

Kundenservice mit Chatbots optimieren

Faktenblatt



Foto: AdobeStock

Gerade im Online-Business ist die Erwartungshaltung der Kundenschaft besonders hoch. Bequemlichkeit, Schnelligkeit, günstige Preise, perfekter Service sind die Ansprüche. Alle Bedürfnisse der Kund:innen müssen schnellstmöglich erfüllt werden, ansonsten wechseln potenzielle Käufer:innen mit einem Klick zum nächsten Anbieter.

Eine vielversprechende und verhältnismäßig einfache Lösung, diesen Ansprüchen im Servicebereich gerecht zu werden, sind Chatbots. Der Name ist Programm: aus Chat und Roboter wird Chatbot. Sie sind bereits relativ weit verbreitet und werden in Marketing oder Vertrieb erfolgreich eingesetzt. Auch im Bildungsbereich gibt es Anwendungsfälle, zum Beispiel bei der Unterstützung von Sprachkursen.

Im Fokus

Innovative Technologien können dazu beitragen, das Potenzial von Kundenservices voll auszuschöpfen, zum Beispiel durch den Einsatz smarterer Chatbots. Dadurch ist es möglich, mit wenig (Perso-

nal-) Aufwand sehr gute Ergebnisse zu erzielen. Die Einführung von Anwendungen der Künstlichen Intelligenz (KI) kann für Unternehmen eine lohnenswerte Investition sein, das gilt auch für kleine und mittlere Unternehmen.

Dabei bedeutet der Einsatz von KI nicht, dass menschliches Verhalten kopiert wird, sondern vor allem die Effizienz und Effektivität von Prozessen gesteigert werden.

Was sind Chatbots und wie funktionieren sie?

Kurz gesagt handelt es sich bei Chatbots um Dialogsysteme oder digitale Assistenten, die bei Text- und/oder Audioeingaben den User unterstützen. Dahinter steht eine Software, die mit dem Kunden auf eine fast natürliche Weise interagieren kann. Sie übernimmt standardisierte oder sich wiederholende Aufgaben, die für die Service-Mitarbeiter:innen in der Regel viel Zeit in Anspruch nehmen würden.

Chatbots antworten automatisch oder schlagen passende Antwortmöglichkeiten vor, aus denen Kund:innen gezielt auswählen können. Sie sind außerdem in der Lage, Service-Mitarbeiter:innen über eine Datenbank-Schnittstelle relevante Hintergrundinformationen über den Kunden, wie zum Beispiel die Kundennummer oder

die Bestell-Historie zu liefern. So sind sie optimal auf ein Gespräch vorbereitet und haben alle wichtigen Fakten auf einen Blick verfügbar.

Spracherkennung und -verarbeitung

Mit Hilfe von Chatbots kann der Mensch in natürlicher Sprache mit dem Computer interagieren, sowohl über Spracherkennung (Voice Recognition) als auch über Tastatur-Eingaben.

Bei der algorithmischen, maschinellen Verarbeitung von natürlicher Sprache spricht man von Natural Language Processing (NLP), was im deutschen Sprachraum auch als linguistische Datenverarbeitung oder Computerlinguistik bezeichnet wird. So sammeln Chatbots wichtige

Informationen über das menschliche Gegenüber, die damit zur weiteren Nutzung zur Verfügung stehen. Darüber hinaus sind Chatbots aber auch schon in der Lage, eigenständig komplexere Probleme zu lösen.

Unterschiedliche Arten von Chatbots

1. Eine Variante von Chatbots sind regel-basierte Bots, die aktuell sehr häufig eingesetzt werden. Diese Art bietet eine begrenzte Anzahl vordefinierter Antwortmöglichkeiten. Was nicht vorher programmiert ist, kann nicht beantwortet werden. Die Kund:innen können dabei vorgegebene Antwortmöglichkeiten entlang eines Pfades auswählen, bis sie zur richtigen Lösung kommen. Der Chatbot reagiert in diesem Fall auf einen bestimmten Befehls-

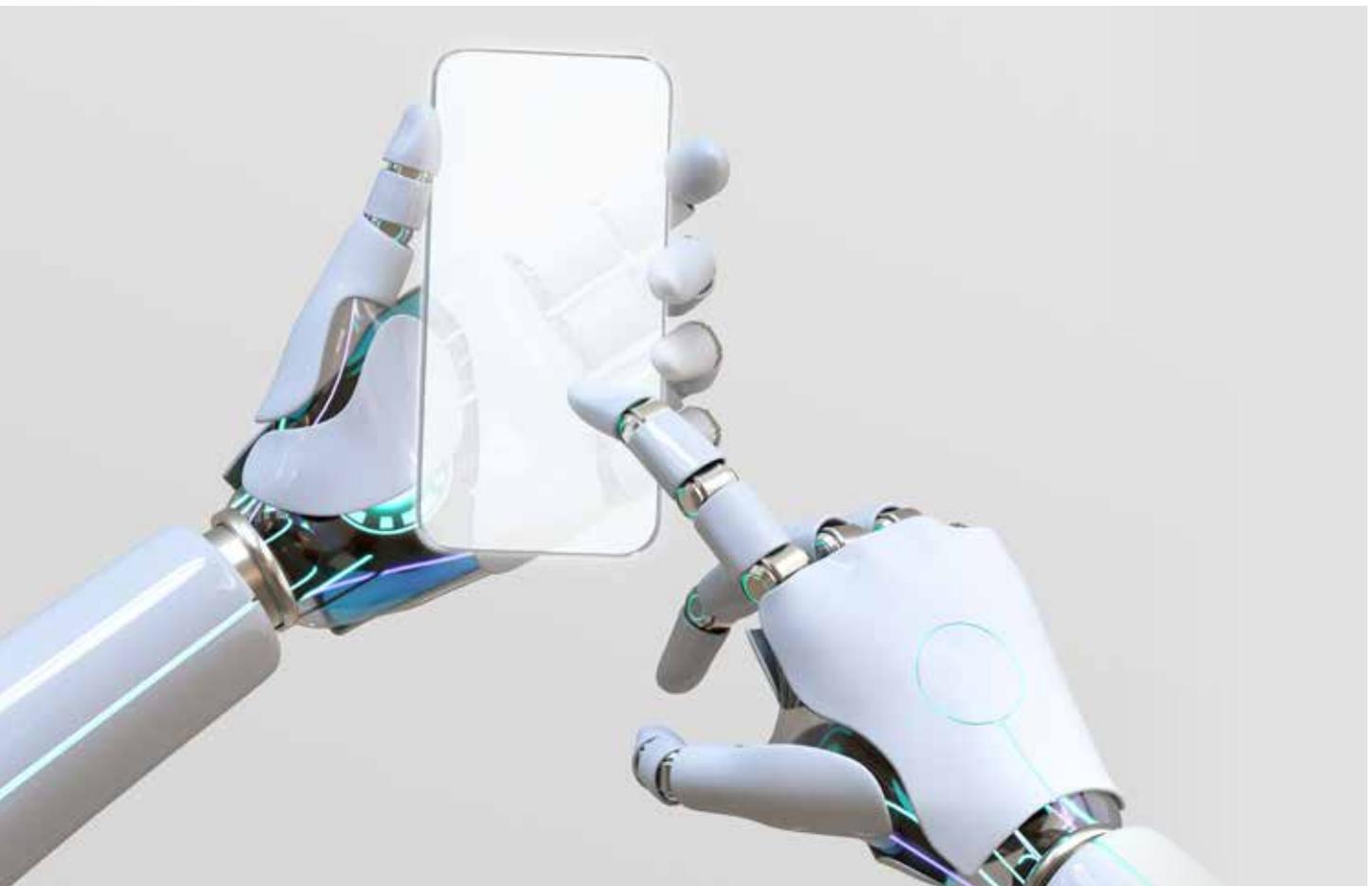


Foto: Designed by Freepik

umfang und ist eher für kürzere Dialoge geeignet. Es gibt nur einen geringen Automatisierungsgrad; ein Praxisbeispiel dafür ist zum Beispiel das Bestellen eines Salates bei einem Restaurant: Größe, Toppings, Saucen können aus einem vordefinierten Angebot ausgewählt und zusammengestellt werden.

2. Intelligente Chatbots dagegen sind tatsächlich KI-basiert. Sie sind selbstlernend, verstehen natürliche Sprache und können auch komplexere Sätze verarbeiten. Diese Art ist in der Lage, Zusammenhänge aus dem Kontext heraus zu verstehen. Diese smarten Chatbots lernen kontinuierlich aus den Dialogen der Vergangenheit, d. h. es werden sehr viel Daten benötigt, um ein gutes Ergebnis zu erzielen, was sich in deutlich längeren Entwicklungszeiten niederschlägt. Auch ohne direkt zugeordnete Erkennungsregel ist der Chatbot in der Lage, die Absicht eines Nutzers zu verstehen und darauf die korrekte Antwort zu geben. Als Grundlage für diese Art der Künstlichen Intelligenz werden Beispielfragen verwendet, die dem Bot vorher eingespeist werden und anhand derer er trainiert wird. Hier kommt das Natural Language Processing zum Einsatz sowie eine Unterkategorie von NLP, das sogenannte Natural Language Understanding (NLU). NLU ermöglicht einem Computer, auch unvollständige Sätze, falsche Schreibweisen oder Dialekte zu verstehen.

3. Anwendungsspezifische Chatbots bearbeiten eine Mischung aus regelbasierten und intelligenten Dialogen, oft mit grafischer Unterstützung. Das verbessert den Komfort für den Nutzer. Ein Beispiel hierfür sind klickbare Kalender, die mit einem Klick oder einem einfachen Auswahlmenu

eine Terminbuchung ermöglichen. So entfällt das manuelle Eintippen durch die Nutzer:innen.

Welche Vorteile bringen Chatbots?

Ein wichtiger Vorteil ist die Zeitersparnis, und das in zweierlei Hinsicht: Anfragen können gleichzeitig bearbeitet werden, also verkürzt sich im Vergleich zum Telefonservice oder Anfragen per E-Mail die Wartezeit, wenn ein Chatbot automatisch als Option auf einer Website angeboten wird. Chatbots ermöglichen zudem eine Rund-um-die-Uhr-Assistenz. Mit einem Service-Center ist dies oft nicht wirtschaftlich, Chatbots können damit für eine höhere Kundenzufriedenheit sorgen.

Ein weiterer Aspekt ist die Entlastung der Service-Mitarbeiter:innen. Sie müssen nur bei komplizierteren Fragestellungen eingreifen (Human Takeover), und können dann, je nach Sachlage, wieder über eine Schnittstelle an den Chatbot zurückverweisen. Einfache Aufgaben, wie Adressänderungen oder die erneute Sendung einer Rechnung, können Chatbots bereits komplett eigenständig lösen. Die qualifizierten Mitarbeiter:innen können sich dann um tatsächliche Problemfälle kümmern und eine Lösung erarbeiten.

Auch die Effizienz von Abläufen kann gesteigert werden: Denn ein KI-System lernt zielgerichtet und eigenständig, braucht dafür allerdings eine gute Datengrundlage. Die Antworten eines Chatbots werden im Laufe der Zeit immer besser, da das System vom Feedback der Kunden lernt.

Kundenakzeptanz ist essentiell

Die Qualität der Chatbot-Antworten muss natürlich einen

gewissen Standard erfüllen, denn genau davon hängt letztlich die Akzeptanz durch die Kunden ab.

Chatbots liefern außerdem in aller Regel neutrale Antworten und zeigen keine schwankenden Gefühlsregungen. Sie sind geduldig und reagieren nie emotional, was Vor- und Nachteil zugleich sein kann. Die Konversation ist immer höflich, auch bei schwierigen Situationen. Allerdings erwarten Kund:innen durchaus auch eine spürbare Empathie des Gegenübers, insbesondere in subjektiv empfundenen Notlagen. Nicht alle Systeme sind schon in der Lage, diese menschlichen Komponenten zu simulieren.

Es ist zudem möglich, mit Hilfe von computerbasierten Systemen neue Kund:innen zu erreichen. Denn ein Chatbot ermöglicht es, mit sehr geringen Hürden mit einem Unternehmen zu interagieren und auch Fragen zu stellen. Das gleiche trifft auf den personalisierten After-Sales-Service zu: Dieser basiert auf den bisherigen Bestellungen und Erfahrungen der Kund:innen.

Datenqualität und -sicherheit

Für alle KI-basierten Lösungen gilt, dass relevante Daten in großen Mengen benötigt werden. Die Datenqualität ist dabei ausschlaggebend. Das ist oft sehr teuer und/oder aufwendig, aber unerlässlich, um das Niveau der künstlichen Kommunikation hochzuhalten.

Außerdem müssen Chatbots ausreichend trainiert und getestet werden. Dafür sind qualitativ hochwertige Daten aus sinnvollen Dialogen essentiell. Das Training erfolgt meistens über Datenbanken, mit denen die Bots gefüttert werden.

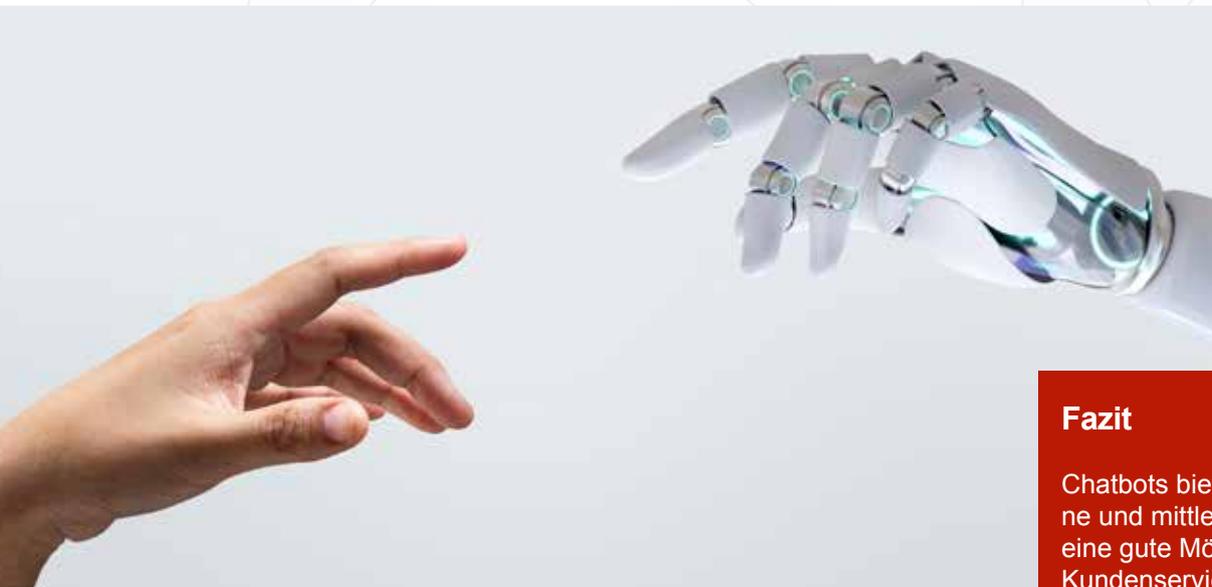


Foto: Designed by Freepik

Aber, Achtung: Es gibt in jedem Dialog zwei Unbekannte – die Kund:innen und die Künstliche Intelligenz. Im Hinblick auf Letztere ist es besonders wichtig, Diskriminierung und Bias, also systematisch fehlerhafte Urteile, auszuschließen. Deshalb sind umfassende Trainingsdaten wichtig, um Benachteiligungen und Diskriminierungen zu vermeiden. Die Trainingsdaten müssen deshalb zum Einsatzzweck und den Kund:innen passen. Ein plakatives Negativbeispiel: Wenn Chatbots nur mit beleidigenden

Texten trainiert werden, liefern sie auch unhöfliche Antworten.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die IT-Sicherheit. Wenn die Trainingsdaten nicht sorgfältig geprüft sind oder der Trainingsprozess nicht sorgfältig durchgeführt wird, kann ein Chatbot schlimmstenfalls fehlerhafte Informationen verbreiten. Und: Da ein Chatbot ja immer auch – u. U. sensible – Kundendaten generiert, müssen diese im Unternehmen zuverlässig gesichert werden, bspw. durch eine kryptografische Verschlüsselung.

Fazit

Chatbots bieten auch für kleine und mittlere Unternehmen eine gute Möglichkeit, den Kundenservice zu optimieren. Die Einführung benötigt Zeit und Aufwand, da die Datenqualität sichergestellt werden und das Training sorgfältig erfolgen muss.

Die Vorteile rechtfertigen jedoch oft diese Investitionen. Das Ziel der Chatbot-Kommunikation ist es dabei, den Kund:innen nicht das Gefühl zu vermitteln, dass sie mit Maschinen interagieren – also eine gute Balance zwischen Automatisierung und menschlicher Interaktion zu gewährleisten.

Impressum:

Text: Theresa Taller
Redaktion: Ulrich Hardt
Abbildung: AdobeStock, Freepik

Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum eStandards
Projektbüro Hagen
c/o HAGEN.WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG GmbH

Kontakt:

Tel: +49 2331 80 999 60
hagen@kompetenzzentrum-estandards.digital
www.kompetenzzentrum-estandards.digital

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum eStandards gehört zu Mittelstand-Digital. Mit Mittelstand-Digital unterstützt

das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz die Digitalisierung in kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk.

Was ist Mittelstand-Digital?

Mittelstand-Digital informiert kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung. Die geförderten Kompetenzzentren helfen mit Expertenwissen, Demonstrationszentren, Best-Practice-Beispielen sowie Netzwerken, die dem Erfahrungsaustausch dienen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz ermöglicht die kostenfreie Nutzung aller Angebote von Mittelstand-Digital.

Weitere Informationen finden Sie unter www.mittelstand-digital.de