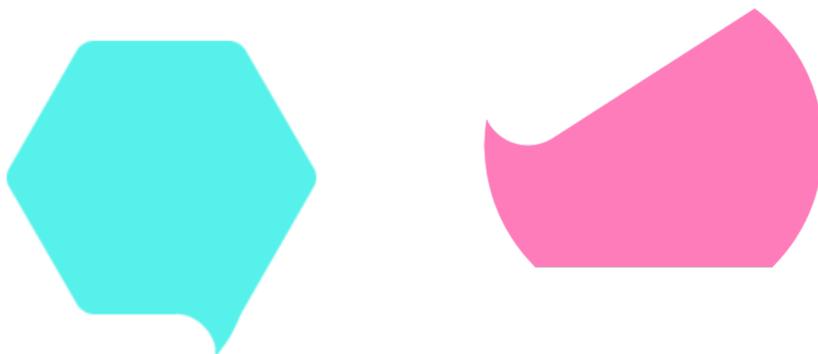


Verbesserung des Kundenservices durch den Einsatz von Sprachbots auf Basis künstlicher Intelligenz

Ein White Paper von Speack
März 2023



Inhalte

1. Executive Summary.....	3
2. Hinführung.....	3
3. Herausforderungen der Verbesserung des Kundenservices.....	4
a. Kosten- & Zeitaufwand.....	4
b. Servicezeiten.....	4
4. Möglichkeiten des KI-basierten Sprachbots.....	4
a. Technische Einführung.....	5
b. Kostenersparnis und Skalierbarkeit.....	5
c. Dauerhafte Erreichbarkeit.....	6
d. Weitere Chancen	6
5. Zusammenfassung.....	7

Executive Summary

In diesem White Paper wird erörtert, wie der Einsatz von Sprachbots auf Basis künstlicher Intelligenz den Kundenservice verbessern kann – ohne dabei die personellen Kapazitäten hochfahren zu müssen. Dazu werden zunächst die Herausforderungen bei herkömmlichen Ansätzen beschrieben, den Kundenservice zu verbessern. Anschließend wird eine technische Einführung zu Sprachbots auf Basis von künstlicher Intelligenz gegeben und schließlich werden die Möglichkeiten aufgeführt, die diese Technologie mit sich bringt.

Hinführung

Es gab bisher wohl kaum eine Zeit, in der Kundenservice eine so große Rolle und Markenloyalität eine so geringe Rolle spielt wie heutzutage. Die KundInnen sind es gewohnt weitaus mehr als nur ein Produkt oder eine Dienstleistung zu kaufen, sondern auch durchgehend besonders gut betreut zu werden. Ansonsten schrecken sie nicht zurück zu einem der vielen Konkurrenzunternehmen zu wechseln. Der Kundenservice gilt entsprechend als **Kernelement** eines Unternehmens, um neue **KundInnen zu gewinnen, zu halten und zu binden**. Dabei geht aus einer Trendanalyse von Deloitte aus dem Jahr 2022 hervor, dass 85% der befragten TeilnehmerInnen den Kundenservice als sehr wichtiges Kriterium für die Auswahl des Anbieters sehen. Ebenso sind 56%, also mehr als die Hälfte der befragten TeilnehmerInnen bereit dazu, mehr Geld für das Produkt oder die Dienstleistung auszugeben, wenn ein guter Kundenservice inkludiert ist. Auch die Corona Pandemie hat die Wichtigkeit eines guten Kundenservices verstärkt – insbesondere bei jungen Menschen. So ist bei 50% der 18-24-jährigen TeilnehmerInnen die Erwartungshaltung an den Kundenservice durch die Pandemie deutlich gestiegen. Viele Unternehmen sind sich der Dringlichkeit ihren Kundenservice zu verbessern auch bewusst, jedoch ist dies auch immer mit **erhöhten Kosten** verbunden.

Auch das Thema künstliche Intelligenz (KI) ist aktuell in aller Munde. Die Technologie gibt es zwar bereits seit den 1980er Jahren, jedoch haben sich die Möglichkeiten seitdem drastisch verändert und auch die allgemeine Verfügbarkeit und Benutzerfreundlichkeit ist heutzutage signifikant höher. Ein genauerer Einblick folgt ab Seite 5.

Das Unternehmen **Speack** ist ein Zusammenschluss von ExpertInnen in der Erstellung und Umsetzung von Kundenservice- und Vertriebskonzepten, in Zusammenarbeit mit langjährigen SoftwareentwicklerInnen. Daraus resultiert eine umfangreiche Fachkenntnis bei der Beratung und Implementierung von KI-basierten Sprachbots im Kundenservice.

Herausforderungen der Verbesserung des Kundenservices

Es gibt selbstverständlich zahlreiche Wege, um den Kundenservice zu optimieren. Dies reicht von der Strukturierung interner Prozesse bis hin zum direkten Kontakt mit den KundInnen. Hierbei treten jedoch branchenübergreifend immer wieder ähnliche gemeinsame Herausforderungen und Limitierungen auf, die im Folgenden näher beleuchtet werden sollen.

Kosten- & Zeitaufwand

Zunächst einmal ist jede Verbesserung des Kundenservices an erhöhte Kosten gebunden, da zusätzliche AgentInnen / Customer Success ManagerInnen eingestellt werden müssen, oder eine externe Agentur beauftragt wird. Hier stößt jedes Unternehmen früher oder später an ein **Budgetlimit** und ist entsprechend beschränkt. Aufgrund der fehlenden Skalierbarkeit und des nicht vorhandenen direkten wirtschaftlichen Outputs, neigen viele Unternehmen dazu an dieser Stelle Kosten einzusparen.

Gerade wenn es darum geht die internen Kapazitäten aufzustocken, ist ein enormer Zeitaufwand nötig im Recruiting Prozess, sowie anschließendem Training der neuen AgentInnen. Dieser zusätzliche Zeitaufwand bringt ebenfalls erhöhte Kosten, da vorhandene Ressourcen zu den eigentlichen Arbeitszeiten dafür in Anspruch genommen werden müssen.

Servicezeiten

Wie zu Anfang erwähnt, herrscht ein hohes Anspruchsdenken der KundInnen an den Kundenservice und dabei sind auch die Servicezeiten nicht ausgeschlossen. Dies inkludiert auch eine Ansprechbarkeit außerhalb der geregelten Arbeitszeiten, was viele Unternehmen vor große Herausforderungen stellt, diesem Bedarf nachzukommen. Diese Entwicklung wird auch in einer Trendstudie von PwC aus dem Jahr 2022 hervorgehoben und als „Always-On“-Kultur bezeichnet. Die Bereitstellung von zusätzlichen AgentInnen außerhalb der geregelten Arbeitszeiten birgt weitere hohe Zusatzkosten und lässt sich aufgrund des schwankenden Bedarfs nur schwierig vorhersagen.

Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz

In diesem White Paper wird der Fokus auf den Einsatz von Sprachbots auf Basis von KI im Bereich Kundenservice gelegt. Dazu wird zunächst die Technologie kurz erläutert und anschließend, die sich daraus ergebenden Anwendungsmöglichkeiten dargestellt.

Technische Einführung zu KI-basierten Sprachbots

Im Folgenden wird eine grundlegende technische Einführung zu Sprachbots auf Basis von künstlicher Intelligenz aufgeführt.

Was ist ein KI-basierter Sprachbot?

Es handelt sich hierbei um eine selbstlernende Software, die Sprache in Text (speech to text) und Text in Sprache (text to speech) umwandelt und damit Fragen und Aussagen verstehen und Antworten geben kann. Dadurch ist die Software in der Lage eine menschliche Konversation zu simulieren.

Welche Aufgaben übernimmt die KI?

Der KI-basierte Sprachbot kann sowohl Inbound Anrufe entgegennehmen als auch Outbound Anrufe tätigen. Ebenso kann er Wiederholungsanrufe durchführen, inhaltlich vordefinierte Aufgaben erfüllen und falls die Gesprächssituation es erfordert, an eine menschliche Person übergeben.

Wie funktioniert die KI?

Zunächst einmal muss die künstliche Intelligenz trainiert werden. Dabei werden vor allem Kontext-typische Gesprächsinhalte und -verläufe analysiert, oder Gesprächsskripte erstellt, die der KI als Grundlage dienen. Des Weiteren wird die KI auch inhaltlich und hinsichtlich der Unternehmensterminologie trainiert, um eine noch Menschen-ähnlichere Konversation zu ermöglichen. Entscheidend ist ebenfalls, dass die KI in der Lage ist Konversationen flexibel zu führen, anstatt rein einem vorgefertigten Gesprächsverlauf zu folgen. Generell ist ein Sprachbot in diversen Sprachen und mit verschiedenen weibliche und männliche Sprachvariationen einzusetzen.

Kostenersparnis & Skalierbarkeit

Zunächst ermöglicht der Einsatz von KI-basierten Sprachbots eine fundamentale Kostenersparnis. Des Weiteren bringt der KI-basierte Sprachbot eine **hohe Skalierbarkeit** mit sich, da im Gegensatz zum herkömmlichen Einsatz von zusätzlichen AgentInnen **kein wiederauftretender Zeit- und Geldaufwand** für Recruiting und Training erforderlich ist, sondern nur eine einmalige Setup-Gebühr.

Neben der effektiveren Ressourcennutzung trägt auch die hohe Auslastungsmöglichkeit der KI zur Kostenersparnis bei. Durchschnittlich kann ein KI-basierter Sprachbot **mehrere Hundert Anrufe pro Sekunde** gleichzeitig durchführen. Dies übertrifft jegliche menschliche Machbarkeit und ermöglicht damit nochmal ganz neue Möglichkeiten für einen einzigartigen Kundenservice. Auch im Einsatz von Outbound Anrufen lassen sich dadurch große Mengen an Anrufen deutlich schneller erledigen. Im Gegensatz dazu können von menschlichen MitarbeiterInnen im Durchschnitt 200 Anrufe pro Tag entgegen genommen werden. Hier wird der Kontrast sehr deutlich und ebenso welche unausweichlichen Zusatzkosten bei der Kapazitäten Erhöhung von menschlichen MitarbeiterInnen anfallen.

Dauerhafte Erreichbarkeit und Zeitersparnis

Mithilfe eines Sprachbots kann der Kundenservice **24 Stunden am Tag** verfügbar sein, ohne dass dafür die Fixkosten erhöht werden müssen. Aufgrund der Möglichkeit eine hohe Anzahl an Anrufen gleichzeitig zu tätigen, müssen KundInnen keine oder nur geringe Wartezeiten ertragen. Diese Kombination trägt zu einer deutlichen Verbesserung des Kundenservices bei und ermöglicht einen **massiven Wettbewerbsvorteil** gegenüber der Konkurrenz, gerade weil – hervorgehend aus oben genannter Studie von Deloitte – das Telefon bei 72% der befragten KundInnen der beliebteste Kanal ist, um den Kundenservice in Anspruch zu nehmen. Des Weiteren werden auch interne Ressourcen entlastet und können ihre Aufgaben gezielter ausführen und vor Überlastung bewahrt.

Weitere Chancen

Neben den oben genannten Möglichkeiten bietet der Einsatz von KI-basierten Sprachbots noch zusätzliche Verbesserungschancen, auf welche im Folgenden genauer eingegangen werden soll.

Analysen

Mithilfe der künstlichen Intelligenz ist es ebenfalls möglich, Analysen über die KundInnen anzustellen. Dadurch können Unternehmen einen **tiefere Einblick in das Verhalten und die Kaufbereitschaft ihrer KundInnen gewinnen**. Hierbei kann beispielsweise die durchschnittliche Gesprächsdauer, die Bereitschaft Feedback zu geben, oder mithilfe von Sprachanalyse die Stimmung der KundInnen gemessen werden. Laut der Studie von PwC wächst der Markt für Sprachbiometriesysteme aktuell jährlich um mehr als 20%. All diese Informationen können genutzt werden, um den eigenen Kundenservice, sowie Produkte und Dienstleistungen zu verbessern und sich dadurch erneut einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz zu verschaffen.

Lerneffekte

Ein weiterer Vorteil des Einsatzes von KI-basierten Sprachbots, ist dass die künstliche Intelligenz sich konstant weiterentwickelt und somit durch jede Kundeninteraktion Neues lernt und besser wird. Die Gesprächsverläufe werden dadurch noch flexibler und thematische Expertise der KI vertieft. Damit kann über die Zeit ein **noch effektiverer Nutzen zu gleichen Kosten** geschaffen werden.

Zusammenfassung

Die hohe Relevanz, sowie die damit einhergehenden Herausforderungen des Kundenservices sind den aller meisten Unternehmen bereits bewusst. Ebenso ist die veränderte Erwartungshaltung der KundInnen gegenüber dem Kundenservice deutlich zu spüren. Es ist generell empfehlenswert den Kundenservice als festen Bestandteil der Customer Journey zu betrachten und damit als strategisches Element zu behandeln.

Durch den Fortschritt der Entwicklung von künstlicher Intelligenz ergeben sich völlig neue Lösungsansätze und Möglichkeiten, insbesondere mit KI-basierten Sprachbots. Wie oben aufgezeigt, lassen sich durch den Einsatz der Sprachbots sowohl das Kundenerlebnis optimieren, als auch gleichzeitig signifikant Kosten einsparen. Gerade in der Automatisierung des präferierten Telefonkanals steckt ein hohes Potenzial zur Optimierung des Kundenservices. Damit wird diese Technologie – neben anderen neuen Technologien - zu hoher Wahrscheinlichkeit ihre Relevanz im Markt etablieren. Der Einsatz von KI-basierten Sprachbots ist jedoch auch nicht für jede Produkt- und Zielgruppe geeignet, da gewisse Produkte zum aktuellen Zeitpunkt eine menschliche Ansprechperson voraussetzen. Der weitere Fortschritt der künstlichen Intelligenz wird auch die Sprachbots noch deutlich effizienter machen und das Potenzial neuer Technologien weiter steigern.

Für weitere Fragen zum Thema KI-basierte Sprachbots und deren Einsatz, melden Sie sich bei lets@speack.io.