

DIE **DIY-REVOLUTION** - UND WAS SIE FÜR DIE KUNDENBINDUNG BEDEUTET

Immer mehr Unternehmen übernehmen dank KI und moderner DIY-Tools die Kontrolle über ihre Kundenbindung, und diese Entwicklung ist noch längst nicht abgeschlossen. Die DIY-Revolution und die Bildung unternehmensinterner KI-Teams zur Verwirklichung eines optimalen Kundenerlebnisses haben gerade erst begonnen.

Technologien des maschinellen Lernens sind mittlerweile allgegenwärtig, und werden für Anwender immer leichter zugänglich. Unternehmen investieren dabei in den Aufbau ihrer KI-Teams, um selbstständiger zu werden und die Kontrolle über die Kundenkommunikation zu übernehmen.

Viele Unternehmen verzeichneten einen starken Anstieg an Interaktionen auf den diversen Kommunikationskanälen und mussten sich dabei gleichzeitig auf neue Erwartungen und Ansprüche ihrer Kunden einstellen. Dabei wurde besonders offensichtlich, dass Kunden immer selbstständiger werden und agieren möchten. Bisher wurde unternehmensinternes KI-Wissen meist nur genutzt, um Informationen aus riesigen Mengen unstrukturierter Daten aus der Cloud zu verarbeiten und zu extrahieren. Der Einsatz moderner Tools für maschinelles Lernen und Open Source (z. B. Tensorflow, PyTorch) ermöglicht es nun jedoch, diese Kenntnisse auch auf die Kundeninteraktion zu übertragen. Immer mehr Unternehmen – vom Finanzdienstleister bis zum Handelsgeschäft – bauen mittlerweile auf interne KI-Teams und befeuern damit einen industriübergreifenden DIY-Trend.

Vom Entwicklererlebnis zum Kundenerlebnis

Die Entscheidung ein eigenes System zu entwickeln, statt eine fertige Lösung zu kaufen,

war in der Vergangenheit meist nur den wenigen Unternehmen vorbehalten, die intern über das nötige Knowhow verfügten. Heute steht dieser Weg jedoch nahezu jedem frei. Unternehmen suchen eine Plattform, mit denen Entwickler schnell und sicher Lösungen schaffen können, die auch Endkunden eine hervorragende Erfahrung bieten. Das ist eines der Hauptmerkmale von Nuance Mix, der kanalübergreifenden Entwicklungsplattform für dialogorientierte KI. Mit ihr haben Entwickler die Möglichkeit, neue Ideen zu testen – und dabei die gesamte, kanalübergreifende Customer Journey auf einer einzigen Plattform zu entwickeln.

Die Mix-Plattform von Nuance abstrahiert dabei die Omni-Channel-Komplexität und ermöglicht es Entwicklern, innerhalb eines einzigen Projekts den kanalübergreifenden Code sowie kanalspezifisches Verhalten wiederzuverwenden. Diese kreative Freiheit unterstützt Unternehmen dabei, ihr Kundenerlebnis optimal zu gestalten. Dabei gilt stets: Egal, ob lediglich einfache Änderungen, wie das Anpassen des Web-Chat-Designs, oder die Entwicklung innovativer Anwendungen für Smart-Home-Geräte – die Umsetzung der Ideen ist nicht mehr auf einzelne Kanäle beschränkt.

Sich den Herausforderungen stellen

Eine der Herausforderungen ist die Integration unterschiedlichster Rollen – wie der von Entwicklern, Testern, Geschäftsanalysten,

User-Experience-Designern und Sprachwissenschaftlern. Aus diesem Grund wurden Möglichkeiten der übergreifenden Zusammenarbeit direkt in die Mix-Plattform integriert, um gemeinsame Projekte agil und effektiv voranzutreiben. Eine weitere Herausforderung ist die Technologie selbst, denn im Umgang mit alltäglichen Problemen greifen diese in der Regel zu kurz. Häufige Gründe hierfür sind eine unzureichende Verarbeitung der tatsächlichen Praxisdaten sowie ein Mangel an Robustheit oder Kosteneffizienz. Demgegenüber setzt die Nuance Mix-Plattform auf neueste, marktführende Conversational-AI-Technologien, die im Regelbetrieb mehr als zehnmal am Tag angepasst werden und ganz besonders für die Aufgaben virtueller Agenten optimiert sind.

Eine neue Zukunft für die Kundenbindung

Da immer mehr Unternehmen den DIY-Weg beschreiten und dabei zunehmend das Kundenerlebnis kontrollieren, stehen wir vor bedeutenden Änderungen – bisher haben wir nur an der Oberfläche gekratzt. Die DIY-Entwicklung ist spannend und herausfordernd zugleich!



Sylvia Lohr
Principal Marketing Manager,
Enterprise,
Nuance DACH & CEE