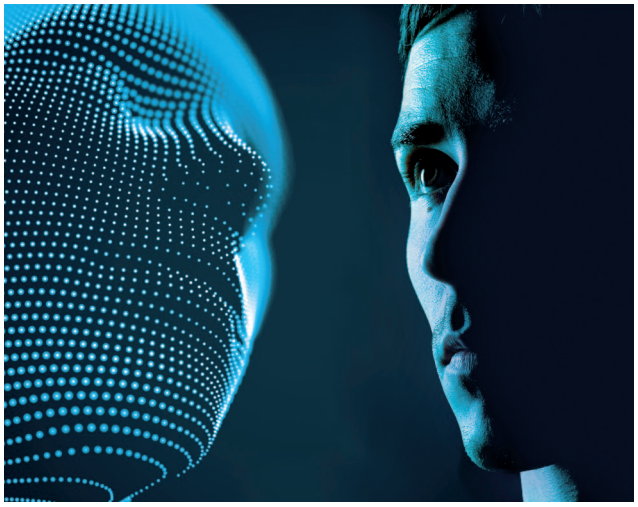
CHATBOTS UND AUTOMATISIERUNG: WIRKLICHKEIT ODER DOCH NUR EIN TRAUM?

Die Automatisierung des Service beschäftigt zunehmend jeden Servicecenter-Leiter. Mit dem Aufkommen von Chatbots wurde vor ungefähr drei Jahren eine vielversprechende Lösung dafür aufgezeigt. Zu dieser Zeit wurden Bots oftmals im gleichen Atemzug mit künstlicher Intelligenz genannt. Doch so viel in diesem Bereich von den Anbietern versprochen wurde, so weniges konnte tatsächlich gehalten werden. Ist dieses Automatisierungspotential also Wirklichkeit oder doch nur ein Wunschtraum, den uns Anbieter von Chatbot-Technologien und künstlicher Intelligenz ins Ohr geflüstert haben?

Analysiert man bereits implementierte Chatbot-Lösungen wird schnell klar: Chatbots können Servicebereiche automatisieren! Doch benötigen sie dazu keine künstliche Intelligenz. Bereits als Standard-Software, bieten sie echte Mehrwerte. Entscheidend dabei: das richtige Konzept. Nur mit einem durchdachten Konzept, den passenden Use Cases und vor allem einer Themenspezialisierung, können Bots ganz ohne künstliche Intelligenz sinnvoll und aktiv Kunden in ihren Serviceanliegen unterstützen und somit Serviceprozesse automatisieren.

Die Ausrichtung von Chatbots auf ein spezifisches Themengebiet reduziert zudem die Komplexität sowohl im Aufbau als auch dessen Pflege, wie zahlreiche zufriedene unymira Kunden zeigen. So zum Beispiel die AOK Rheinland/Hamburg oder DATEV. Die Leistungen der DATEV umfassen viele unterschiedliche, sehr spezifische und mit unzähligen Synonymen versehene Themenwelten. Diese alle in einem einzigen Chatbot zu bündeln ist eine nahezu unmögliche Aufgabe. Stattdessen hat sich die DATEV dazu entschieden, für jedes Themengebiet einen spezifischen Bot zu entwickeln. Aufgrund der sauber abgegrenzten Inhalte und der Möglichkeit mit Standardbausteinen zu arbeiten, konnten so innerhalb weniger Monate über 40 Bots fertiggestellt werden. Diese werden bereits mit großem Erfolg auf der Unternehmenswebseite eingesetzt.



Und auch RHINO (Rheinland/Hamburg Innovation), das unternehmensinterne Start-Up der AOK Rheinland/Hamburg, implementiert aktuell eine ähnliche „Bot-Familie“, wie sie die DATEV bereits im Einsatz hat. Zahlreiche Themenfelder, die Interessenten und Kunden rund um das Thema Gesundheit und Krankenkasse interessieren, wurden definiert. Diese umfassen nicht nur klassische Servicefälle, sondern durchaus auch emotionale Themen, wie der aktuelle Pilot zum Thema Schwangerschaft und Mutterschaft zeigt. Dieses Beispiel verdeutlicht, dass Bots dank der wachsenden Akzeptanz verstärkt auch emotionalere Themen abdecken können. Und stoßen sie bei einer Anfrage doch an ihre Grenzen, könnten diese in Zukunft einfach an einen Service Agenten übergeben werden. Die Historie der bisherigen Bot-Unterhaltung wird dabei weitergeleitet, sodass der Agent schnell und einfach im weiteren Gespräch darauf zurückgreifen kann.

Es gibt also durchaus positive Beispiele, die belegen: Chatbots und Automatisierung können Wirklichkeit sein. Die vielversprechenden Welten in Kombination mit künstlicher Intelligenz werden ein Traum bleiben. Dennoch sind Chatbots der Kanal der Zukunft für den Kundenservice und können bereits im Standard den Kundenservice sinnvoll unterstützen. www.unymira.com

unymira USU