

VOICEBOT, CHATBOT, APP: WIE MACHE ICH MEINE KUNDEN GLÜCKLICH?

Vergleichstests sind beliebt, zeigen sie Verbrauchern doch schnell und übersichtlich, wie zum Beispiel Markenprodukte gegen Artikel vom Discounter abschneiden. In der IT- und Software-Welt ist diese Herangehensweise noch relativ unüblich, aber das werden wir nun ändern. Schließlich geht es in unserem Vergleichstest um Chatbots, Voicebots und Smartphone-Apps, also automatisierte Servicelösungen, an denen Kunden im Laufe der Customer Journey heute kaum noch vorbeikommen.

Ein Fazit können wir aber jetzt schon ziehen: Schlussendlich gewinnen immer die Kunden, denn sie können von allen Systemen profitieren.

Wenn es darum geht, welcher Kanal am schnellsten und einfachsten verfügbar ist, liegt das Telefon vorne. Hier geht es heute neben dem klassischen Festnetzanschluss auch um die Telefonfunktion des Smartphones. Diese ist grundsätzlich sofort und überall verfügbar, um schnell eine bestimmte Information zu bekommen, zum Beispiel eine Kontoinformation per Telefonbanking: Die Servicenummer ist im Telefon gespeichert, der Voicebot erkennt Kontonummer und PIN und fragt, ob alles korrekt ist. Jetzt kann der Kunde die letzten Transaktionen, den Kontostand abfragen oder sogar fallabschließend eine Überweisung tätigen. Fummelige Eingaben per Tastatur sind nicht erforderlich, denn die Kommunikation verläuft dank optimaler Dialogführung und ausgefeilter Spracherkennung reibungslos. So können die Kunden der Münchner HypoVereinsbank, um nur ein Kreditinstitut zu nennen, dank des CreaLog Voicebots auch eine PIN-Änderung oder einen Sparübertrag beauftragen.

Punktstand und Prämienbestellung bei PAYBACK

Wer im PAYBACK-Prämienkatalog blättert, hat oft die Qual der Wahl und es bleibt die Frage, ob genügend Punkte für eine bestimmte Prämie gesammelt wurden. Auch hier reicht ein Anruf, um nach der Identifizierung die gewünschte Information zu erhalten. Wer bereits eine Prämie bestellt hat, bekommt ohne weitere Rückfrage gleich die Info zum Stand der Lieferung. Sollte der Kunde gerade umgezogen sein, kann er im Dialog mit dem Voicebot von PAYBACK gleich auch die Wohnadresse ändern. Auch hier sind also fallabschließende Transaktionen per Telefon ein Kinderspiel.

Reibungsloser Selfservice bei Pay-TV Sender Sky

Ein weiteres Beispiel einer gelungenen, automatisierten Kundenservice-Lösung ist die Hotline des Pay-TV Sen-

ders. Er bietet seinen Kunden Bundesliga live, Champions League, Eishockey und viele andere internationale Sportereignisse, aktuelle Serien, Spielfilme und Dokumentationen. Diese Vielzahl von Angeboten und Möglichkeiten führt dazu, dass die Kunden regelmäßig die Hotline des Senders anrufen – und das zu fast jeder Tages- oder Nachtzeit. Will der Abonnent dabei einen ganz bestimmten Film oder eine Serienfolge bestellen, bringt ihn der Voicebot des Senders schnell ans Ziel: Er bestätigt die Bestellung und schaltet Film oder Serien-Special sofort oder zum gewünschten Zeitpunkt frei.

Intelligenter Eingang ins Call Center

Auch wer heute den Service seines Telekommunikationsanbieters wie A1 Telekom oder seiner Versicherung kontaktieren will, spricht oft mit einem intelligenten Voicebot. Dieser übernimmt die Identifizierung des Anrufers und fragt nach dessen Wünschen – und das alles in einem natürlichsprachlichen Dialog. In Verbindung mit der FAQ-Datenbank des Unternehmens kann er viele Fragen der Kunden direkt beantworten und so seine menschlichen Kollegen nachhaltig entlasten. Wenn doch eine weitergehende Beratung erforderlich ist oder der Kunde es wünscht, verbindet ihn der Sprachcomputer mit einem kompetenten Mitarbeiter.

Bei Chatbots und Apps geht nichts ohne Display

Ein Chatbot übernimmt auf den Internetseiten des Unternehmens oder als Integration in einen Messenger-Dienst ebenfalls die Aufgabe, Antworten auf Standardfragen analog zur FAQ-Datenbank einfach bereitzustellen. Die Generation Z tippt ohnehin sehr schnell und ist den Umgang mit Messaging-Systemen gewohnt, sieht einen spontanen Telefonanruf sogar eher als eine Art Hausfriedensbruch. Um einen Chatbot nutzen zu können, muss der Kunde – wie beim Telefon – in der Regel keine Installation durchfüh-



© Pixels

ren. Aber natürlich geht hier nichts ohne Bildschirm bzw. Display am Smartphone, Tablet oder PC. Auch hier, wie beim Voicebot, steht und fällt die Akzeptanz mit der Sorgfalt bei der Programmierung sowie dem Komfort und der Flexibilität der Dialogführung. Ein klarer Vorteil des Chatbots gegenüber dem Telefonanruf: Im öffentlichen Raum hört niemand mit. Entsprechende Apps müssen hingegen zuallererst eine Akzeptanz- und Technikhürde überwinden: die Installation auf dem Smartphone. Im schlechtesten Fall müssen aus Sicherheitsgründen sogar zusätzlich Apps für Transaktionen installiert werden, wie im Banking häufig der Fall. Zudem müssen die Apps ständig aktuell gehalten werden und laufen nicht unbedingt auf älteren Android oder iOS-Versionen. Der Vorteil aber auch hier: Der Sitznachbar in der U-Bahn kann nicht mithören.

Fazit: Am Ende entscheidet die Qualität der Kommunikation

Laut einer MyClever-Studie gehören schnelle Antworten auf einfache Fragen und ein 24-Stunden-Service zu den wichtigsten Vorteilen, die Kunden vom Selfservice erwarten. Die Bereitstellung automatisierter Antworten durch Voicebot, Chatbot oder App sorgt beim Anbieter für deutliche Einsparungen im Bereich des Kundenservice, weil die Mitarbeiter mehr Zeit für andere Aufgaben gewinnen. Bleibt noch zu ergänzen, dass selbst regelmäßig gepflegte und „weitergebildete“ Bots und Apps kaum alle Fragen beantworten können. Dann muss das Gespräch möglichst an einen kompetenten Mitarbeiter im Kundenservice vermittelt werden, der die Kommunikation mit dem Kunden per Telefonat oder Text intelligent weiterführt.

Alle Systeme haben einen gemeinsamen Vorteil: Sie können rund um die Uhr an 365 Tagen Auskunft geben. Ihr Wissen muss jedoch ständig aktualisiert werden – im Sinne einer lernenden, künstlichen Intelligenz. Schlussendlich

muss aber der Kunde entscheiden: Spricht er oder tippt er lieber? Und vertraut er eher dem Telefonbanking-System seines Geldinstitutes oder der Smartphone-App, die vielleicht von einem Drittanbieter stammt und Zugriff auf viele Bereiche seines mobilen Endgerätes fordert?

Überlassen Sie Ihrem Kunden die Entscheidung über den gewünschten Kontaktkanal.

Grundsätzlich sind kundenorientierte Unternehmen nahezu verpflichtet, möglichst viele Kommunikationskanäle anzubieten, wollen sie im Wettbewerb bestehen. Ob Voicebot, Chatbot oder App – entscheidend ist letztlich die Qualität der Lösung. Ganz von selbst geht hier nichts, immer sind Fachleute gefragt, die im Vorfeld vernünftig beraten. Was mit ihrer qualifizierten Hilfe gut gemacht ist, wird auch vom Kunden akzeptiert und immer wieder genutzt. Sind Lösungen schlecht und unprofessionell gestaltet, frustrieren sie den Kunden und sind am Ende keinen einzigen Cent wert. **INFO: www.crealog.com**

AUTOR: THOMAS SIMONEIT, CREALOG

Digital X Roadshow 2019

Möchten Sie das Thema vertiefen, dann besuchen Sie CreaLog auf der Digital X Roadshow 2019 der Deutschen Telekom: 21./22. Mai München | 28. Mai Offenbach | 4. Juni Hamburg | 18. Juni 2019 | Berlin | 29./30. Oktober Köln **www.digital19.de**