

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IM KUNDENSERVICE – ÜBERSCHÄTZTER HYPE ODER „THE NEXT BIG THING“?



Foto: © Sergey Soldatov

Auf der Callcenter World 2019 war künstliche Intelligenz im Kundenservice DAS beherrschende Thema. In Vorträgen und auf den Messeständen wurde das Potenzial der Technologie für die Digitalisierung und Automatisierung im Kundenservice beschworen. Wer heute nicht mindestens einen KI-gestützten Chatbot hat, kann ja nur Kundenservice von vorgestern liefern, oder?

Aber: „Die in der öffentlichen Diskussion kursierende, überzogene Vorstellung einer synthetischen Superintelligenz, die alles besser kann als der Mensch, hat mehr mit Science-Fiction zu tun als mit der Realität“, erklären die Unternehmensberater von Deloitte¹⁾ in ihrer Artificial-Intelligence-Studie.

Das musste zuletzt auch Google zugeben, die in den letzten Jahren die Entwicklung von künstlicher Intelligenz maßgeblich vorangetrieben haben. In einem Artikel der New York Times vom 22. Mai 2019²⁾ gab Google zu, dass mindestens 25 Prozent der telefonischen Reservierungen über den kostenlosen Dienst Google Duplex nicht wie propagiert von der Google KI, sondern von

Call Center-Mitarbeitern durchgeführt wurden. Statt mit der KI, die prinzipiell eine täuschend echte Imitation eines menschlichen Dialogs abliefern kann, hatten die Restaurants tatsächlich mit Menschen gesprochen. Im Test der New York Times waren sogar drei von vier erfolgreichen Buchungen durch Call Center-Mitarbeiter vorgenommen worden.

Also alles nur Hype?

Die Verunsicherung ist deshalb in der Branche groß. Welche Lösungen sind tatsächlich praxistauglich und welche sind bislang nur nicht ausgereifte Technologiestudien? Kundenserviceverantwortliche suchen händeringend nach brauchbaren, sofort einsatzfähigen Lösungen, um ihre Prozesse zu automatisieren, Kosten zu senken und angesichts des Fachkräftemangels und der zunehmenden Kanalvielfalt mit wenig Personal auszukommen.

KI bietet tatsächlich enormes Potenzial. Sie ist „the next big thing“ – aber nur, wenn die Lösung die spezifischen Prozesse im Kundenservice abbilden kann, Kommunikationskanäle inklusive Chat auf einer zentralen Plattform vereint, Mensch und Maschine intelligent kombiniert und sich bereits im Praxisalltag bewährt hat. Sonst ist die Gefahr einer Fehlinvestition groß.

Zukunftstechnologie bereits heute erfolgreich im Einsatz

ReplyOne von Sematell ist eine solche Lösung. Entwickelt am DFKI³⁾ in Saarbrücken ist die KI-gestützte Omnichannel-Lösung für sämtliche schriftlichen Kommunikations-

kanäle bereits seit mehr als 15 Jahren sehr erfolgreich im Einsatz. ReplyOne nutzt hochentwickelte KI-Technologie, die über 70 Sprachen verarbeiten kann, präzise das Anfragethema identifiziert und Servicemitarbeiter bei der Beantwortung maximal unterstützt. Mithilfe von ReplyOne können Antwortprozesse deutlich beschleunigt, schrittweise automatisiert und Kosten signifikant reduziert werden – und zwar ohne Kompromisse bei der Customer Experience. Durchschnittlich amortisiert sich die hochskalierbare, mandantenfähige Lösung bereits innerhalb von 6-12 Monaten. Unternehmen wie die Consors Bank, StepStone, FINANZ-CHECK.de, bonprix, EWE, die Deutsche Telekom AG oder die Medion AG nutzen ReplyOne für ihren Kundenservice, damit ihre Kunden schneller die richtige Antwort erhalten. Das steigert signifikant die Kundenzufriedenheit und Kundenbindung.

Guter, persönlicher Service ist nämlich auch und gerade in einer digitalisierten Welt einer der wichtigsten wirtschaftlichen Erfolgsfaktoren.

¹⁾ Deloitte: Technology, media, and telecom get smarter, Juni 2018

²⁾ <https://www.nytimes.com/2019/05/22/technology/personaltech/ai-google-duplex.html>

³⁾ Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI)

REPLYONE
CUSTOMER RESPONSE INTELLIGENCE



Thomas Dreikaus, CEO von
SEMATELL