



Chatbots und Sprachassistenten

Mit künstlicher Intelligenz den Kundenservice verbessern

Das Potenzial zum Einsatz von Conversational AI-Technologien wie Chat- und Sprachassistenten findet sich in fast jeder Branche. Doch besonders im Kundenservice der Energiebranche stecken viele Anwendungsfälle, die durch Automatisierung zur Entlastung und Schonung der internen Ressourcen und zu einer höheren Kundenbindung führen können.

 Von **Michelle Skodowski**, COO & Co-Founder of BOTfriends

Wo kann ich meine Bankverbindung ändern? Wie melde ich meinen aktuellen Zählerstand? Für eine Vielzahl dieser wiederkehrenden Fragen weiß Karl die passende Antwort – und das rund um die Uhr. Dabei ist Karl keine reale Person, sondern ein mit künstlicher Intelligenz ausgestatteter Chatbot.

Was sind Chatbots und wie funktionieren sie?

Chatbots sind Dialogsysteme, die die Kommunikation mit einem Bot in natürlicher Sprache ermöglichen. Dies geschieht über eine freie Texteingabe oder Schaltflächen. Die Antworten gibt der Chatbot in Form von geschriebenem Text. Er kann zudem auch Bilder und Videos verwenden oder zu weiterführenden Informationen über einen Link auf eine Seite einer Webseite verweisen.

Chatbots analysieren mithilfe von Machine Learning die Eingaben der Nutzer. So ist es möglich, dass ein Chatbot die Intention hinter einer Anfrage erkennt, unabhängig davon, wie diese formuliert ist. Haben Kunden beispielsweise beim Ablesen ihres Zählerstands eine Frage, macht es keinen Unterschied, ob sie schreiben, „Ich brauche Hilfe beim Ablesen des Zählerstands“ oder „Wie trage ich meinen Zählerstand ein?“. Durch eine Integration in Unternehmenssysteme, wie beispielsweise SAP, kann der Chatbot Daten auch direkt im Kundenprofil speichern.

Wie werden Bots im Unternehmen implementiert?

Nach einem ersten kurzen Assessment wird in einem gemeinsamen Workshop das Conversational Design-Konzept erarbeitet. Dabei wird zunächst die Kundenzielgruppe festgelegt, die

Es gibt eine Reihe von Anwendungsfällen für KI-basierte Chatbots und Sprachassistenten, durch die Kundenanfragen automatisiert bearbeitet werden können. Im Folgenden sind einige Beispiele für den Einsatz von Chatbots im Energiesektor aufgelistet

- Zählerstandübermittlung
- Adressänderung bei Umzug
- Abschlagsänderung
- Verwalten von Verträgen und Rechnungen
- SEPA Mandat ändern
- Kundenberatung zu Tarifen über Chatbots
- Interaktive FAQs

der Chatbot hauptsächlich ansprechen soll. Hierauf aufbauend wird eine Persona des Chatbots definiert, der als virtueller Assistent den Energieversorger repräsentieren soll.

Anschließend werden die Konversationen entworfen und in die entsprechenden Prozesslogiken gebracht, um die vom Kunden benötigten Eingaben in der richtigen Abfolge erhalten und verarbeiten zu können. Dabei wird besonders darauf geachtet, die Dialoge nutzerfreundlich zu gestalten.

Den ersten Schritt zur Implementierung stellte die Überführung der Conversational Map in einen Natural Language Processing

01 Ein erfolgreich implementierter Chatbot in Aktion: Karl, der digitale Helfer der Süwag Vertrieb AG & Co. KG – Powered by BOTfriends.

The screenshot shows the Süwag website with a chatbot window titled 'Karl, der digitale Helfer'. The chatbot's messages are as follows:

- User: "mitteilen, Deinen Umzug melden und vieles mehr. Wobei kann ich Dir helfen?"
- Chatbot: "Hier 📍 zeige ich Dir ein paar Vorschläge. Du kannst Deine Frage aber auch einfach frei eintippen." (Buttons: Zählerstand melden)
- User: "Zählerstand melden"
- Chatbot: "Zählerstand melden kann ich gut. Hast Du dafür alle Daten wie Deine Kundennummer und Deine Zählernummer zur Hand?"
- User: "Bereit? Alles zur Hand? 🙌"
- Chatbot: "Deine Zählerstände kannst Du übrigens jederzeit in der 'Meine Süwag'-App und im Online-Service einsehen 😊." (Buttons: Zählerstand melden, Hilfe beim Ablesen, Kundennummer finden)

At the bottom of the chat window, it says "Powered by BOTFRIENDS" and "Schreiben Sie eine Nachricht" with a "Senden" button.

(NLP)-Service dar. Ein NLP-Service versucht, natürliche Sprache zu erfassen und durch die Anwendung von Algorithmen und Regeln digital zu verarbeiten. Hierbei kommen Methoden aus den Sprachwissenschaften zum Einsatz, die mit künstlicher Intelligenz kombiniert werden.

Um die Konversationen nicht nur möglichst natürlich, sondern ebenfalls möglichst effizient abzubilden, kann zudem ein Kontext-Feature implementiert werden, welches den Kunden im Falle einer themenfremden Frage innerhalb eines Service-Prozesses zurück zum aktuellen Prozessschritt führt. Stellt ein Kunde so während der Mitteilung seines Zählerstandes beispielsweise die Frage „Wie alt bist du?“, so beantwortet der Chatbot diese Frage und führt den Kunden danach zurück zur Zählerstandsmitteilung. Als letzten Schritt einer erfolgreichen Implementierung wird der Chatbot auf den gewünschten Kanälen des Unternehmens implementiert (zum Beispiel Website, Facebook Messenger, WhatsApp etc.) und steht den Kunden dort rund um die Uhr als virtueller Assistent zur Verfügung (vgl. Abbildung).

Wie Chatbots einen Wettbewerbsvorteil verschaffen

In Zeiten, in denen sich Märkte und Verbraucherwünsche schnell ändern, sehen sich Unternehmen immer öfter mit der Frage konfrontiert: „Wie können wir konkurrenzfähig bleiben?“ Für Energieversorger ist es nicht einfach, sich allein durch das Produkt von der Konkurrenz zu unterscheiden. Viel wichtiger ist es, exzellenten Service zu bieten – und das rund um die Uhr. Kunden erwarten vor allem drei Dinge vom Kundenservice: Sie wollen ihr Anliegen schnell gelöst bekommen, die Bearbeitung soll personalisiert und auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten und vor allem so leicht und bequem wie möglich sein.

Gefährden Chatbots Arbeitsplätze?

Wenn Unternehmen den Einsatz von virtuellen Assistenten erwägen, stehen in der Regel zwei Fragen im Raum: „Wollen unsere Kunden überhaupt einen Chatbot benutzen? Und was passiert dann mit den Service-Mitarbeitern?“

Die erste Frage kann mit einem klaren „Ja“ beantwortet werden. Laut dem Report „The New Rules of Customer Engagement“ sind 69 Prozent der Kunden bereit, mit einem Chatbot zu interagieren. Und in den Ergebnissen dieser Befragung liegt auch die Antwort zu der zweiten Frage. Die Mitarbeiter werden weiterhin gebraucht. Denn man muss einen wichtigen Punkt beachten: Bei einfachen Problemen sind Chatbots eine schnelle Hilfe. Allerdings wird gerade bei komplexen Anliegen der Kontakt zu einem menschlichen Serviceteam bevorzugt.

Dies bestätigt, was bereits über den Wunsch nach Self-Service-Solutions geschrieben wurde: Kunden möchten ihr Problem zunächst selbst lösen. Erst wenn der eigenständige Lösungsversuch erfolglos bleibt oder das Anliegen zu komplex ist, wollen sie mit einem echten Menschen sprechen, und das ohne große Wartezeiten. Für Energieversorger bedeutet das, dass sie die Beantwortung repetitiver Standardfragen und simple Prozesse automatisieren können und müssen.

So wird das Service-Team entlastet und der Fokus auf die anspruchsvollen Anfragen gelegt. In diesen Gesprächen können

die Mitarbeiter dann auch die Stärken ausspielen, die sie von Bots unterscheiden: **Empathie, die Fähigkeit zu vermitteln, abzuwägen und mit Feingefühl auf Kunden einzugehen.**

Deshalb ist es wichtig, dass den Kunden ein schneller Wechsel zu einem Menschen angeboten wird. Dies kann durch einen sogenannten Human Handover erreicht werden. Hierbei leitet der Chatbot den Nutzer an den Kundenservice weiter. Dies kann passieren, wenn der Chatbot selbst realisiert, dass er nicht weiterhelfen kann oder nach einer aktiven Aufforderung durch die Nutzer selbst. Die Tatsache, dass Bots nicht nur individuelle Fragen beantworten, sondern auch Prozesse ausführen können, machen sie zu einer hervorragenden Self-Service-Lösung.

Bots bieten Insights und fördern Cross- und Upselling

Um Kunden personalisiert anzusprechen und ihnen die richtigen Angebote zum richtigen Zeitpunkt zu unterbreiten, benötigen Energieversorger umfassende Informationen und Daten über die Wünsche und das Nutzungsverhalten ihrer Kunden. Der Vorteil von Bots ist, dass Nutzer ihnen Fragen stellen und ihre Wünsche direkt formulieren. Diese Eingaben können vom Support-Team ausgewertet werden. So erfahren Unternehmen direkt, was ihre Kunden wollen, was sie bewegt und wo es noch Verbesserungspotenzial gibt.

Doch auch Vertriebsmitarbeiter profitieren vom Chatbot-Einsatz und der Datenauswertung. Eine Vielzahl von Cross- und Upselling-Maßnahmen lässt sich so automatisieren. Hat ein Kunde einen Prozess gerade erfolgreich abgeschlossen und beispielsweise seinen Zählerstand übermittelt, kann der Bot automatisiert einen Produktvorschlag für zum Beispiel Ökostrom ausliefern. Dabei ist der Erfolg abhängig vom richtigen Moment und dem richtigen Dialog.

Fazit

Chatbots bieten, wenn sie erfolgreich implementiert und trainiert sind, ein immenses Potenzial um Mitarbeiter zu entlasten, die Kundenzufriedenheit im Customer Service zu steigern und automatisiert Cross- und Upselling zu betreiben. [↩](#)



MICHELLE SKODOWSKI

Jahrgang 1995

→ 2014–2017 Bachelor, E-Commerce, Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt

→ seit 2017 Co-Founder & COO BOTfriends GmbH

✉ michelle@botfriends.de