

BOTS IM KUNDENSERVICE 2025

*Werden sich bis 2025 intelligente Bots
in der Kundenkommunikation großflächig durchsetzen?
Welche Aufgaben werden sie dabei übernehmen?*

Ein Gespräch mit Daniela Dilger,
Head of Group Contact Centre
Propositions bei Damovo



© Damovo

DANIELA DILGER

Head of Group Contact Centre Propositions, Damovo,
www.damovo.com

INFO

Besuchen Sie uns auf der **CCW 2019 am Stand G8/H7**, um die Möglichkeiten, die bereits heute mithilfe des Bot-Einsatzes bestehen, für Ihr Unternehmen zu erschließen. In der aktuellen Expertenstudie „Bots im Kundenservice 2025“, die das Analystenhaus PAC und Damovo gemeinsam erstellt haben, können Sie weitere – zum Teil kontroverse Statements – von Experten aus dem KI- und Contact Center-Umfeld zur Zukunft der Bots lesen.

📄 Hier geht es zum Download: www.damovo.com/de/downloads/cc/bots-im-kundenservice-2025

INTRE: In Ihrer Studie haben Sie die Frage gestellt, „ob sich Bots im Jahr 2025 großflächig durchsetzen können“. Jetzt fragen wir Sie 😊. **DILGER:** Wir gehen davon aus, dass intelligente Systeme im Jahr 2025 im Kundenservice etabliert sein werden. Dieser Trend zeichnet sich auch in den Ergebnissen der CCW-Trendanalyse 2018 ab, die Damovo gemeinsam mit dem Analystenhaus PAC erstellt hat und bei der wir Contact Center-Verantwortliche – unter anderem auf der CCW – zum Thema Chatbot befragt haben. Demnach plant ein Drittel der Contact Center den zukünftigen Einsatz von Chatbots. Wir gehen jedoch von unterschiedlichen Einsatzszenarien je nach Branche und Art des Contact Centers aus. Diese Unterschiede werden allerdings nicht auf technologischen Möglichkeiten basieren, sondern hängen von den Unternehmensphilosophien und Zielgruppenansprachen ab. Insbesondere in Branchen, in denen der direkte, persönliche Kontakt zwischen Kunde und Berater als wesentlicher Erfolgsfaktor gilt, werden Bots eher vorsichtig und nur für Prozesse eingesetzt werden, in denen die emotionale Komponente der Kundenkommunikation eine untergeordnete Rolle spielt.

INTRE: Zum Beispiel? **DILGER:** Der Abschluss eines neuen Versicherungsvertrages beispielsweise ist mittlerweile beim Großteil der Anbieter digital, per Direktabschluss und ohne Involvierung eines Mitarbeiters möglich. Hat der Antragssteller jedoch eine Nachfrage und kann die notwendigen Informationen nicht auf der Versicherungsw Webseite finden, folgt in den meisten Fällen entweder der Abbruch des Vorgangs oder die Konsultation eines Mitarbeiters. Ein Chatbot, der den Antragssteller von Beginn an durch den Antragsprozess führt, Rückfragen beantwortet und rechtzeitig bemerkt, wann der Kunde spätestens an einen Live-Agenten übergeben werden sollte, bevor die Antragsstrecke abgebrochen wird, stellt für die Mitarbeiter im Kundenservice eine wertvolle Unterstützung dar. Mitarbeiter können sich dann viel intensiver um komplexere Anliegen von Kunden und Interessenten kümmern.

INTRE: Bots können ja mehr als ausschließlich „Kundenkommunikation“. **DILGER:** Richtig nicht nur in der

Der KI-Trend wird den Kundenservice – und damit verbunden die gesamte Contact Center-Branche – bis 2025 und darüber hinaus maßgeblich verändern.



Kundenkommunikation werden Bots eine zunehmend wichtigere Rolle spielen, sondern auch für unternehmensinterne Kommunikationsprozesse. Beispielsweise bei der Beschaffung von Hardwarekomponenten, bei der eine Automatisierung des Prozesses mithilfe von Bots erfolgen kann. Mitarbeiter, die zum Beispiel ein neues Smartphone benötigen, könnten einen digitalen Assistenten in Form eines im Intranet eingebundenen Chatbots nutzen. Der Chatbot erfragt in einem Dialog mit dem Mitarbeiter automatisch weitere relevante Informationen, wie beispielsweise den Grund für eine Neubestellung. Über eine Active Directory-Anbindung weiß der Chatbot, wer der Vorgesetzte ist, der die Beschaffung zunächst genehmigen muss. Nach Abschluss des Chat-Gesprächs bekommen sowohl der Mitarbeiter als auch der Vorgesetzte automatisch eine E-Mail, die die Anfrage des Mitarbeiters zusammenfasst. Die E-Mail an den Vorgesetzten enthält zudem ein digitales Signaturfeld, sodass auch dieser Genehmigungsschritt digitalisiert werden kann. Nach Eingang der Bestätigung durch den Vorgesetzten stößt ein automatischer Prozess im Hintergrund die Bestellung an und versendet zum Abschluss eine Nachricht an den Mitarbeiter mit dem voraussichtlichen Liefertermin.

INTRE: Was tun mit komplexeren Aufgaben? DILGER: Sicherlich sind noch weitaus komplexere Use Cases mithilfe eines Bots im Jahr 2025 möglich. Allerdings darf man nicht vergessen, dass die Kosten – je nach Komplexität der Entwicklung – steigen und dann gegebenenfalls für kleinere Unternehmen zu kostspielig sein werden.

INTRE: Was können im Jahr 2025 intelligente Bots im Vergleich zu menschlichen Agenten, was können sie nicht? DILGER: Anhand dieser Beispiele kann man sehen, dass intelligente Bots enorme Prozessverbesserungen durch Automatisierung erzielen. Dies bezieht sich zum einen auf Workflows, die Event-getriggert automatisiert gestartet werden können. Aber auch Routine-basierte Prozesse können so optimiert werden, sodass die menschlichen Agenten keine oder nur noch wenige manuelle Tätigkeiten ausüben müssen. Das bedeutet jedoch nicht automatisch,

dass Bots zukünftig die Contact Center-Agenten ersetzen, sondern vielmehr eine Entlastung für die Mitarbeiter im Kundenservice darstellen werden. Die Mitarbeiter können sich dadurch auf komplexere Anliegen von Kunden fokussieren.

INTRE: Die klassische Frage... DILGER: Emotionen beim Bot? **INTRE:** 😊. **DILGER:** Na dann. Allerdings folgen auch die Emotionalität und die Interpretation von menschlicher Sprache bestimmten Algorithmen und der Auswertung von Daten. Auch wenn 2025 die Technologie um ein Vielfaches besser sein wird als heute, werden Sarkasmus und Ironie für eine künstliche Intelligenz (KI) bzw. einen Bot schwer zu deuten und möglicherweise widersprüchlich sein. Daher halte ich es für wichtig, den Einsatz von Bots nicht ausschließlich aufgrund von Digitalisierungsabsichten zu planen, sondern Chancen und Risiken in der Kundenkommunikation gründlich abzuwägen.

INTRE: Wie verändert sich der Kundenservice bis 2025, welche Rolle werden dann die menschlichen Agenten übernehmen? DILGER: Grundsätzlich geht es in den Zeiten der Digitalisierung und Prozessautomatisierung aus unserer Sicht darum, die Flut an Kundenanfragen intelligenter und sinnvoller von Mitarbeitern bearbeiten zu lassen. Der Schlüssel zu einem erfolgreichen Kundenservice wird – neben der Automatisierung und Vereinfachung von wiederkehrenden und emotional weniger behafteten Prozessen durch Bot-Systeme – in einem fachlich versierteren und wertschätzenden Kundendialog mit einem Live-Agenten liegen. Contact Center bieten die strukturellen Voraussetzungen und Technologien, um sich im Rahmen einer zunehmend digitalisierten und schnelllebigen Welt weiterzuentwickeln. Zukünftig noch ausgereifere Technologien und die wachsende Rechenleistung werden uns außerdem Möglichkeiten bieten, mit denen wir heute unter Umständen noch gar nicht rechnen.

🌐 www.damovo.com

AUTOR: -/CRED