



Hohe Kundenzufriedenheit, niedrigere Kosten:

DAS UNGENUTZTE POTENZIAL VON VOICEBOTS IM KUNDENSERVICE

Bei dem Begriff „Voicebot“ oder „Sprachassistent“ denken viele Menschen zuerst an Smart-Home-Geräte wie Amazon Alexa oder den Google Assistant. Mehr als 50 Prozent der Endkunden haben bereits einen Voicebot genutzt, zum Beispiel um Informationen über ein Produkt einzuholen oder eine Online-Bestellung auszulösen. Ein bisher unterschätzter Einsatzbereich von Voicebots mit großem Zusatznutzen für Endkunden und Unternehmen ist die Automatisierung von In- und Outbound-Telefonie im Kundenservice. Die Möglichkeiten eines Voicebots gehen weit über die von Interactive-Voice-Response-Systemen (IVR) hinaus. Aber was unterscheidet eigentlich einen Voicebot von der klassischen IVR?

„Voicebots sind Software-Systeme, die mit Endkunden in natürlicher Sprache kommunizieren“, erklärt Alexander Witte, Leiter der Digital Business Unit bei Majorel Deutschland und Osteuropa. „Sie können zum Beispiel Informationen abfragen, Anliegen klassifizieren, eigenständig Kundendialoge führen und Assistenzaufgaben verschiedener Art übernehmen.“ Beim Einsatz eines klassischen IVR-Systems hingegen muss sich

der Endkunde per Wahltaste oder Stimme durch verschiedene Menüoptionen navigieren und wird anschließend themenspezifisch an einen Kundenbetreuer weitergeleitet.

„Eine klassische IVR nutzt das heutige Digitalisierungspotenzial nur begrenzt, denn sie beschränkt sich auf vorprogrammierte Optionen und Ausdrücke und kann für den Endkunden sehr umständlich, langwierig und ineffizient sein. Der Einsatz von

Voicebots im Telefonkanal sorgt hingegen nicht nur für eine schnelle und unkomplizierte Lösung des Kundenanliegens, sondern optimiert auch das Serviceerlebnis und steigert so die Kundenzufriedenheit“, so Witte. Durch die Teilautomatisierung von Kundeninteraktionen mit Hilfe von Voicebots reduzieren Unternehmen außerdem die Kosten im Servicecenter.

Potenzial von Voicebots bisher ungenutzt

Obwohl durch die Integration von Voicebots im Telefonkanal das Kundenerlebnis stark verbessert werden könnte, wird ihr Potenzial bisher kaum genutzt. Laut einer internen Studie, die das Beratungsunternehmen ATKearney für Majorel durchgeführt hat, können durchschnittlich etwa 27 Prozent aller Kundenservice-Aktivitäten durch künstliche Intelligenz, wie zum Beispiel einen Voicebot, abgedeckt werden. Eine weitere Studie des Softwareanbieters NICE ergab, dass rund 80 Prozent aller Endkunden unzufrieden mit langwierigen menübasierten IVR-Systemen sind. Außerdem ist die Bereitschaft für die Nutzung von Voicebots hoch, so eine Studie des Beratungsunternehmens Capgemini. Mehr als 50 Prozent aller Endkunden haben bereits einen Voicebot genutzt, zum Beispiel für Informationsabfragen oder den Kauf von Produkten. Deshalb hat Majorel Anfang des Jahres zusammen mit dem Technologieanbieter Omnibot ein hybrides Serviceangebot auf den Markt gebracht, das die Expertise beider Unternehmen kombiniert: OmniBot bringt die Technologie zur Umsetzung von Chat- und Voicebots ein, Majorel die Expertise bei der Lösung von Kundenanliegen durch menschliche Kundenberater im Servicecenter.

Die Vorteile eines Voicebots: Natürlich-sprachliche Antworten und eine offene Abfrage von Anliegen

Neben der Klassifizierung eingehender Anrufe nach verschiedenen Themengebieten kann ein Voicebot zum Beispiel Fragen anhand eines vordefinierten FAQ-Katalogs beantworten und so einfache Serviceanliegen direkt lösen. Darüber hinaus ist auch die Lösung komplexerer Anliegen möglich, für die eine Authentifizierung des Kunden notwendig ist. Hierzu zählen zum Beispiel die Ausgabe des Lieferstatus einer Bestellung oder der Abruf eines Kontosaldos. Damit geht die Lösung einen wesentlichen Schritt weiter als klassische IVR-Systeme. Ein Voicebot versteht die natürliche Sprache des Anrufers und reagiert entsprechend. Während eine IVR mit Hilfe von Menü-Optionen arbeitet und auf Sprach- oder Tasteneingaben mit zuvor aufgezeichneten Nachrichten reagiert, gibt ein Voice-

bot natürlich-sprachliche Antworten auf Kundenanfragen und lernt ständig hinzu. Anders als bei einer IVR muss er keine Antwortoptionen vorgeben, sondern kann das Anliegen des Kunden offen abfragen. Neben Automatic Speech Recognition, also dem Erkennen vorprogrammierter Ausdrücke, über das auch ein IVR-System verfügt, arbeitet ein Voicebot zusätzlich mit Natural Language Understanding und Processing. Ein IVR-System kann deshalb nur eingeschränkt Ausdrücke verstehen, während der Voicebot dem Endkunden ermöglicht, sein Anliegen flexibel und in eigenen Worten zu beschreiben. Er weist sogar für komplexe Anfragen hohe Erkennungsraten auf. „Das eine ist, ob ein System versteht, was der Kunde ihm sagt. Das andere, ob es die Spracheingabe auch verarbeiten, eine passende Antwort geben und dem Kunden so direkt weiterhelfen kann“, so Witte. Der Vorteil eines hybriden Servicemodells aus Mensch und Technologie wie es Majorel und OmniBot anbieten: Komplexe Anliegen oder solche, die menschliches Einfühlungsvermögen erfordern, leitet das System gezielt an den passenden Ansprechpartner im Servicecenter weiter. Ein IVR-System hingegen dient in erster Linie der Vorqualifizierung von Anliegen. Der Kunde hat hier nicht die Möglichkeit sein Anliegen direkt zu schildern. Es geht lediglich darum, ihn einem geeigneten Ansprechpartner zuzuordnen.

Optimale Kombination aus Mensch und Technologie

Beim Einsatz von Voicebots hat der Mitarbeiter im Servicecenter jederzeit die Möglichkeit einzugreifen und das Gespräch zu übernehmen – allerdings nur dann, wenn es auch wirklich nötig ist. Das System ermöglicht ein Echtzeit-Monitoring der Mensch-

Maschine-Interaktion. Gerade zu Beginn der Voicebot-Implementierung, in der sogenannten Hypercare-Phase, greifen Kundenberater regelmäßig ein. Mit der Zeit lernt der Voicebot dazu und kann Anliegen immer öfter direkt lösen. Darüber hinaus ist der Voicebot individuell anpassbar. Die Programmierung kann beispielsweise so eingerichtet werden, dass Beschwerden direkt an einen Ansprechpartner im Servicecenter weitergeleitet werden. Im Fokus steht dabei nicht nur die Reduzierung von Kosten im Servicecenter, sondern vor allem die Kundenerfahrung. Durch den Einsatz von Voicebots können Unternehmen zum Beispiel lange Wartezeiten vermeiden. Gleichzeitig liegen beim hybriden Servicemodell komplexe Anliegen und werthaltige Kontakte nach wie vor beim Kundenbetreuer. Denn diese sollen dem Kunden schließlich langfristig positiv in Erinnerung bleiben.



majorel

Alexander Witte
Leiter Digital Business Unit
Majorel Deutschland
alexander.witte@majorel.com
Tel.: +49 3088 66 71143
www.majorel.com