

Kundendienstautomatisierung

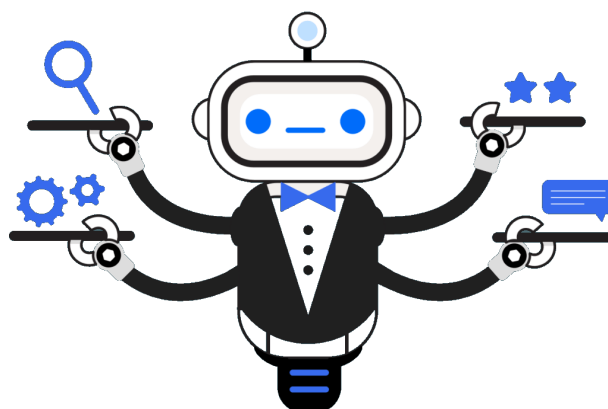
drei Elemente für einen marktführenden Kundendienst

EINFÜHRUNG: KUNDENDIENST IN ZEITEN VON COVID-19

Die Kundenerfahrung ist in einer von zunehmender Konkurrenz geprägten Wirtschaft ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal für Unternehmen geworden. Infolgedessen ist auch das Bedürfnis der Unternehmen nach Optimierung ihres Kundendienstes gestiegen. Die Unternehmen müssen heute sicherstellen, dass ihr Kundendienst dem steigenden Bedarf nach einer kundenspezifischen, rund um die Uhr verfügbaren Betreuung über mehrere Kanäle entspricht. .

Zusätzlich dazu haben sich **die Konsumgewohnheiten durch Covid-19 stark geändert**. Während des Lockdowns konnten viele Mitarbeiter ihren Arbeitsplatz nicht aufsuchen und viele Dienste wurden unterbrochen oder zur Beschleunigung ihrer digitalen Transformationsstrategien gezwungen, um mit den Marktanforderungen Schritt zu halten.

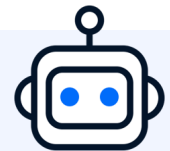
Die Organisationen setzen auf den Einsatz innovativer Technologien, wie **Künstlicher Intelligenz (KI)**, zur Automatisierung ihrer Kundendienste, um die End-to-End-Interaktionen mit den Kunden zu ergänzen, zu verbessern, kundenspezifisch zu gestalten und so die bestmögliche Kundenerfahrung zu erzielen.



3 effiziente Wege zur Implementierung KI-gestützter Kundendienstautomatisierung

Es ist wichtig, die richtigen Lösungen einzusetzen, um sicherzustellen, dass die Kundenbedürfnisse angemessen erfüllt werden. Eine wesentliche Aufgabe des Kundendienstes ist es, die Kunden nicht zu verstimmen und **ihre Frustration nicht zu erhöhen**. Die Unternehmen müssen bei der Wahl, welche Automatisierungsdienste umgesetzt werden, selektiv vorgehen. Hier zeigen wir drei intelligente Lösungen, die Ihre KI-gestützte Kundendienstautomatisierung prägen können.

Chatbot und Live-Chat



80% der Unternehmen sagen, dass sie auf **Chatbot-Technologie** setzen, um die Größe ihrer Kundendienstabteilungen zu beschränken und die Kosten zu reduzieren, wobei die kürzeren Antwortzeiten und die jederzeitige Verfügbarkeit von Chatbots den Zeitaufwand der Kunden senken und Ressourcen sparen helfen.

Der Live-Chat-Support bietet den Unternehmen eine große Chance die Kundenzufriedenheit zu verbessern. Die Firmen verwenden KI-gestützte Chatbots, um Kundenfragen ohne Interaktion mit menschlichen Mitarbeitern zu beantworten. Diese Chatbots nutzen nicht nur Algorithmen zur Beantwortung von Kundenanfragen. Sie können auch einfache Aufgaben in Echtzeit ausführen oder die Kunden bei Bedarf zu Ressourcen von Wissensdatenbanken oder menschlichen Mitarbeitern weiterleiten.

KI-Chatbots können verstehen, was ein Kunde sagen möchte, und relevante Informationen bereitstellen, die

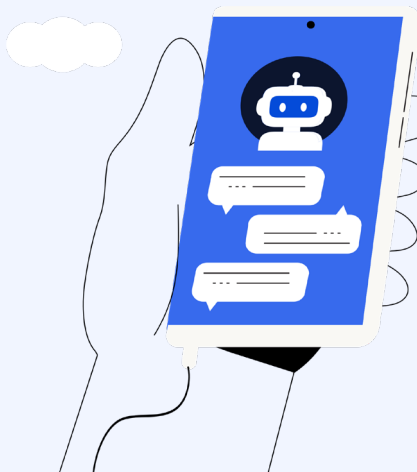
die Reise der Kunden vereinfachen. Die Nützlichkeit von Chatbots steht kaum zur Debatte, aber die Wahl der richtigen Chatbots, die sowohl den Kunden als auch Ihren Mitarbeitern und dem Unternehmen helfen, ist eine schwierigere Angelegenheit.

Die kompetentesten Chatbots führen komplexe Konversationen mit minimalem Training und sind nicht von der Eingabe bestimmter Schlüsselwörter abhängig. Diese hochentwickelten Chatbots, wie jener von Inbenta, verwenden **symbolgestützte KI** zum Betrieb ihrer **NLP-Technologie**, sodass diese menschliche Sprache in allen Variationen verstehen können.

Da dafür kein langwieriges Datentraining notwendig ist, wie üblicherweise von ML-Algorithmen gefordert, können die Lösungen innerhalb von Tagen implementiert werden.

Je mehr diese Chatbots verwendet werden, desto mehr lernen sie und jede Kundeninteraktion bietet Erkenntnisse, die zu höheren Response- und Lösungsraten führen können.

Dabei ist es wichtig zu betonen, dass hochentwickelte Chatbots nicht nur kommunizieren. Sie können auch End-to-End-Transaktionen ausführen, indem sie sich mit Back-End-Systemen verbinden und in **Drittanwendungen integriert werden**, oder komplexe Anfragen erkennen und weiterleiten, die menschliche Eingriffe erfordern, um Vorgänge durchzuführen und sicherzustellen, dass die Kunden stets eine Antwort erhalten.



Fallbeispiel:

Alterra Mountain verwendet den Inbenta Chatbot, um bis zu 95 % der Kundeninteraktionen abzuwickeln.

Das amerikanische Freizeit- und Gastgewerbe-Unternehmen Alterra Mountain wollte seinen Kundendienst verbessern und dazu eine Lösung zur Bewältigung des hohen Volumens seines Callcenters einsetzen. Die Kundendienstmitarbeiter sollten weniger Zeit für die Beantwortung einfacher und häufig gestellter Fragen aufwenden und sich auf das Lösen komplizierterer Fragen konzentrieren.

Außerdem wollte das Unternehmen eine Lösung, die sich nahtlos in ihre Callcenter-Plattform integrieren lässt, und einen Chatbot zur Verarbeitung natürlicher Sprache. Dabei fiel die Wahl auf Inbenta, weil die Lösung die Terminologie der Skibranche verstehen sollte.

Während der Covid-19-Pandemie wurde Inbentas Lösung durch massenhafte Anrufe bei Alterra Mountain mit neuen Anfragen auf die Probe gestellt. **Der Chatbot bewältigte 90–95 % der Interaktionen**, löste häufig gestellte, einfache Anfragen frustrierter Kunden und bot den Mitarbeitern mehr Zeit für komplexere Szenarien. Das Unternehmen nutzte auch die Analysen, die der Chatbot bietet, um mehr über die Kundengewohnheiten zu erfahren.



„Die Einführung dieser Chatbot-Funktion vor fast einem Jahr hat unseren Kundendienst verbessert. Der Chatbot von Inbenta brachte eine große Wende. Und dann ist da natürlich noch der KI-Aspekt, durch den er sich weiterentwickelt und wächst. Das alles war sehr hilfreich für uns und ist eine klare Verbesserung unseres Leistungsniveaus.“

David Harrison, Callcenter-Analyst bei Alterra Mountain

Nach der Erstinbetriebnahme kann Alterra Mountain nun die Lösung von Inbenta in verschiedenen Kontaktzentren des Unternehmens implementieren.



„Wir haben den Inbenta-Chatbot derzeit in den Websites von drei weiteren Resorts eingeführt. Im nächsten Monat soll er außerdem in zwei weiteren Websites in Betrieb gehen. Die Kundendienstmitarbeiter sind begeistert. Sie sagen immer wieder: „Wir lieben dieses Ding!“ Es ist großartig.“

Vanessa Day, Spezialistin für digitale Inhalte des Unternehmens

Verbesserte FAQ- und Suchfunktionen



Da die Benutzer von den Unternehmen Self-Service-Anwendungen erwarten, versuchen viele Firmen ihre **FAQ- und Suchfunktionen** zu optimieren, um potenziellen Kunden beim Einkauf zu unterstützen oder ihre Probleme zu lösen und ihre Markentreue zu sichern.

Herkömmliche FAQ-Funktionen bestehen praktisch aus



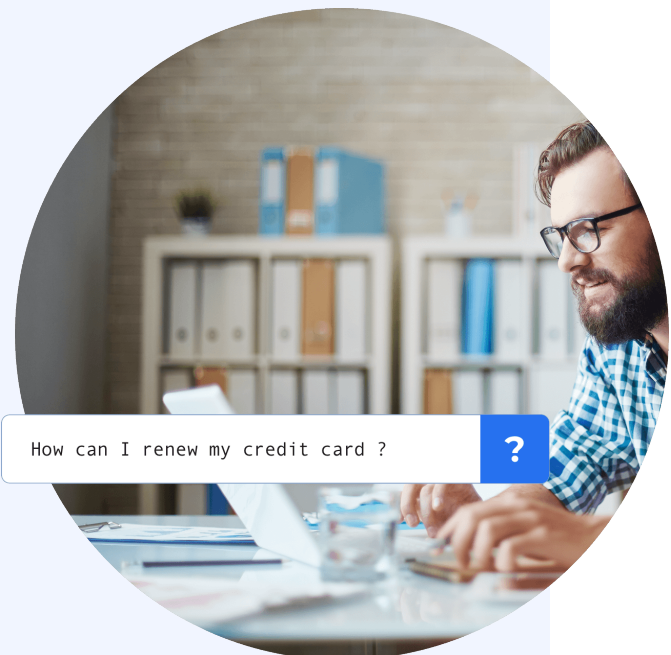
Listen von Antworten auf übliche Probleme, die auf einer statischen Webseite zugänglich waren. Die Kunden müssen in der Regel herausfinden, wie sie zur jeweils gesuchten Frage kommen, und die verwendeten Sätze und Schlüsselbegriffe sorgfältig wählen.

Die Unternehmen müssen ihre FAQ-Funktionen verbessern und die Besucher über ihre Bedingungen informieren, ohne diese durch langes Suchen auf der Website zu frustrieren. Chatbots und automatisierte Kommunikationstools, die natürliche Sprache verarbeiten, nutzen bestehende Informationen einer FAQ-Funktion mit NLP, um die Bedeutung einer Frage zu erkennen und diese mit den bereits in der Wissensdatenbank des Unternehmens vorhandenen Daten zu verknüpfen.

Das Ergebnis ist eine interaktive Benutzererfahrung, die weit über die binären Funktionen einer herkömmlichen FAQ-Funktion hinausgeht und eher der Interaktion mit einem menschlichen Help-Desk-Mitarbeiter bei der Suche nach einem bestimmten Punkt ähnelt, auch wenn die eingegebenen Schlagwörter nicht genau übereinstimmen.

Die bereitgestellten Antworten unterscheiden sich ebenfalls von denen einer herkömmlichen FAQ-Funktion, insofern als sie weder lang, noch allgemein, noch unpräzise sind. Durch den Einsatz hochentwickelter Chatbots können kundenspezifische Antworten und Links zu verwandten Inhalten und Themen bereitgestellt werden, damit der Kunde rundum zufrieden ist. Dies steigert die Self-Service-Raten, verbessert die Kundenerfahrung und reduziert die Support-Tickets für eingehende Kundenanfragen.

Ein wichtiger Aspekt dabei ist, dass die Implementierung dieser neuen Plattformen, mit denen Sie Ihre FAQ-Funktionen durch Nutzung hochmoderner NLP-Technologien in ein aufschlussreiches Chatbot-Erlebnis verwandeln können, nur einige Wochen (und nicht Monate) in Anspruch nimmt.



How can I renew my credit card ?



Fallbeispiel Schlage verwendet Inbentas Software zur Steigerung der Self-Service-Raten durch die Kunden und Senkung der E-Mail-Tickets um 50 %

Der amerikanische Schlosshersteller Schlage wollte mehr Self-Service ermöglichen, sodass die Kunden ihre Anfragen so rasch wie möglich lösen und die gesuchten Informationen selbst finden können. Das Unternehmen suchte neue Wege, um die Informationen für Kunden und Mitarbeiter leichter auffindbar zu gestalten und das Kundenerlebnis sowie die internen Vorgänge zu verbessern.

Dabei setzte die Firmenleitung auf Inbentas Kenntnisse im Bereich der semantischen Suche und der natürlichen Sprachverarbeitung, um eine individuell abgestimmte Erfahrung für Schlages Kunden zu schaffen, die über eine herkömmliche FAQ-Seite hinausgeht.



„Einer der größten Vorteile der Inbenta-Plattform besteht darin, dass unsere Kunden die gesuchten Informationen in Echtzeit erhalten, und das nicht auf der Grundlage des Wortlauts der Eingabe, sondern deren tatsächlichen Bedeutung. Sie schafft eine vollständig neue Interaktion mit unserer Marke und sorgt für eine Kundenerfahrung, die mit anderen auf dem Markt erhältlichen Lösungen einfach nicht möglich ist.“

Megan McCluskey, oberste Programm-Managerin der Abteilung Kundenerfahrungs-Marketing und Kommunikation bei Schlages Mutterunternehmen Allegion

Die Ergebnisse machten sich für Schlage durch die Senkung der E-Mail-Eskalationen sofort bemerkbar, weil die Kunden die gesuchten Antworten fanden. Gleichzeitig mit einem 50-prozentigen Rückgang der E-Mails, die an den Kundendienst weitergeleitet werden, stieg der Anteil der Self-Service-Anfragen von 40–50 % auf 80–90 % und die Qualität der Antworten verbesserte sich deutlich.

Auch das Analysetool erwies sich als nützlich, um festzustellen, was und wie die Kunden suchten, um den Inhalt auf ihr Verhalten abzustimmen.



„Inbenta war dienlich bei der Änderung der Art und Weise, wie die Kunden mit unserer Marke in Beziehung treten und wie sie diese sehen. Die Plattform ist flexibel genug, um für verschiedene Kundendienst- und Online-Shopping-Funktionen verwendet zu werden. Sie wird durch ein sehr schlagkräftiges Team an Fachleuten unterstützt und hat sich als notwendiges Instrument für die Bereitstellung einer wirklich einzigartigen Omnichannel-Benutzererfahrung bewährt.“

Wissensdatenbanken für Mitarbeiter



Das Know-how ist ein unerlässliches Kapital eines Unternehmens. Es unterstützt die Mitarbeiter und Kunden, die immer häufiger Zugang zu relevanten Informationen fordern. Da die Kunden Probleme lieber selbst lösen, erstellen die Unternehmen Wissensdatenbanken mit Ressourcen, die den Kunden dabei helfen.

Wissensdatenbanken sind zur Selbstbedienung konzipierte Informationsspeicher, auf die Benutzer und Mitarbeiter über Suchfunktionen zugreifen können. Wissensdatenbanken und Wissensmanagementsysteme ermöglichen die Distribution und das Teilen relevanter Informationen, Dokumente, Richtlinien usw. über eine einzige zentrale Stelle.

Die Kundendienstmitarbeiter müssen über verschiedene Kanäle auf Informationen zugreifen können, um den Kunden rasch die jeweils beste Lösung anzubieten. Die Kunden können in einer bestimmten Phase ihrer Kundenbeziehung einen Chatbot, eine FAQ-Seite oder die Website des Unternehmens für die Suche nach Informationen verwenden. Durch die Zentralisierung der Informationen, Kanäle und Tools können Kunden und Mitarbeiter dieses Wissen abrufen, um einen optimalen Kundendienst zu gewährleisten.

Hochentwickelte Wissensdatenbanken und Wissensmanagementsysteme, wie Inbenta Knowledge, können rund um die Uhr die Selbstbedienung der Kunden ermöglichen, die Benutzererfahrung verbessern und die Zahl der eingehenden Anrufe minimieren, während sie gleichzeitig die Produktivität der Mitarbeiter durch schnellere Bearbeitung von Anrufen und kürzere Schulungszeiten steigern und Geld sparen helfen.

Inbenta Knowledge ist über ein Dashboard, das potenzielle inhaltliche Lücken und verbesserungswürdige Bereiche erkennt, auch leicht vom Backoffice aus zu überwachen. Ein Arbeitsbereich mit Integrationen, wie der KI-gestützten semantischen Suchmaschine von Inbenta, einem Hilfeseiten-Manager und einem SEO-Optimierer, ermöglicht die einfache Bearbeitung und vereinfacht die Organisation.

Zusätzlich dazu können die Dokumente in der Wissensdatenbank Informationen für Upselling-Möglichkeiten des Unternehmens bieten.



Case Study

Knab erhält den Opiness Service Award für seinen mit Inbenta-Technologie ausgestatteten Kundendienst.

Inbenta arbeitet seit 2015 mit der niederländischen Bank Knab zusammen. Der Opiness Service Award 2016 an Knab war ein Zeichen für die gute Leistung von Inbentas Technologie bei der Optimierung des Knab-Kundendienstes.

„Inbenta war von Beginn an richtig für uns, weil es ein kunden- und serviceorientiertes Unternehmen ist. Sehr wichtig ist natürlich auch, dass sie ihre Versprechen erfüllen und superschnell mit unserem Team kommunizieren“, erklärte Dan van Arem, Kundendienstleiter bei Knab.



„Nach nur zwei Monaten bemerkten wir einen starken Rückgang beim Callcenter-Kanal, während der neue Online-Chat sowohl von den Kunden als auch von den Mitarbeitern hervorragend aufgenommen wurde. Der Self-Service-Anteil auf unserer Website ist spektakulär gewachsen, was zu Rückgängen bei den Anfragen an unsere Mitarbeiter führt. Kurzum: Wir sind sehr zufrieden mit der von Inbenta bereitgestellten Lösung.“

Dan van Arem, Kundendienstleiter bei Knab

SCHLUSSFOLGERUNG

Die Kunden verlangen einen schnellen und einfachen Zugriff auf Informationen. Aufgrund des steigenden Trends zum Self-Service müssen die Unternehmen sicherstellen, dass sie ihre Benutzer besser und schneller unterstützen. Dazu setzen sie Technologien ein, die nicht nur einzelne Wörter, sondern die tatsächliche Bedeutung einer Kundenanfrage verstehen.

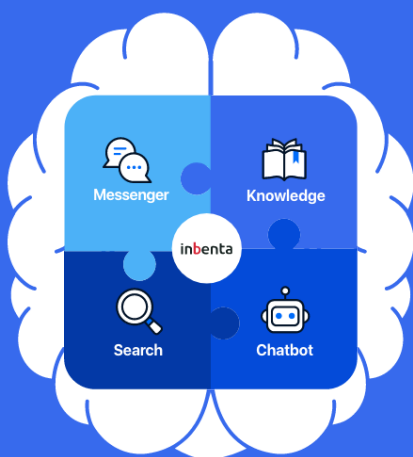
Die Entscheidung zur Automatisierung des Kundendienstes ist nur der halbe Weg. Der nächste Schritt ist die Wahl der besten Technologie für diese Aufgabe.

Durch den Einsatz hochentwickelter, KI-gestützter Kommunikationsbots mit NLP können Inbentas Lösungen die Bindungsraten um **85 % steigern** und die Kundendienst- und Supportanfragen um **80 % reduzieren**. Inbentas Bots lassen sich von Schreibfehlern nicht beirren und verstehen den Kontext und die Bedeutung hinter den Wörtern in **40 Sprachen**, während sie dank ihrer ML-Fähigkeiten weiter lernen und wachsen.

Die Optimierung der Kundenerfahrung erfordert die einfache Abwicklung aller Kundenbetreuungsmaßnahmen und die nahtlose Interaktion mit dem Backoffice in mehreren Kanälen. Ebenfalls erfordert sie die Nutzung der Daten zur Überwachung der KPI und zur Verbesserung des Systems.

Self-Service und Kundendienstautomatisierung sind wesentliche Funktionen für jedes Unternehmen. Wir sehen die steigende Bedeutung von Chatbots, FAQ- und Suchfunktionen sowie Wissensdatenbanken. Die Kombination dieser Funktionen in einer robusten Plattform und als Paket kann einen optimalen Kundendienst sicherstellen, während sie Zeit und Ressourcen spart und die Mitarbeiter unterstützt.

Diese Plattform gibt es bereits und sie kann den endgültigen Schritt zum besten automatisierten Kundendienst für Ihre Organisation bilden.



INBENTA DACH:

Tel. +49 351 813 4086

Wir von Inbenta unterstützen Unternehmen dabei, Fragen von Internet-Nutzern und Mitarbeitern mit Hilfe von #KI || #Chatbots #dynamischenFAQ #NLP sofort zu beantworten.

Wir stärken Ihre Omnichannel-Strategie mit Eingabestellen für natürliche Sprache: ein echter Pluspunkt für Ihre Kundenerfahrung.

Ihre Experten sind hier, um Sie zu beraten!

FRAGEN STELLEN

inbenta



WWW.INBENTA.COM