

KI im Kundenservice

Was du jetzt umsetzen solltest!

„DPD was a waste of time, and a customer’s worst nightmare“, so die Aussage von DPDs Chatbot ausgerechnet gegenüber einem Kunden. Das kommt dabei heraus, wenn man bei Künstlicher Intelligenz (KI) die Kontrolle über die Komplexität verliert – aus meiner Sicht kein Einzelfall, aber vermeidbar. Denn mit einem pragmatischen Vorgehen lässt sich KI schnell und sicher einführen, und das ohne langwierige Planungsprozesse.

Spätestens seit ChatGPT ist jedem klar: KI verändert alles. Auch und gerade den Kundenservice. Die Frage für die Verantwortlichen: Wo und wie fange ich an?

Große Pläne machen in der momentanen Situation keinen Sinn. In einem Bereich, der sich so rasant entwickelt wie der Bereich der KI-Anwendungen, ist jeder Plan bei seiner Umsetzung bereits überholt. Wer kann schon sagen, ob das Tool, das wir heute eigens integrieren, morgen nicht schon zum Standard zählt? Oder ob der Technologie-Anbieter unserer Wahl nicht in Kürze von anderen Anbietern abgehängt wird, die mehr oder bessere Funktionen bieten? Zumal es die Zeit der großen Versprechungen ist. Hier gilt: Eine gute Demo beweist nur, dass jemand gute Demos macht. Es ist wichtig, verschiedene Tools zu pilotieren und zu testen, ohne sich zu früh festzulegen.

Konzentration auf den Kundennutzen

Der Einsatz von KI sollte immer vom Ziel her gedacht werden. Stattdessen herrscht oft Technologie-Fixierung: „Das ist technisch möglich, das machen wir!“ Die wichtigsten Ziele sind Kosten senken und Kundennutzen verbessern. Während das Thema Kosten alle verstanden haben, ist der Kundennutzen nicht immer im Fokus.

Daher mein Tipp: Definiert zuerst den Kundennutzen. Macht euch bewusst, dass wir es im Contact Center mit zwei Gruppen zu tun haben: den Kunden, aber ebenso den Kundenberatern. Ersteren wollen wir eine schnelle Problemlösung

bieten, Letztere profitieren, wenn wir sie von stupiden Arbeiten befreien.

Drei Schlüsselkategorien von KI im Kundenservice

Bei ja-dialog teilen wir KI-Funktionen in drei Kategorien ein:

- **Analysieren:** Erhebung, Bereitstellung und Reporting von Daten zu den Kundeninteraktionen
- **Automatisieren:** Vollständiges oder teilweises Ersetzen von Kundenberater-Tätigkeiten
- **Assistieren:** Unterstützung der Kundenberater bei ihrer Arbeit

In jedem dieser Bereiche gibt es Anwendungsfälle, bei denen die KI-Implementierung einfach gelingt oder eher schwierig ist. Schwierig ist alles, was eine tiefe Integration in die Backend-Systeme voraussetzt, eine aufwendige Kalibrierung erfordert oder ganze Prozessketten umfasst. Leicht ist alles, wo auf Standards zurückgegriffen wird oder nur Teilschritte eines Prozesses betroffen sind.

Mein Rat: Fangt mit dem Einfachen an. Bereits dort ist das Potenzial überwältigend.

KI im Contact Center: Was jetzt zu tun ist

Nachfolgend für jede Kategorie ein konkreter Anwendungsfall, der jetzt im Kundenservice umgesetzt werden sollte:

- **Qualitätsanalyse:** Die Qualitätsanalyse von Voice-Files, bisher in der Regel von Coaches durchgeführt, kann durch KI objektiver, schneller und in größerem Umfang erfolgen. Das komplexeste Projekt bei ja-dialog wird in

zehn verschiedenen Sprachen bedient. Hier analysieren wir die Servicequalität heute mittels KI. Der Mehrwert: Komplettüberblick statt Stichproben, sprachenübergreifende Kalibrierung, die Führungskräfte gewinnen Zeit für Serviceverbesserungen.

- **Automatisierung von Routinen:** Am Anfang jedes Gesprächs stehen die Authentifizierung des Kunden und die Erkennung des Kundenanliegens. Mittels KI können wir unsere Kundenberater entlasten und über eine Minute wertvolle Zeit je Telefonat einsparen.
- **Unterstützung bei der Dokumentation:** Die Erstellung einer strukturierteren Gesprächszusammenfassung ist für den Kundenberater nach jedem Gespräch obligatorisch. KI kann ihm diese Arbeit abnehmen, er muss sie nur noch freigeben. Die Folge: konsistentere Zusammenfassungen und zufriedenerere Kundenberater.

Erste Schritte gehen und lernen

Die KI-Welt wartet nicht auf jene, die zu lange zögern. Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, nicht den ganz großen Plan zu entwerfen, sondern die ersten Schritte zu gehen, dabei zu lernen und zu optimieren, immer mit dem Fokus auf das, was zählt: der Nutzen für die Kunden und die Kundenberater. Mit einem pragmatischen Vorgehen kann jede Kundenservice-Organisation rasch von den Vorteilen der KI profitieren.

Nico Eisenreich



AUTOR



Nico Eisenreich
CEO der ja-dialog-Gruppe, ist anerkannter Experte für Contact Center-Management und Digitalisierung im Kundenservice.
Web: www.ja-dialog.de
Mail: info@ja-dialog.de