

ZUSAMMENSPIEL VON MENSCH UND MASCHINE: KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IM KUNDENSERVICE

Um Künstliche Intelligenz (KI) ranken sich viele Mythen. Genesys, der weltweit führende Anbieter von Cloud-basierter Customer Experience und Contact-Center-Lösungen, hat einige davon enträtselt und in Studien herausgefunden, wie und wo sich das Potenzial von KI heben lässt und inwieweit Kunden, Mitarbeiter und Unternehmen Künstliche Intelligenz akzeptieren. Feststeht, dass KI allein ihre Kraft im Kundenservice nicht entfalten kann. Vielmehr ist ein geschicktes Zusammenspiel von Menschen und modernen Technologien wie KI erforderlich.

Führungskräfte sehen in KI ein Mittel, die Effizienz zu steigern

Verantwortliche in Unternehmen bewerten den Einsatz von KI-Technologie positiv. So erwarten 37 Prozent der befragten Führungskräfte, ihre Ziele mit KI und Bots schneller und kostengünstiger zu erreichen. Kein Wunder also, dass vier von fünf deutschen Unternehmen in den nächsten drei Jahren KI oder erweiterte Automatisierungstechnologien einsetzen wollen.

Die Einstellung der Mitarbeiter zu Künstlicher Intelligenz

Auch die Mitarbeiter sehen KI überwiegend positiv: Nur 20 Prozent fühlen sich durch deren Einführung am Arbeitsplatz bedroht. Fast die Hälfte der KI-Anwender spart Zeit

bei der Arbeit und beinahe ein Viertel der Mitarbeiter verspürt sogar einen Produktivitätsschub. Zudem bestätigten zwei Drittel, dass sie glauben, ihr Unternehmen werde KI auf ethisch korrekte Weise nutzen. Besonders positiv sehen Mitarbeiter aus den Bereichen Finanzen und Rechnungswesen, Medien sowie Verwaltung und Kundenservice die neuen technologischen Möglichkeiten. Sie erwarten, dass KI sie u.a. effizienter arbeiten lässt und bestehende Geschäftsprozesse verbessert.

Tandem aus KI und Mensch

Mit Künstlicher Intelligenz ist das Versprechen verbunden, mühsame, teilweise manuelle Routinearbeiten zu automatisieren. Die Ergebnisse einer Genesys-Studie bestätigen: Nutzen Mitarbeiter im Kundenservice die

neuen KI-gestützten Tools, verbessert das nicht nur die Kundenbindung, sondern auch ihre eigene Zufriedenheit. Es liegt jedoch in der Verantwortung von Arbeitgebern und Technologieanbietern, die neuen Systeme so intuitiv wie möglich zu gestalten, um den bestmöglichen Kundenservice zu ermöglichen. Dieser ist dann möglich, wenn Mitarbeiter ihre Intuition, Empathie, ihren gesunden Menschenverstand und ihre Problemlösungskompetenz einbringen können. Solche Fähigkeiten erwarten Kunden bei der Lösung eines Anliegens. KI allein kann dies nicht leisten. Sie unterstützt Unternehmen aber dabei, Kunden effizient zu betreuen und gleichzeitig Kosten zu senken sowie Mitarbeiter zu entlasten.

Fazit:

Bots haben enorme Potenziale, stoßen aber auch an Grenzen. Es sind immer noch Menschen, die auf die praktischen und emotionalen Anforderungen der Kunden eingehen können. Die Aufgabe der Unternehmen besteht darin, im Kundenservice ein Gleichgewicht aus Mensch und intelligenter Technologie herzustellen. Denn KI kann menschliche Fähigkeiten wie Empathie, Kreativität und Führung nicht ersetzen.

Weitere Informationen, wie Sie das Potenzial von KI für Ihr Unternehmen nutzen können, erhalten Sie im Genesys-E-Book „Künstliche Intelligenz im Kundenservice“.

Meinungen, Macher und Momente aus dem „New Normal“ im Kundenservice

Auf der virtuellen Plattform „Genesys Cloud TV“ finden Sie zudem wöchentlich neue Informationen rund um den Contact-Center-Markt, Kundenservice-Technologien und Studienergebnisse sowie inspirierende Case Studies. Zur Anmeldung geht es über den Code.



Genesys
E-Book



Genesys
Cloud TV

