Selbstver-

LEITFADEN CHATBOTS UND AI IM CUSTOMER SERVICE

ständlichkeit geworden. Alternative Eingabe über einen Messenger, wie etwa den Facebook Messenger, ist längst zu einer alltäglichen Gewohnheit für Millionen Kunden geworden – keine neue Technologie, deren Umgang man als Kunde erst mühsam erlernen muss. Sprach- und Texteingabe und deren Erkennung sind heute Basistechnologien, die auf jedem Gerät zur Verfügung stehen. Und Kunden lernen auf spielerische Art und Weise neue Möglichkeiten mit den AI-basierten Chatbots und virtuellen Assistenten.

Ebook: Chatbots und AI im Customer Service: Orientierungshilfe für Entscheider

Die Entwicklung dieser neuer Technologien – AI, Chatbots – verläuft mit einer enormen Dynamik. Die Entscheider in den Customer Service Organisationen stehen vor der Herausforderung, zukunftsweisende Entscheidungen – insbesondere in der IT-Landschaft – in einem komplexen Umfeld treffen zu müssen. Dabei stehen Sie vor großen Herausforderungen:

- Rasch wachsende, unübersichtliche Anzahl von neuen Anbietern und start-ups
- Verwirrende Begriffsvielfalt (NLP, AI, NLU, Deep Learning, Machine Learning, Chatbot-Plattformen ...)
- Geringes Know-how zu Auswahlkriterien, Projekt-Vorgehensweisen, organisatorischer Verankerung der neuen Technologien
- Verunsicherung bei Kosten-Nutzen Betrachtung

Genau hier setzt das ebook an. Es bietet: Fachbeiträge zu Einsatz, Nutzen und Projektierung von Chatbots und AI im Customer Service



- Trends und Entwicklungen im Markt
- Vorstellung und Erläuterung der Technologien
- Firmenportraits von relevanten Anbietern im deutschen Markt

Das ebook Chatbots und AI im Customer Service der Marketing Resultant GmbH – erscheint Ende Februar 2018 – erklärt den Einsatz und Nutzen der relevanten Technologien und enthält eine Übersicht zu potentiellen Anbietern. <http://marketing-resultant.de/mediathek-2/>



Marketing Resultant GmbH
Harald Henn
Hinter der Kapelle 20
55128 Mainz
Tel: 0176 23240823
henn@marketing-resultant.de
www.marketing-resultant.de