



E-Book Nr. 3:

Sechs Wege zu einer besseren CX durch den Einsatz künstlicher Intelligenz in Ihrem Contact Center



Customer experience
inspired by empathy,
driven by technology

Die Odigo-Perspektive

Kundenbeziehungen: Wie KI den Daten Bedeutung verleiht

Die Anwendung von künstlicher Intelligenz (KI) im Bereich Kundenservice bietet vielversprechende Einsatzmöglichkeiten. Besonders interessant scheinen zwei Anwendungsbereiche zu sein: Selbstbedienung und erweiterte Entscheidungsfindung. Hierbei gilt es, Rohdaten in einen verwertbaren **Kundenkontext** umzuwandeln. Zwar gibt es hierfür umfangreiche Datensätze, doch diese werden oft nicht ausreichend genutzt.

Der Kontext ist entscheidend

Der Kontext für jede Kundenanfrage ergibt sich aus der Summe aller bisherigen Interaktionen mit einer Marke, unabhängig vom Kanal, und den persönlichen Daten des Kunden. Diese Angaben umfassen die Kaufhistorie, die bevorzugte Lieferadresse, das Geburtsdatum usw. Zusammen ergeben sie ein detailliertes, maßgeschneidertes Bild von den Anforderungen und aktuellen Kaufabsichten des Kunden. Auf diese Weise können die Agenten die Kunden besser unterstützen, z.B. durch KI-gesteuerte Lösungsvorschläge für die folgenden Arbeitsschritte. 89% der Befragten der Davies Hickman - Odigo - Studie* erwarten außerdem, dass KI das Routing durch eine bessere Erfassung von Kundenanfragen

und deren Zuweisung an den richtigen Agenten verbessern wird. In beiden Fällen spielt der Kontext eine wichtige Rolle, aber in einem Meer von verfügbaren Daten muss man erst einmal herausfinden, was davon nützlich und relevant ist.

Besseres Kundenverständnis durch mehr Daten

Die amerikanische Datenbankplattform **MongoDB** geht davon aus, dass 80 bis 90 % der von Unternehmen generierten und gesammelten Daten unstrukturiert sind. Solche Daten sind nicht nach einem vorgegebenen Datenmodell geordnet, was ihre Speicherung schwierig und ihre Analyse umso komplizierter machte. Fortschritte im KI-Bereich machen es möglich, diese Informationen sinnvoller zu verwerten. So kann die KI beispielsweise bestimmte Absichten in Nachrichten, E-Mails und angehängten Dateien vorzeitig erkennen.

So erwarten 82% der Befragten, dass KI das Verständnis für Kundenfaktoren wie Alter und Verletzlichkeit steigern wird. Diese Erkenntnisse werden nicht immer in Gesprächen, sondern in Texten gewonnen, wobei auch Texte der Schlüssel zu anderen KI-Anwendungen darstellen können.

Die Tendenz zur verstärkten Überwachung

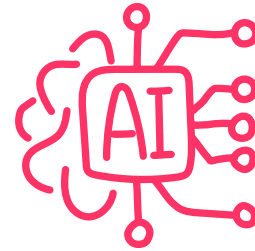
Die Aufgabe der KI beschränkt sich nicht nur auf den Self-Service und die Unterstützung von Agenten dank eines angereicherten Kontexts. Auch Vorgesetzte können KI nutzen, um zuvor aufgezeichnete und umgeschriebene Gespräche zu analysieren, und zwar mit Hilfe von Sprache-zu-Text-Anwendungen (STT). Dies kommt nicht nur der Weiterbildung, sondern auch der Qualität und der Aufzeichnung zugute. Versicherungsunternehmen** müssen zum Beispiel sicherstellen, dass die Kommunikation bei der Akquise "abgehört, kopiert und exportiert werden kann, ohne dass die Originalaufzeichnung verändert oder gelöscht wird". Auch in der Bankenwelt (MiFID2) wird der Compliance-Nachweis durch die Abfrage von aufgezeichneten Gesprächen erleichtert.

KI kann auch die Überwachung in dem Sinne übernehmen. Sie kann mit Hilfe von Stimmungsanalyse Nachrichten und Gespräche auf erste Anzeichen von Kundenunzufriedenheit überprüfen. In jeder Phase der Kundenbeziehung kann KI das Verständnis verbessern und den richtigen Zusammenhang vermitteln. Das ist sogar so wichtig, dass einige Unternehmen, wie z.B. Banken, den Funktionsreichtum der KI auf alle Mitarbeiter des Unternehmens ausweiten wollen, egal ob sie Agenten sind oder andere Aufgaben erfüllen.

Jean-Denis Garo, **Head of Product Marketing bei Odigo**

*Unabhängige Marktforschung, durchgeführt von Davies Hickman Partners im Juni 2022 für Odigo unter 1.035 europäischen Führungskräften in Belgien und den Niederlanden, Frankreich, Deutschland, Spanien und dem Vereinigten Königreich.

**Verordnung Nr. 2022-34 vom 17. Januar 2022 über Werbeanrufe bei Versicherungen.

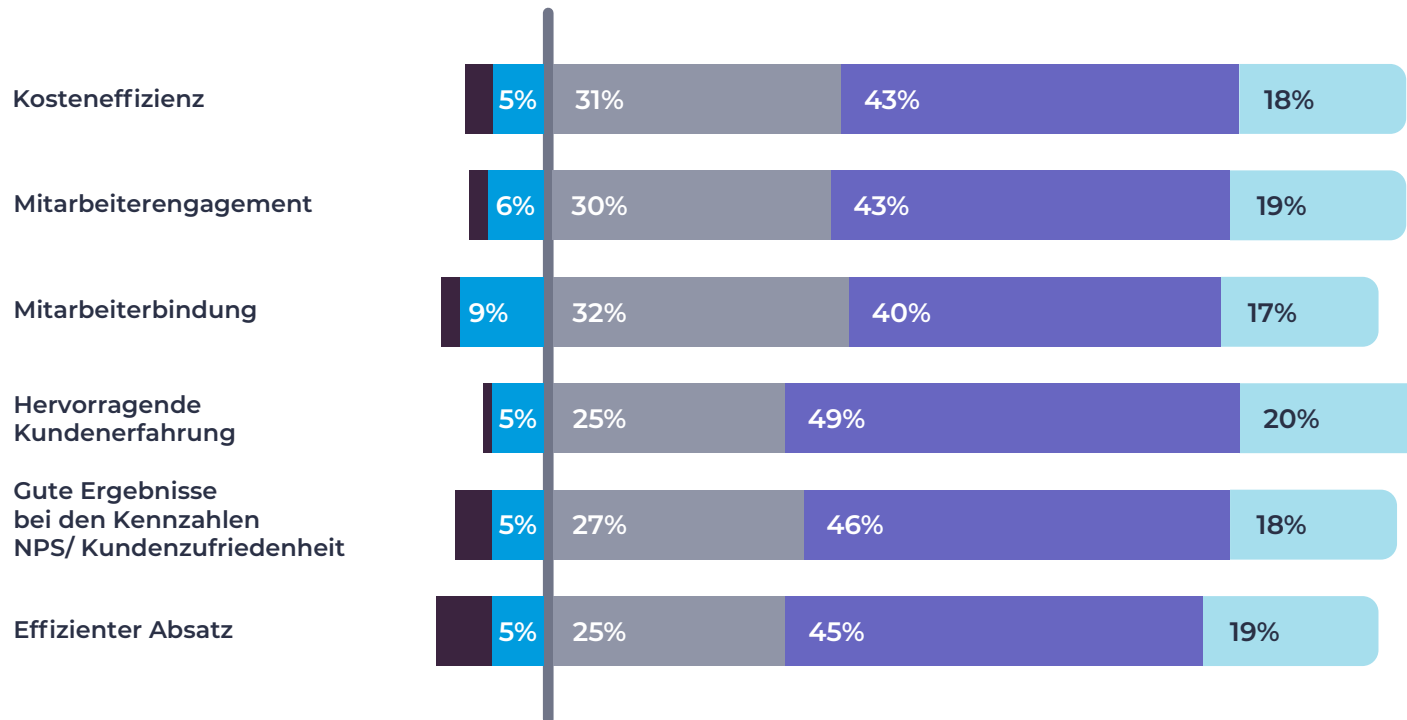


Im Jahr 2022 kommen die meisten europäischen Geschäftsführer zu dem Schluss, dass ihre Contact Center besser werden könnten

4 von 5 Befragten geben an, dass die Leistung ihres Contact Centers in 6 Bereichen verbessert werden könnte: Kosteneffizienz, Mitarbeiterengagement, Mitarbeiterbindung, Customer Experience, hohe NPS/CSat-Werte und erfolgreicher Verkaufsabschluss. Die Ziele von Contact Center und Customer Experience können erreicht werden, wenn alle sechs Bereiche berücksichtigt werden.

- **Branchenführend**
bestmöglicher Erfolg
- **Größerer Marktteilnehmer**
möglicherweise verbesserungsfähig
- **Mittelgroßer Marktteilnehmer**
könnte besser sein
- **Schwacher Marktteilnehmer**
unterhalb des Branchenstandards
- **Weiß nicht**

Wie beurteilen Sie den Betrieb des Contact Centers in Ihrem Unternehmen in Bezug auf ...?

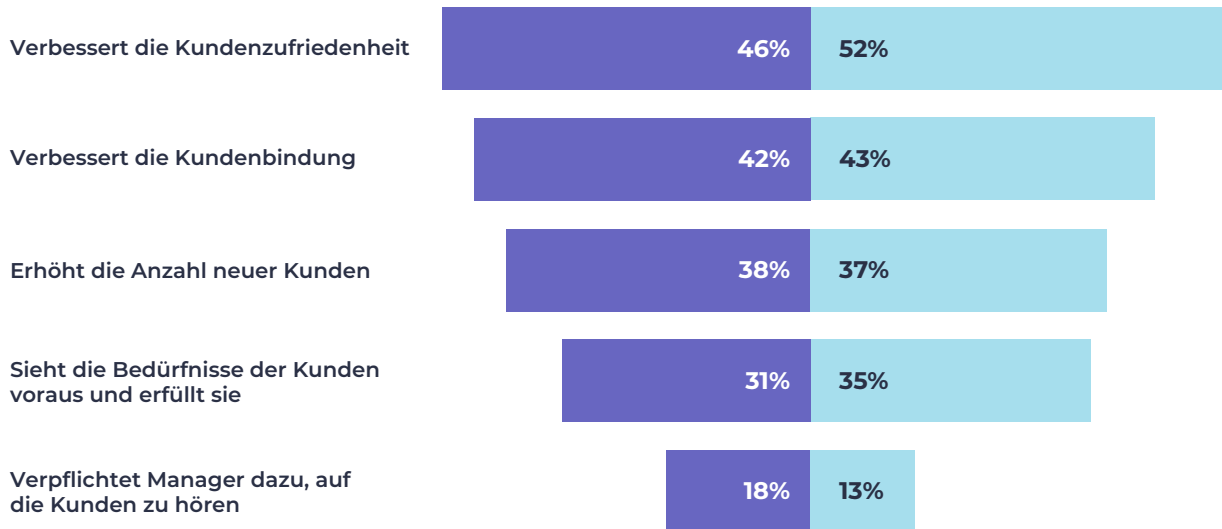


Es gibt 6 Wege ein Contact Center durch den KI-Einsatz zu verbessern

1. Ermittlung von verbesserungsbedürftigen Bereichen

Wenn Unternehmen in KI im CX-Bereich investieren, legen sie großen Wert auf die Steigerung ihrer Kundenzufriedenheit und ihres Umsatzes.

Was ist Ihrer Meinung nach der/die wichtigste(n) Geschäftswert(e) für Ihr Unternehmen, wenn Sie in KI investieren, um die Customer Experience (CX) zu verbessern? In KI zu investieren...



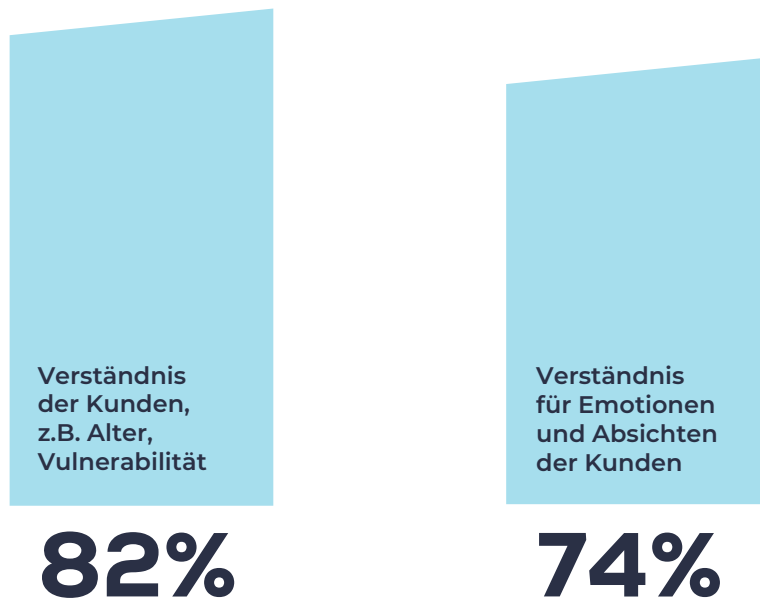
● 2021 ● 2022





2. Einsatz von KI zur Ergänzung des Kundenkontexts

Europäische Manager wollen mehr über ihre Kunden wissen, um ihnen zunehmend personalisierte Erlebnisse bieten zu können. Besonders hoch sind die Erwartungen an zwei Bereiche, die helfen können, eine einfühlsame Beziehung aufzubauen:



Inwieweit können KI-Technologien Ihrer Meinung nach dazu beitragen, die folgenden Ziele im Bereich Customer Experience für Ihr Unternehmen zu erreichen? Antworten Sie: Weitgehend und im gewissen Umfang.





3. Einsatz von KI zur Reduzierung des Kundenaufwands

Kundenaufwand ist ein **wichtiger Faktor** für Loyalität und Führungskräfte sind sehr daran interessiert, die Kundeninteraktion zu vereinfachen. Die große Mehrheit war sich einig, dass KI in zwei Bereichen von Nutzen sein kann:

Erkennen,
Zuordnen
und Routen
von Anfragen
und Problemen
von Kunden
an den richtigen
Agenten

89%

Überprüfung
und Identifikation
von Kunden,
die Unternehmen
kontaktieren

88%

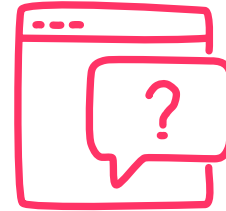
Inwieweit können KI-Technologien Ihrer Meinung nach dazu beitragen, die folgenden Ziele im Bereich Customer Experience für Ihr Unternehmen zu erreichen? Antworten Sie: Weitgehend und im gewissen Umfang.

4. Unterstützung der Contact Center-Mitarbeiter durch KI

Die Einstellung und Bindung von Contact Center-Agenten ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für Unternehmen. Ein unterstützendes und ansprechendes Arbeitsumfeld hilft nicht nur hierbei, sondern führt auch zu einer besseren Customer Experience. Aus Sicht der befragten Manager gibt es mehrere Möglichkeiten, wie KI dabei helfen kann:



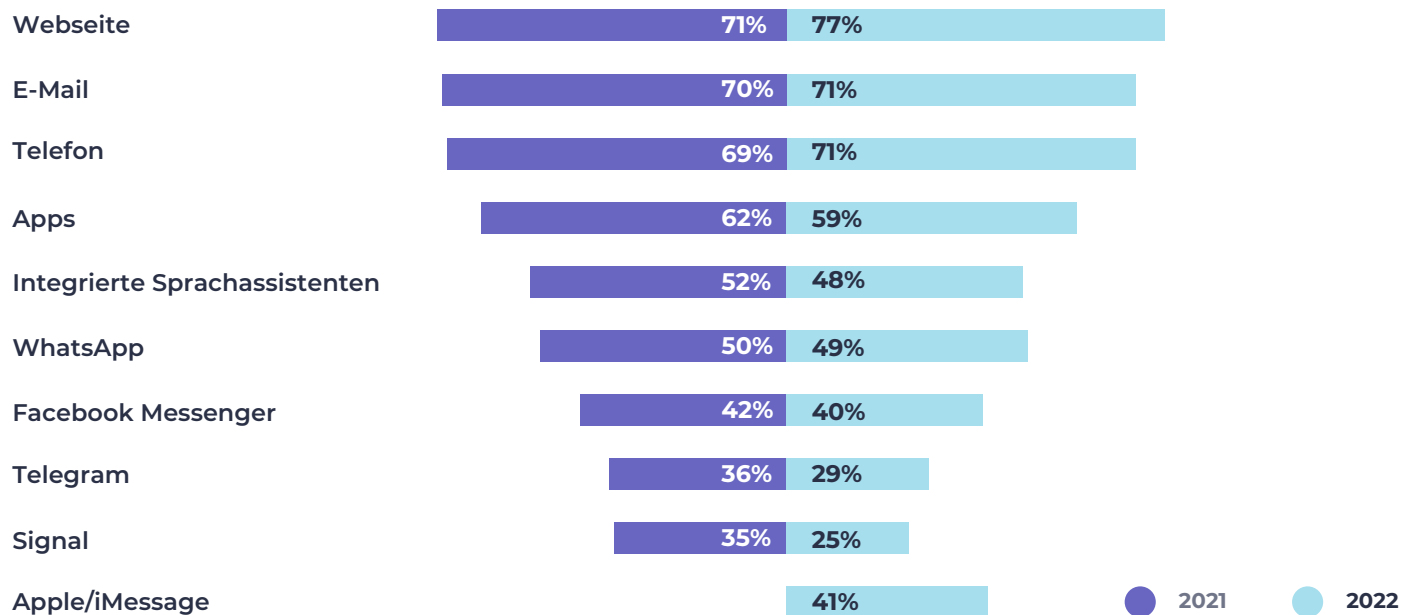
Inwieweit können KI-Technologien Ihrer Meinung nach dazu beitragen, die folgenden Ziele im Bereich Customer Experience für Ihr Unternehmen zu erreichen? Antworten Sie: Weitgehend und im gewissen Umfang.



5. Optimierte Nutzung mehrerer Kanäle dank Self-Service-Bots

Die befragten europäischen Unternehmer wollen Service-Bots über ihre verschiedenen Kanäle hinweg einsetzen. Dadurch lässt sich die Effizienz verbessern und Kunden können schnell und einfacher Antworten auf ihre Fragen erhalten.

Nutzt Ihr Unternehmen Service-Bots (Sprach- oder Textbots) für den Kundendienst in den folgenden Kanälen oder ist es bereit, diese einzusetzen? Antworten mit Ja

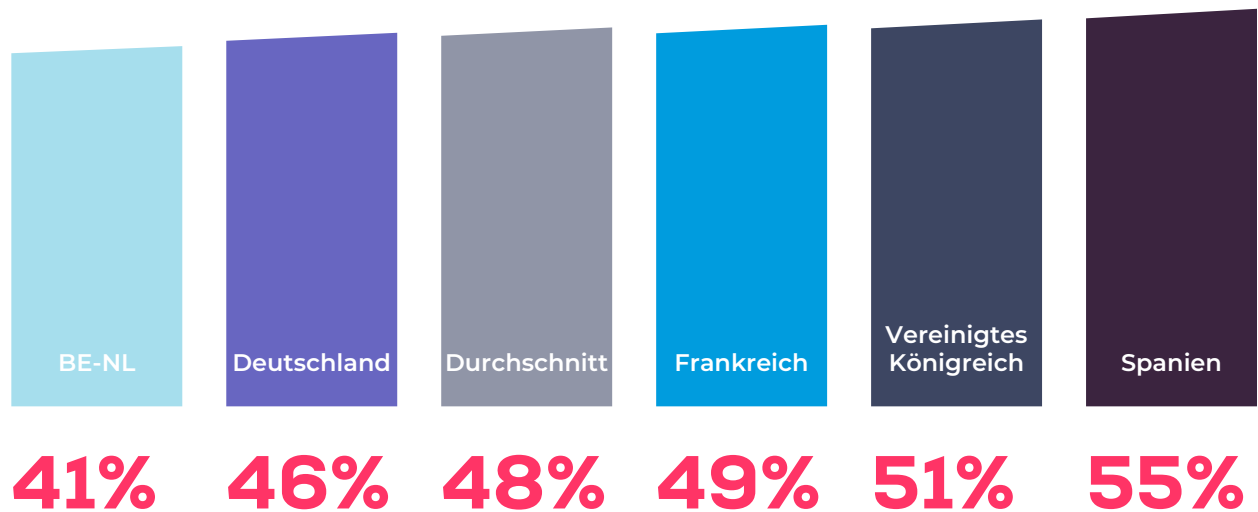




6. Antizipation von Kundenbedürfnissen durch KI-Analysen

Führungskräfte in Spanien (55%) und Großbritannien (51%) glauben am ehesten, dass KI-Technologien bei der Analyse von Kundendaten helfen, um vorausschauend zu denken, Einblicke in die Kunden zu gewinnen und proaktiv zu handeln.

Inwieweit können KI-Technologien Ihrer Meinung nach dazu beitragen, die folgenden Ziele im Bereich Customer Experience für Ihr Unternehmen zu erreichen? Analyse von Kundendaten für zukünftige Planung, Kundeneinblicke und proaktive Maßnahmen. Antwort: Weitgehend.



Großes Potenzial bringt große Verantwortung mit sich.

Diese E-Book-Serie zeigt, dass jede zweite Führungsperson der Meinung ist, dass für KI, genau wie für Menschen, gesorgt werden muss.

Unternehmen müssen sich für ihre KI-Projekte engagieren und darauf abzielen, alle Kunden und Mitarbeiter zu unterstützen.

KI ist kein "einfacher" Ersatz für Agenten oder eine umfassende CX-Strategie und sollte auch nicht als solcher verwendet werden.



Wichtige Fakten und zukünftige Schritte



Fazit Nr. 1:

Mehr als 75 % der Befragten sehen zumindest ein gewisses Verbesserungspotenzial in allen Bereichen ihres Contact Center-Geschäfts.

Fazit Nr. 2:

Investitionen in KI werden zunehmend als positive Geschäftsstrategie und nicht als reaktive Strategie angesehen. Nur 13%, also 5% weniger als 2021, sind der Meinung, dass KI-Investitionen darauf zurückzuführen sind, dass die Unternehmensleitung gezwungen ist, auf ihre Kunden einzugehen.

Fazit Nr. 3:

Ein Hauptziel für den Einsatz von KI ist es, das Leben der Kunden zu erleichtern, indem der Service mit erweiterten Analysen, vereinfachter Identitätsprüfung und proaktivem Service individuell angepasst wird.

Fazit Nr. 4:

Der Einsatz von KI zur Unterstützung von Agenten wird sehr positiv bewertet. Dies unterstreicht den Synergieeffekt und den Ansatz, dass es besser ist, beides zu nutzen.



Zukünftige Schritte für einen besonnenen KI-Investment im CX-Bereich

Contact Center as a Service (CCaaS)-Lösungen bieten KI an, und Odigo ist mit über 3 Milliarden Interaktionen pro Jahr über mehrere Kanäle hinweg und über 150.000 aktiven Benutzern der führende Anbieter. Unsere KI-gestützte Lösung hilft derzeit Anwendern in Contact Centern auf der ganzen Welt in allen in diesem E-Book genannten Kernbereichen:

- Natural Language Understanding (NLU + semantische Analyse) sowie Stimmungsanalyse helfen bei der Feinabstimmung des Kundenverständnisses für qualitativ hochwertige maßgeschneiderte Services.
- Eine der besten Routing-Engines auf dem Markt nutzt Qualifikationsdetails, um Kunden mit dem richtigen Agenten zusammenzubringen und so den ersten Kontakt schneller zu lösen.
- Cloud-basierte Funktionen unterstützen Agenten, unabhängig vom Standort, und bringen Teams für Coaching, Entwicklung und einen universellen Standard der Kundenbetreuung zusammen.
- Omnichannel-Bots bieten rund um die Uhr KI-gestützten Kundensupport über mehrere Kanäle hinweg.

Odigo bietet Ihnen eine langfristige und kompetente Unterstützung beim Wandel Ihres Contact Centers. Wir verfügen sowohl über eine passende Lösung als auch über eine Reihe von Support-Services, mit denen Sie das Potenzial Ihres Unternehmens voll ausschöpfen können. *Unabhängige Marktforschung von Davies Hickman Partners vom Juni 2022 und April 2021:

Im Jahr 2022 beantworteten 1.035 Unternehmensleiter eine Online-Umfrage in Belgien, den Niederlanden, Frankreich, Deutschland, Spanien und Großbritannien. Im April 2021 1.007 Unternehmensleiter

Fachbereiche: Vertrieb & Marketing, Betrieb, Logistik, IT, HR, Finanzen, Führung, etc.

Dienstgrade: C-Level, Direktor und Management

Kontaktieren Sie uns



Über Odigo

Odigo stellt Contact Center as a Service (CCaaS)-Lösungen bereit, die die Kommunikation zwischen Unternehmen und Menschen vereinfachen - dank einer globalen Omnichannel-Management-Lösung. Unser innovativer, auf Empathie und Technologie basierender Ansatz ermöglicht es Marken, durch menschliche Interaktionen mit Kunden zu kommunizieren und zugleich das volle Potenzial digitaler Möglichkeiten auszuschöpfen. Als Pionier auf dem Markt für Customer Experience (CX) erfüllt das Unternehmen die Anforderungen von mehr als 250 großen Unternehmenskunden in über 100 Ländern.

Besuchen Sie uns:
www.odigo.com/de

Kontaktieren Sie uns:
contact.de@odigo.com



Odigo



Odigo



@odigo



@odigo_tm

Dieses Dokument enthält Informationen, die geschützt oder vertraulich sein können, und ist geistiges Eigentum von Odigo. Copyright © 2023 Odigo. Alle Rechte vorbehalten.



Customer experience
inspired by empathy,
driven by technology