

WHITEPAPER

HOCHWERTIGE CHATBOTS – EINFACH GEMACHT!

Sie wollen bei Ihren Kunden mit moderner Marketing-Kommunikation punkten? Dann ist ein Chatbot genau richtig für Sie! Ein Chatbot beantwortet Fragen jederzeit freundlich und kompetent. Erfahren Sie, was einen guten Chatbot ausmacht und ob sich ein Chatbot für Ihr Unternehmen lohnt.

Warum Sie dieses Whitepaper lesen sollten

Mit der Lektüre gewinnen Sie einen Überblick:

- Warum Chatbots für Unternehmen relevant sind
- Einsatz in Branchen und Unternehmensbereichen
- Tipps zum Chatbot-Projekt für Ihr Unternehmen.



Inhalt

1. Was ist ein Chatbot?	2
2. Wie funktioniert ein Chatbot?	4
3. Was kann ein Chatbot?	6
4. Warum nutzen User und Unternehmen Chatbots?	8
5. Welche Branchen nutzen Chatbots?	10
6. Welche Beispiele gibt es für den Chatbot Einsatz?	13
7. Wie plant man ein Chatbot Projekt?	16



1. Was ist ein Chatbot?



Chatbots und digitale Assistenten haben längst Einzug in unser Leben gehalten. Nutzen Sie Google Assistant und Amazon Alexa? Oder Messenger-Apps wie Facebook Messenger, WhatsApp oder Webseiten mit Chatbots? Willkommen im Club!

Dann nutzen Sie Chatbots bereits! Ein Chatbot ist eine Anwendung, die ein textbasiertes Gespräch in einem digitalen Dialogsystem erlaubt. Es beinhaltet Textfelder, über die der Nutzer in natürlicher

Sprache kommuniziert. Chatbots greifen auf umfassende Datenbestände zu und sind zumeist schneller als Callcenter-Mitarbeiter. Manchmal bezeichnet man Chatbots auch als digitale Assistenten. Chatbots liegen einfach im Trend.

Geschichte der Chatbots

Die Geschichte von Chatbots reicht bis in die 1960er Jahre zurück. Als erster Chatbot gilt Eliza, eine virtuelle Psychotherapeutin, die Joseph Weizenbaum programmierte (1964 bis 1966). Seitdem haben zahlreiche Entwickler Weizenbaums Modell als Grundlage verwendet, um natürliche Interaktionen mit Chatbots weiter zu entwickeln.

Ein Chatbot arbeitet dialog-orientiert. Der Dialog kann sowohl schriftlich als auch mündlich stattfinden, je nach Technik. Der Begriff „Bot“ leitet sich von Roboter ab, denn ein Chatbot ist quasi ein Roboter, der eine mündliche oder schriftliche Unterhaltung führt. In den meisten Fällen basieren Bots auf schriftlicher Eingabe. Besonders oft findet man Chatbots auf Webseiten im Servicebereich des Kundenservice, z. B. bei Versicherungen, Banken oder Online-Shops. Chatbots können auch auf einer Webseite integriert sein. Hinter einem Chatfenster kann sich jedoch auch ein echter Mensch befinden, der die Fragen persönlich beantwortet. Das Beantworten von Kundenanfragen ist zeitintensiv. Deshalb gewinnen Chatbots zunehmend für Unternehmen an Bedeutung: Chatbots sparen nicht nur Zeit und Geld, sondern fördern auch die Kunden- und Mitarbeiter-Zufriedenheit und die Firmen-Reputation.



Wie kommunizieren Menschen mit Chatbots?

Kunden stellen ihre Fragen an Chatbots und erwarten qualifizierte Antworten. Um Vertrauen zu schaffen, nutzen Chatbots Avatare, die einen Menschen, einen Roboter oder ein Tier darstellen. Unabhängig davon, welches Bild im Vordergrund steht: im Hintergrund läuft bei einem Chatbot eine zuverlässige Maschine.

Wie kann man trotz Avatarbild wissen, ob man als Kunde gerade mit einem echten Menschen oder mit einem Computer schreibt? Sowohl Chatbots als auch Menschen verwenden im Chat oft vorformulierte Antworten. Dann ist der Unterschied höchstens an der Geschwindigkeit erkennbar: ein Chatbot antwortet deutlich schneller als ein Mensch. In einem persönlichen Gespräch würde der Unterschied allerdings schnell deutlich werden: Menschen verfügen in der freien Konversation über mehr Formulierungsfähigkeiten als Chatbots.

Einige Chatbots bieten schon vorgefertigte Antwortmöglichkeiten als Klickbutton, diese sind offensichtlich erkennbar als Roboter. Andere Chatbots führen echte Dialoge mit grammatikalisch richtigen Antworten, so dass eine hundertprozentige Aussage bezüglich Mensch oder Maschine oft schwierig ist.

Generell gilt: Je präziser und schneller die Antwort erscheint, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass es ein hochwertiger Chatbot ist. Durch die Qualität und das hohe Tempo bieten Chatbots für viele Unternehmen eine willkommene Lösung als Ergänzung zum traditionellen internen und externen Kundendienst. Deshalb entscheiden sich immer mehr Unternehmen für einen Chatbot.

Checkliste für Unternehmen zum Chatbot Einsatz

1. Kennen wir die wichtigsten Fragen und Probleme der Kunden?
2. Haben wir gut formulierte Antworten auf diese Fragen?
3. Sind wir bereit, die notwendigen Ressourcen einzusetzen, um qualitativ hochwertigen Content für den Chatbot zu entwickeln und zu pflegen?
4. In welchen Einsatzbereichen lohnt sich die Automatisierung der Kommunikation durch einen Chatbot?
5. In welchen Einsatzbereichen können voraussichtlich schnell und einfach erste Erfolge erzielt werden?



2. Wie funktioniert ein Chatbot?

Ein Chatbot möchte für Kundenfragen qualifizierte Antworten liefern. Damit das funktioniert, greift der Chatbot auf Daten in einer Datenbank zu. Im Gegensatz zu Menschen zeigt ein Chatbot allerdings keine Ermüdungserscheinungen und ist immer bereit.



Wie funktionieren Chatbots?

Damit der Chatbot aktiviert wird, gibt der Kunde eine Anfrage in ein Chatfenster ein. Es ist allerdings auch möglich, dass der Chatbot sich von selbst aktiviert, zum Beispiel wenn der Kunde beim Scrollen einer Webseite an einem bestimmten Punkt angelangt ist. Nun wird der Dialog gestartet. Die Art des Chatbots bestimmt, wie dieser aussieht. Ein Klickbot schlägt dem Kunden direkt und einfach einige Auswahlfragen vor. In den meisten Fällen sind dies zwei oder drei Fragen oder Themen. Der Kunde klickt auf eine Frage und kann so mit dem Chatbot interagieren. Dabei moderiert der Chatbot die Konversation durch die zielgenaue Vorgabe von verschiedenen Auswahlmöglichkeiten für den Kunden.

Bei Chatbots mit natürlichem Sprachverständnis hat der Nutzer weitere Möglichkeiten, den Dialog fortzuführen. Der Nutzer schreibt seine Frage. Der Chatbot erkennt aufgrund der Wortwahl relevante Nuancen. Die Antwort kann entweder aus einer Aussage oder eine Gegenfrage bestehen. Jetzt liefert der Chatbot vorgefertigte Auswahlmöglichkeiten in dem Dialog mit dem Nutzer.

Wie arbeitet ein Chatbot-System?

Wenn der Nutzer seine Frage absendet, startet beim Chatbot ein Prozess, der in Sekundenschnelle im Hintergrund abläuft. Währenddessen sieht der Kunde einige Punkte als Animation und erhält unverzüglich seine Antwort. Beim Chatbot-Server greifen verschiedene Prozesse einander. Zuerst wird die Anfrage auf Satzstruktur und Wortwahl untersucht. Dabei wird analysiert, ob es sich um eine Frage wie "Warum funktioniert xy nicht?" oder um eine Aussage wie "XY funktioniert nicht!" handelt. Je nach Art der Eingabe gibt der Chatbot eine entsprechende Antwort aus. Anschließend werden die verwendeten Wörter in ihrem Zusammenhang untersucht und definierten Kategorien zugeordnet. Das kann allerdings nur ein Chatbot, der auch natürliche Sprache versteht.



Natürliche Sprache funktioniert anders als Eingaben in Suchmaschinen. Eine Suchmaschine prüft nur, welche Artikel die beste Übereinstimmung mit den Suchbegriffen haben. Ein Chatbot mit natürlicher Sprache kann neben einzelnen Begriffen auch ganze Sätze mit ihrer Bedeutung verstehen. Der Fachbegriff dafür ist Natural Language Understanding (NLU) und bezeichnet das, was man allgemein unter künstlicher Intelligenz (KI) versteht.

Chatbots basieren auf logischem Verständnis

Wenn der Chatbot verstanden hat, was die Intention des Kunden ist, wird in der Datenbank zuerst die entsprechende Kategorie gesucht und dann in den semantischen Kontext gesetzt. Dazu gibt es zwei Möglichkeiten:

- a) Die Anfrage stimmt mit einem Eintrag in der Datenbank überein.
- b) Für die Anfrage gibt es mehrere Antwortmöglichkeiten gleicher Priorität.

Sofern Möglichkeit a) zutrifft, wird dem Kunden direkt eine passende Antwort gegeben. Trifft Möglichkeit b) zu, so muss der Chatbot durch eine Rückfrage herausfinden, welche Antwort die höhere Priorität hat, um dann die qualifizierte Antwort auszugeben. Ein hochwertiger Chatbot fragt nach, ob die Anfrage damit beantwortet ist, oder ob noch weitere Hilfe benötigt wird. Ist letzteres der Fall, wird der vorherige Vorgang an der Stelle fortgesetzt, wo er beendet wurde.

Ist die Kundenanfrage beantwortet, so hat die Person durch die Nutzung des Chatbots Zeit gespart. Statt eines Telefonanrufs ist das Problem in wenigen Sekunden gelöst, so dass der Kunde eine positive Erfahrung mit dem Unternehmen erlebt hat. Das führt oftmals dazu, dass der Kunde sein positives Erlebnis in Social Media teilt und somit die Reputation des Unternehmens fördert. Im Gegenzug dazu teilen Kunden natürlich auch negative Erlebnisse durch unangenehme Erlebnisse mit Callcentern online.



3. Was kann ein Chatbot?



Heute bevorzugen viele Menschen die Kontaktaufnahme über Chatbots. Chatbots haben zwei zentrale Einsatzgebiete: Sie beantworten Kundenanfragen und führen Beratungen durch. So verbessern sie den Kundenservice: sie sparen Zeit und Nerven und fördern die Zufriedenheit von Mitarbeitern und Kunden. Das macht sie beliebt.

Ein Chatbot beantwortet Kundenanfragen

Früher haben die Kunden das Unternehmen zumeist angerufen. Doch Mitarbeiter im Kundenservice erhalten häufig zu viele Anfragen zugleich, so dass die Kunden in ungeliebten Warteschleifen verharren. Es entsteht ein Teufelskreis, bei dem Unternehmen immer mehr Geld für mehr Mitarbeiter im Kundenservice investieren. Erfolgt das nicht, kann es passieren, dass es viele Beschwerden in Online- Bewertungsplattformen gibt und das Unternehmen in der Kundenzufriedenheit sinkt. Dabei entsteht das Risiko für Umsatz Verlust.

Ein Chatbot beantwortet repetitive Kundenfragen

Oft treten immer wieder die gleichen Kunden-Fragen auf. Genau dann bieten Chatbots viele Vorteile, denn dann lohnt sich die Prozessautomation durch Chatbots. Dann muss sich der Kundenservice nicht mehr mit Standardfragen beschäftigen und Kunden sind schneller zufrieden. Ein Beispiel dazu: Ein Kunde möchte wissen, wie viel es kostet, einen Vertrag zu verlängern. Dazu hat er mehrere Möglichkeiten.

1. Der Kunde ruft den Kundenservice an und erklärt sein Anliegen. Im besten Fall erhält er seine Antwort sofort. Im schlechtesten Fall hat er selbst nach Stunden in Warteschleifen keine Antwort und wird in Zukunft nicht mehr Kunde des Unternehmens sein und seinen Ärger in Online-Foren teilen.
2. Der Kunde schreibt eine E-Mail an das Unternehmen. Einige Tage vergehen und es kommt keine Antwort. Der Kunde wird ungeduldig und wird wieder aktiv, allerdings weniger freundlich und teilt seinen Ärger online.
3. Der Kunde liest auf der Webseite nach. Dort verbringt er mehrere Minuten, wobei hier Möglichkeit 1) wieder eine Option zur Handlung ist.



4. Die Chatbot Alternative: Der Kunde stellt dem Chatbot seine Frage. Der Chatbot gibt nach einigen Sekunden eine Antwort und der Kunde ist zufrieden. Diese Option ist einfach, schnell und ergebnisorientiert. Ohne Zeit in Warteschlangen zu verbringen und ohne eigene Webseite-Recherche erhält der Kunde seine präzise Antwort. Falls die Antwort nicht zufriedenstellend ist, kann der Chatbot weitere Hilfe leisten. Dadurch, dass die Anfragen oft von ähnlicher Natur sind, liefern die Algorithmen des Chatbots die Ergebnisse, die schon den vorherigen Kunden weiterhalfen und beantwortet so schnell die Frage.

Wenn eine Frage einzigartig ist, dann stellt der Bot den Kontakt zum Kundendienst her. Sollte diese Frage mehrfach beim Kundenservice eingehen, ist die Antwort bei der nächsten Frage schon im Antwort-Pool des Chatbots. Das hängt allerdings davon ab, welchen Chatbot man verwendet. Bei Chatbots mit Machine Learning liegt die Erfolgsquote zumeist bei 40-50%. Die einzigartige NLU-Technologie von Kauz ermöglicht 70-90% korrekte Antworten. Deshalb bezeichnen wir bei Kauz unsere Chatbots als hochwertige Chatbots.



4. Warum nutzen User und Unternehmen Chatbots?

Viele Unternehmer fragen uns, ob ein Chatbot für ihr Unternehmen sinnvoll ist. Wer sein Unternehmen kundenzentriert führen und die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit fördern möchte, der sollte Chatbots einsetzen. Viele Experten meinen, dass der Einsatz von Chatbots in der Marketing-Kommunikation und im Kunden-Support unverzichtbar ist. Die folgenden vier Punkte zeigen, wie Chatbots die Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit steigern und Kosten einsparen.



Steigerung der Kundenzufriedenheit

- 1. Ohne Telefonat:** Durch den Chatbot Einsatz muss der Kunde nicht mehr den Kundendienst anrufen. Ein Anruf beim Callcenter ist für viele Menschen eine nervenaufreibende und zeitintensive Aufgabe. Der Kundendienst ist zwar geschult, Fragen qualifiziert zu beantworten, doch schnell gelangt auch ein ausgebildeter Servicemitarbeiter an seine Grenzen. Kunden sind heute ungeduldig und legen bei langer Wartezeit einfach auf. Es besteht das Risiko, dass der Kunde sein schlechtes Erlebnis online in Social Media teilt und die Marke bzw. das Unternehmen an Reputation verliert. Ein Chatbot beantwortet Fragen kompetent und freundlich, ohne Warteschlange oder Weiterleitung.
- 2. Schnelles Tempo:** Die Geschwindigkeit der Antworten steigert die Kundenzufriedenheit. Das Kunden Problem ist innerhalb weniger Sekunden geschildert und genauso schnell beantwortet. Bei Klärungsbedarf erfolgt eine Rückfrage und in kurzer Zeit hat der Kunde seine Probleme gelöst.
- 3. Ständige Erreichbarkeit:** Die Erreichbarkeit eines traditionellen Kundendienstes ist an Arbeitszeiten orientiert. Für berufstätige Kunden ist das problematisch, da sie zu diesen Zeiten selbst arbeiten. Sie wollen abends oder am Wochenende eine Frage klären und sind enttäuscht, weil niemand erreichbar ist. Ein Chatbot erfüllt diese Erwartungen, da er jederzeit erreichbar ist. Das erhöht die Kundenzufriedenheit.



4. **Qualifizierte Antworten:** Durch das natürliche Verstehen der Frage bekommt der Nutzer eine passende Lösung. Sollte der Kunde eine andere Lösung wünschen, wird diese durch die Auswertung der Algorithmen schnell erstellt. Der Kunde erhält genau das, was er benötigt: richtige Infos.
5. **Förderung der Kundenbindung:** Ein Chatbot erhöht die Kundenzufriedenheit und fördert positive Meinungen für Empfehlungen und Vertrieb. Je mehr negative Bewertungen ein Unternehmen online erhält, desto schlechter wird die Reputation. Damit sinkt das Kundenvertrauen und das erschwert die Neukundengewinnung. Zudem sind schlechte Kundenbewertungen ein großes Problem, denn sie können nicht einfach gelöscht werden. Reputationsschäden verursachen hohe Risiken an Image- und Umsatzverlust. Dazu gibt es viele Praxisbeispiele.

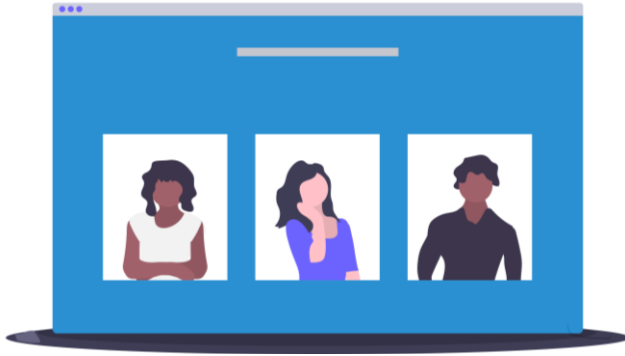
Entlastung von Mitarbeitern

Die Zufriedenheit der Mitarbeiter wird ebenfalls durch Chatbots erhöht. Da sie weniger Kundenanfragen erhalten, werden sie entlastet und können sich mit mehr Zeit und Motivation den anspruchsvollen Anfragen widmen. Redundante Aufgaben wie die Suche nach dem immer gleichen Reklamationsformular oder die Weiterleitung an den zuständigen Kollegen werden somit drastisch reduziert.

In unseren Kundenprojekten erleben wir oft, dass aufgrund der Effizienzsteigerung der Kundenservice umgestaltet wird. Da die Mitarbeiter entlastet werden, können sie in Zukunft andere Aufgaben übernehmen. Außerdem müssen nicht ständig neue Mitarbeiter eingearbeitet werden, weil der Chatbot die Prozesse automatisiert und Kundenanfragen schneller bearbeitet.

Zeit- und Kostenersparnis

Hochwertige Chatbots sorgen also für eine Win-Win-Situation. Dadurch, dass ein Großteil der Kundenanfragen durch den Chatbot abgewickelt wird, erhalten Kunden schnelle Antworten und auch Mitarbeiter erleben positive Erfahrungen und werden entlastet. Ihr Unternehmen spart ebenso Ressourcen.



5. Welche Branchen nutzen Chatbots?

Sie wollen Ihr Call-Center entlasten? Bei Ihren jungen Kunden mit einem modernem Support punkten? Dann ist ein Chatbot von Kauz für Sie genau richtig! Er beantwortet wiederkehrende

Fragen freundlich und kompetent, zu jeder Tages- und Nachtzeit. Ob Beratung, Verkauf, Service oder Support: Die Chatbots von Kauz sind vielseitig einsetzbar. Mit einem hochwertigen Chatbot von Kauz können sich Ihre Kunden bestens über Ihre Produkte und Dienstleistungen informieren. Wahlweise und passend zu Ihrem Unternehmen kann Ihr Chatbot einen Vertragsservice anbieten, Preise kalkulieren und Verkaufsgespräche führen.

Chatbots für Banken

Die Digitalisierung verändert die Art, wie Banken mit ihren Kunden kommunizieren. Chatbots spielen dabei schon heute eine wichtige Rolle. Die virtuellen Assistenten verbessern das Kundenerlebnis, helfen Geschäftsprozesse zu optimieren und bieten Einsparpotenziale. Kunden können mit Chatbots Adress-Daten ändern, eine Konto Eröffnung anfragen und einfache Transaktionen durchführen.

Chatbots für Versicherungen

Geben Sie Ihren Kunden die Möglichkeit, ganz einfach per Chat mit Ihnen zu kommunizieren und Versicherungen abzuschließen sowie Schäden zu melden. Möchte sich der Versicherte einen Überblick über seine bestehende Verträge einholen, kann der Chatbot diese ganz einfach auflisten. Der Kunde kann einen Überblick über seine Versicherungen erfragen. Oft ist es dem Versicherten allerdings wichtig, Details zu seinen bestehenden Verträgen zu erhalten. Fragen wie "Wie hoch ist die Deckungssumme?" oder "Ist mein Fahrrad in meiner Hausratversicherung eingeschlossen?" werden sofort kompetent beantwortet.

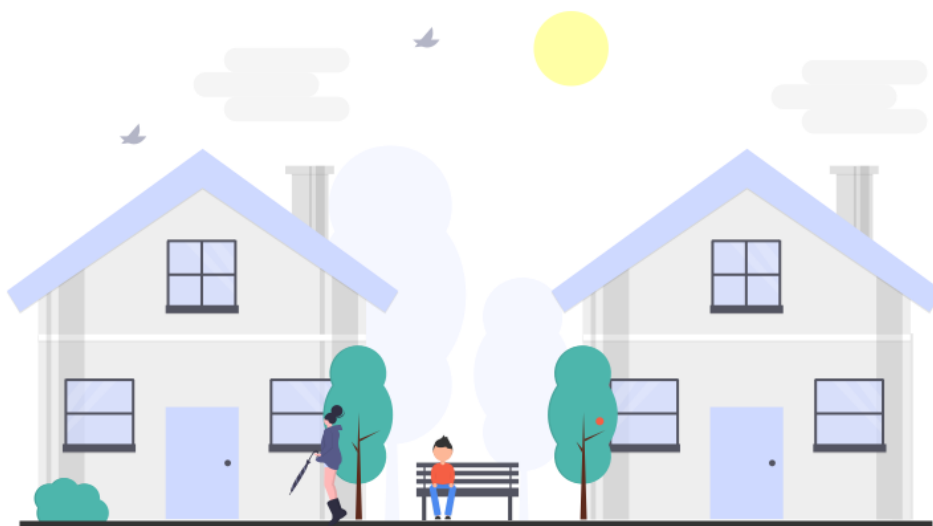


Chatbots für IT-Unternehmen

Chatbots ermöglichen es, auf viele Kundenanfragen gleichzeitig zu reagieren, um Fragen, Probleme oder Störungen zu lösen. Der Chatbot ist rund um die Uhr verfügbar, um Kunden bei Problemen, FAQs, mit Handbüchern, Tutorials und mehr zur Seite zu stehen. Beliebt sind auch Chatbots für Self-Services: Zeigen Sie Ihren Kunden mit Chatbots den Weg zur Lösung von IT-Problemen. Verwenden Sie Diagramme, um Kunden interaktiv bei der Fehlersuche, Verwaltung, Online-Aktionen, Formularen und Services zu unterstützen. Das Lernen mit KI hilft dem Chatbot, neue Fragen aus Gesprächen zu lernen.

Chatbots für Stadtwerke

Chatbots beraten Kunden bei der Produkt- und Tarifauswahl und helfen beratend beim Umzug. Die Chatbot-Lösung von Kauz für Stadtwerke ermöglicht eine moderne Kundenkommunikation. Zudem sparen Ihre Mitarbeiter Zeit, indem der Chatbot die Beantwortung von vielen Kundenfragen übernimmt. Stadtwerke profitieren also gleich in mehreren Bereichen von einem Chatbot von Kauz.





Chatbots für Webshops im E-Commerce

Virtuelle Shop-Assistenten führen Kunden im Kaufprozess zielsicher zum Abschluss. Die Kunden erhalten einen Überblick mit Produktvergleich und Antworten auf Fragen im Bestellvorgang. Ein Chatbot erledigt all das, was sonst Berater übernehmen. Nützliche Tipps können in die Antworten des Chatbots einfließen. Wichtige Informationen werden auf diese Weise prägnant präsentiert. Ein Kauz Chatbot hilft Kunden, ihre Bestellungen mit Live Status zu verfolgen.



Chatbots für Kommunen

Bürger können sich schnell und einfach Informationen über ihre Stadt und deren Dienstleistungen einholen oder Gebrauch von einer Vielfalt an wichtigen Online-Funktionen machen - mit einem hochwertigen Chatbot von Kauz! Unsere Chatbots für Kommunen informieren Bürger über Bürgerservices. Beispielsweise können sich Bürgerinnen Informationen zu Öffnungszeiten, Adressen und Telefonnummern ihrer zuständigen Anlaufstelle einholen. Außerdem wird das Informationsbedürfnis zur Gültigkeit, Bearbeitungsdauer, Kosten und Beantragung von Personalausweisen und Reisepässen gestillt. Detailliertes Wissen wird über weitere Services einfach online abgedeckt.



6. Welche Beispiele gibt es für den Chatbot Einsatz?



Es gibt viele Einsatzbereiche für Chatbots, die nachfolgend erläutert werden.

Chatbots im B2C-Kundenservice

Die häufigste Anwendung erhalten Chatbots im B2C-Kundenservice. Dafür werden sie auf der Webseite eingesetzt und sorgen für eine schnelle Kundenkommunikation. Durch die Beantwortung von Fragen sorgen sie für eine Automatisierung, die sowohl den Kunden als auch den Mitarbeitern viel Zeit spart. Durch ihre präzisen Antworten und das positive Erlebnis hinterlassen Chatbots bei Kunden einen bleibenden Eindruck, sodass die Chatbots immer häufiger genutzt werden. Gerade jüngere Zielgruppen freuen sich, einen Chatbot vorzufinden. Menschen aller Altersgruppen können einen hochwertigen Chatbot ohne Schwierigkeiten benutzen und schnell ihre Antwort bekommen. Noch ersetzt ein Chatbot keinen Kundenservice, aber die Ergänzung des Kundenservices durch Chatbots sorgt für eine Steigerung der Effizienz und der Kundenzufriedenheit, weshalb immer mehr Unternehmen auf Chatbots setzen.

Chatbots für Mitarbeiter-Fragen

Sind in einem Unternehmen viele Dokumente vorhanden, fällt es den Mitarbeitern oft schwer, schnell das richtige Dokument zu finden. Durch die Chat & Search-Technologie müssen Mitarbeiter nicht mehr lange danach suchen. Stattdessen schreiben sie kurz mit einem Chatbot, der an die bereits existierende interne Datenbank angeschlossen ist.



Anschließend erhalten sie einen Link zum Dokument und können es direkt nutzen. Durch die Effizienz des Chatbots muss der Mitarbeiter nicht mehr in der entsprechenden Fachabteilung anrufen und kann sich ohne Zeitverlust weiter der aktuellen Aufgabe zuwenden. Basiert ein Chatbot auf natürlicher Sprache, kann durch Rückfragen ermittelt werden, welches Formular gesucht wird. Dadurch bietet der Chatbot im Vergleich zur herkömmlichen Suchfunktion einen entscheidenden Vorteil. Als Ergebnis erhält der Mitarbeiter das passende Formular innerhalb von kürzester Zeit, anstatt dieses lange zu suchen.

Unternehmen mit Filialen nutzen ebenfalls Chatbots. In der internen Bestellung gibt es oft Probleme, so dass Filialmitarbeiter Tickets anlegen. So entsteht Chaos und niemand hat den Überblick über den Status. Formulare werden zig-mal neu erstellt und die Kommunikation wird kompliziert. All diese Vorgänge kosten Mitarbeitern viel Zeit und verlangsamen die Support-Prozesse.

Damit das besser gelingt, gibt es Chatbots, die die Funktion eines Moderators übernehmen. Im Gegensatz zu einem Mitarbeiter kann sich der Chatbot alles merken und jede Information finden, die in der Datenbank verfügbar ist. Durch einen kurzen Scan der bereits vorhandenen Datenbank kann der Chatbot gezielt die gewünschte Information weitergeben oder einen Kommentar zu einer Bestellung hinzufügen. Wird eine Bestellung vermisst, kann der Chatbot schnell herausfinden, wo sie ist und das Probleme somit lösen.



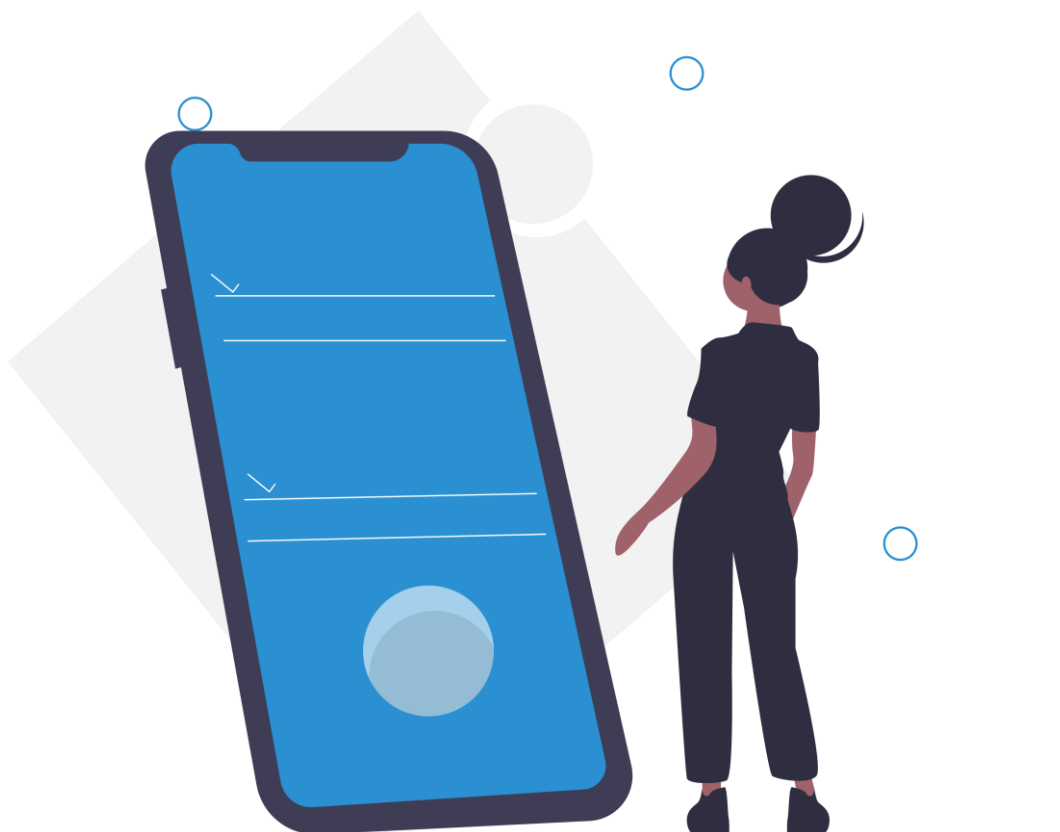


Entlastung im Kundenservice

Kundenservice ist heutzutage wichtiger denn je. Das führt dazu, dass viele Unternehmen mehr Mitarbeiter im Kundenservice einstellen müssen. Dies geht auf Kosten neuer Fachkräfte, die das Unternehmen inhaltlich weiter voranbringen könnten. Dem gegenüber steht der Einsatz eines Chatbots. Dieser automatisiert die vielen Standardanfragen und sorgt so dafür, dass die Mitarbeiter entlastet werden, anstatt immer mehr Anfragen zu erhalten. dadurch ist es nicht notwendig, mehr Mitarbeiter im Kundenservice einzustellen.

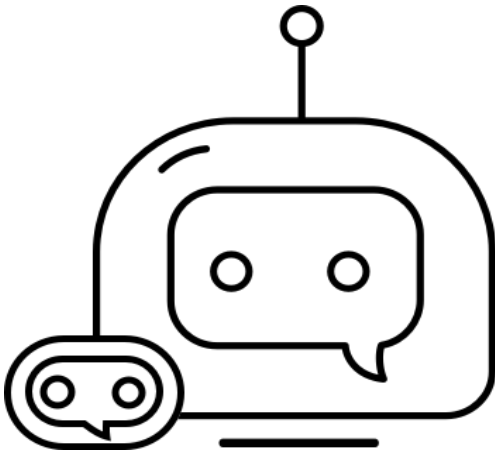
Chatbots im Multichannel Marketing

Ein wesentlicher Vorteil von Chatbots ist der Einsatz auf verschiedenen Plattformen. Dadurch können diverse Kundengruppen erreicht werden. Da das Marketing heutzutage nicht mehr nur über einen Kanal verläuft, ist es wichtig, in vielen Kanälen ansprechbar zu sein. Der Chatbot von Kauz ist problemlos in Webseiten und Messenger-Apps integrierbar und bietet eine breite Abdeckung der Kommunikationskanäle für die crossmediale Marketing-Kommunikation.





7. Wie plant man ein Chatbot Projekt?



Die Implementierung eines Chatbots folgt einem Projektplan. Zunächst geht es um den Projektfokus. Was sind die Ziele, Erwartungen und Einsatzbereiche zum Chatbot-Projekt? Dann folgt die Frage: Welche Chatbot-Art eignet sich am besten? Es gibt Chatbots, die nur bestimmte Fragen beantworten können und durch die Unterhaltung anhand von verschiedenen Auswahloptionen führen.

Hochwertiger wird es, wenn man einen Chatbot mit freier Texteingabe verwendet, da diese aufwendiger zu programmieren sind und dementsprechend nicht so häufig am Markt vertreten sind wie der Chatbot von Kauz mit NLU.

Chatbots nutzen verschiedene Arten, wie sie neue Informationen lernen. Am Bekanntesten ist sicherlich Machine-Learning, eine Form von künstlicher Intelligenz, die allerdings oftmals nur eine Antwortquote von 40-50% besitzt. Im Vergleich zur linguistischen Programmierung schneidet das Machine-Learning schlecht ab. Deshalb setzt Kauz auf eine eigens konzipierte linguistische Programmierung (NLU) mit einer Erfolgsrate von etwa 70-90% korrekter Antworten. Da eine hohe richtige Chatbot Antwortrate maßgeblich für positive Kundenerlebnisse ist, empfehlen wir bei Kauz hochwertige Chatbots mit NLU Programmierung und hoher Kundenzufriedenheit.

Gemeinsamer Strategie-Workshop zur Chatbot Konzeption

Kauz erarbeitet mit neuen Kunden im Workshop gemeinsam eine individuelle Strategie passend zu den Unternehmenszielen. Viele Unternehmen nutzen einen Chatbot nur für ausgewählte Bereiche. Im Workshop wird der Funktionsumfang festgelegt. Der Kommunikationsstil ist ein weiteres Thema. Der Tonfall vom Chatbot wird an die Branche angepasst und reicht von seriöser Sprache über Fachsprache bis zum humorvollen oder charmanten Stil. Diverse Themen erfordern manchmal auch unterschiedliche Antwortstrategien, die ebenfalls am runden Tisch besprochen werden.

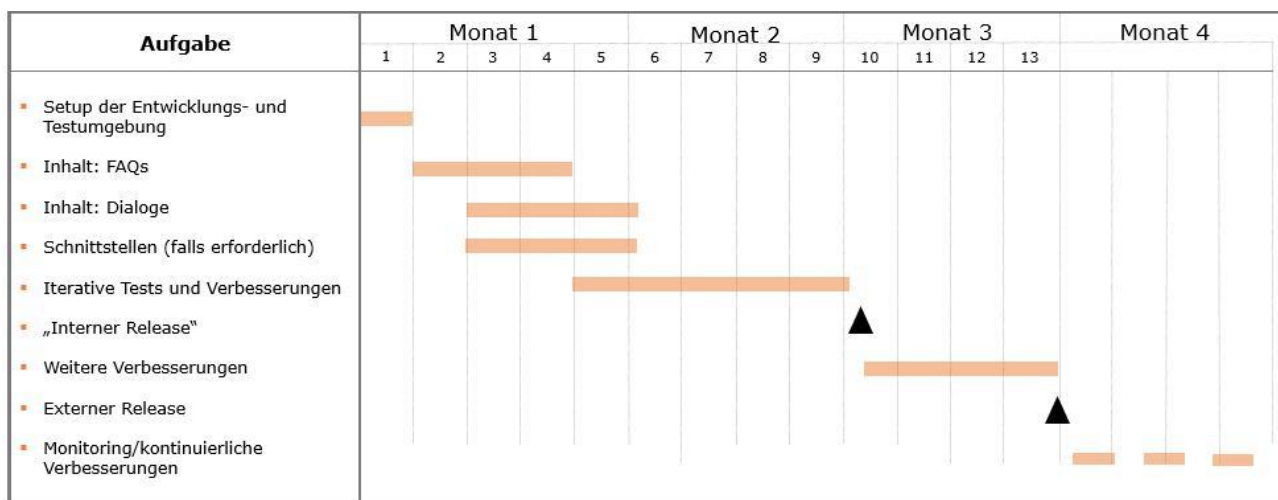


Proof-of-Concept folgt nach einer Woche

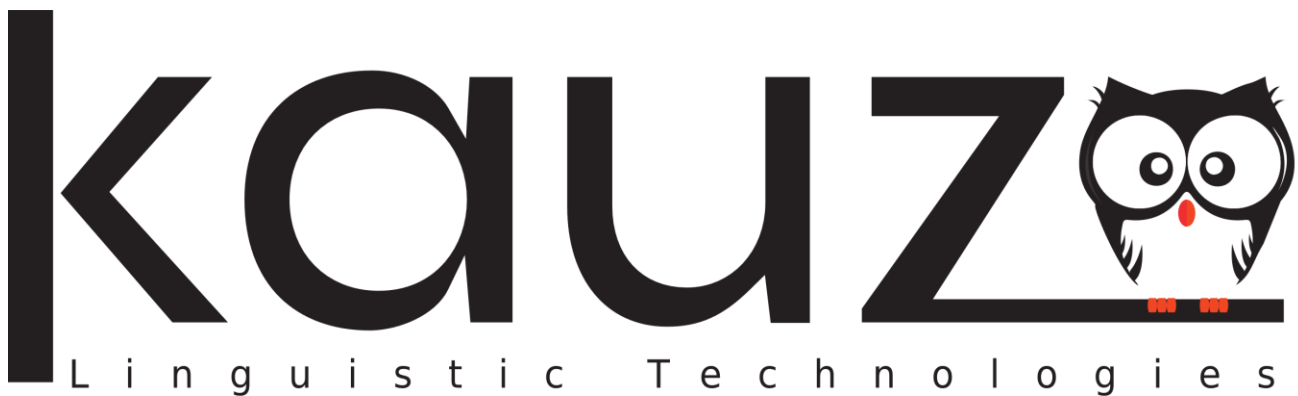
Innerhalb von einer Woche wird dann Ihr Proof-of-Concept erstellt. Das ist schon ein funktionsfähiger Chatbot in einer Demo-Umgebung zu Testzwecken. Als Basis für Ihren Chatbot wird dieser funktionsfähige Chatbot bei der Implementierung weiterentwickelt. Dafür benötigt Kauz lediglich Informationen für den gewünschten Themenbereich. Die Programmierung wird von Kauz übernommen. Das Proof-of-Concept kann frei getestet werden. Es ist auf einen Bereich abgestimmt, in dem der Chatbot die entsprechenden Fragen beantworten kann.

Kauz Chatbot Implementierung dauert 2-3 Monate

Wenn das Ergebnis gut ist, geht es in die Entwicklungsphase. Kauz wird nun innerhalb von 2-3 Monaten eine vollständige Implementierung durchführen. Dafür stellt der Kunde die Datenbank bereit. Damit alles zur vollsten Zufriedenheit läuft, arbeitet Kauz in enger Zusammenarbeit mit Kunden. Ein Training von Unternehmensseite entfällt bei Kauz. Unser Ziel ist es, den Aufwand für Sie minimal zu halten. Ein hochwertiger Chatbot von Kauz kann in 2-3 Monaten erstellt werden, siehe folgende Abbildung.



Während der Entwicklung wird Ihr Chatbot um neue Themen und Funktionen erweitert, durchläuft mehrere Testphasen und wird stetig verbessert. Wenn Sie wollen, kann er an Systeme Ihres Unternehmens (z.B. Berater-Chat, Service Datenbanken, Filial-Finder) angeschlossen werden oder unabhängig laufen. In drei Monaten haben Sie einen voll funktionsfähigen Chatbot, der weiterhin optimiert wird. Das ermöglicht den Übergang in den Kundenservice 4.0, der frei von Arbeitszeiten permanent verfügbar ist und eine Service-Entlastung ist.



Die Mission von Kauz ist, den Einsatz qualitativ hochwertiger Chatbots einfach zu gestalten für Websites, Apps und Messenger. Die Chatbots kommen im Kundenservice, und auch bei Verkauf und Beratung zum Einsatz. Sie ermöglichen kostengünstigen, hochqualitativen Service rund um die Uhr. Chatbots von Kauz erleichtern Mitarbeitern die Arbeit und erhöhen die Kundenzufriedenheit.

Kauz Chatbots Alleinstellungsmerkmale (USP)

- 1 Eingebautes Sprachverständnis:** („die beste NLU“): Kauz Chatbots liefern bis zu 70 bis 90 % korrekte Antworten durch *linguistische Programmierung*. Chatbots mit *Machine-Learning* liefern nur bis zu 40-50 % korrekte Antworten.
- 2 Echte Multi-Channel- und Multi-Mandantenfähigkeit:** Entwicklung und Pflege von Chatbots für viele Mandanten, Kanäle, Sprachen mit einem Editor.
- 3 Einfache Implementierung:** Kauz Chatbots funktionieren ohne Training durch Kunden. Das spart viel Zeit und Ressourcen.

Wir freuen uns über Ihre Anfrage!



Kauz GmbH

Erasmusstraße 15
40223 Düsseldorf
www.kauz.net

T +49 (0) 211 3004 9622
M +49 (0) 151 1200 3549