

WHITEPAPER

VIER



KI IM KUNDENSERVICE

10 Tipps für die Praxis

10 TIPPS ZU KI IM KUNDENSERVICE

1. DIESE PROBLEME KANN KI LÖSEN:

Eintönige, einfache Aufgaben unterfordern auf Dauer die Mitarbeiter:innen. Das führt zu Fehlern und Frust.

2. DAFÜR LÄSST SICH KI GUT NUTZEN:

Bots und KI übernehmen wiederkehrende, einfache Aufgaben und erleichtern so die Automatisierung.

3. SO GELINGT DER EINSTIEG IN KI:

Beginnen Sie mit kleinen Schritten – ohne finanzielles Risiko – und entdecken Sie die Möglichkeiten.

4. AUF DIE RICHTIGE KI-STRATEGIE KOMMT ES AN:

Ermitteln Sie zuerst den Ist-Zustand und konkretisieren Sie Ihre Ziele – so finden Sie den richtigen Einstieg.

5. IHR EINSPARPOTENZIAL:

Werfen Sie einen genauen Blick auf Art und Anzahl der Kundenanfrage und stellen Sie fest, wie hoch der Anteil ist, der sich automatisieren lässt.

6. DIESE TECHNISCHEN VORAUSSETZUNGEN SIND ZU ERFÜLLEN:

Der Aufwand richtet sich nach den jeweils anzubindenden Systemen: CRM, ERP, ACD, E-Mail-Bearbeitung etc.

7. KEINE IMPLEMENTIERUNG OHNE AUFWAND:

Der Implementierungsaufwand ist davon abhängig, wie flexibel die bereits vorhandene Software ist.

8. HOSTING ON PREMISES ODER CLOUD – DARAUF KOMMT ES AN:

Ihre KI-Lösung sollte stets technisch auf dem neuesten Stand, flexibel anpassbar und natürlich sicher sein!

9. WICHTIG: DIE DATENSPEICHERUNG

Gehen Sie auf Nummer sicher und schützen Sie Ihre Daten bestmöglich. Legen Sie Wert auf die Einhaltung der Vorgaben der DSGVO!

10. DIE ERSTEN ERGEBNISSE!

Wann Sie erste Erfolge sehen, hängt u.a. von der Menge der verfügbaren Daten ab. Doch KI lernt ständig weiter – und wird damit auch immer besser.

KI IM KUNDENSERVICE - 10 TIPPS FÜR DIE PRAXIS

Im Kundenservice dreht sich täglich sehr vieles um einfache Fragen zu einer Bestellung, einer Adressänderung, zu Zahlungsarten, der Lieferung einer Ware etc. Für die Beantwortung solcher Standardfragen sind qualifizierte Mitarbeiter:innen zuständig, die aufgrund der schiereren Menge solcher Anfragen oft nur wenig bis keine Zeit für komplexe oder aufwändige Vorgänge haben.

Kein Wunder also, dass Automatisierung und KI-Integration die großen ToDos in vielen Unternehmen sind! Doch wann und wie lohnt sich die Einführung einer KI-Lösung eigentlich? Wie aufwendig ist die Implementierung? Wie verbessere ich damit die Customer Experience?

Standardanfragen machen erfahrungsgemäß 50 bis 60 Prozent der Gesamtanfragen in Serviceabteilungen aus. Viele Unternehmen entschließen sich deshalb dazu, den Kundenservice durch den Einsatz von KI, konkret durch die Integration eines textbasierten und/

oder voicebasierten Bots, zu entlasten. Dabei stellen sie sich Fragen wie „Lohnt sich die Investition in KI für unsere Kundendialoge?“, „Wie finde ich die beste KI-Strategie für mein Contact Center?“ oder „Wie aufwendig ist die Implementierung eines Bots und wie läuft sie konkret ab?“

MIT UNSEREN 10 TIPPS „KI IM KUNDENSERVICE“ GEBEN WIR IHNEN EINEN PRAXIS-ERPROBTEN RATGEBER AN DIE HAND.

Wir zeigen Ihnen, welche Überlegungen und Schritte notwendig sind, um Künstliche Intelligenz in die eigenen Unternehmensprozesse erfolgreich zu integrieren und welche Möglichkeiten und Potenziale sich erschließen. Denn durch KI gewinnen Sie relevante Erkenntnisse und verstehen Interaktionen besser – an jeder Stelle der Customer Journey. So entsteht kundenfreundliche Automatisierung!

Ihr **Rainer Holler**, CEO VIER GmbH



VIER

1

DIESE PROBLEME KANN KI LÖSEN

IN ERSTER LINIE KANN EINE KI DEN KUNDENSERVICE ENTLASTEN.

Dieser soll weniger Zeit mit monotonen Standardanfragen verbringen und sich auf komplexe Fragen konzentrieren, bei denen der Kunde mit Menschen sprechen möchte und Empathie zählt, wie etwa im Beschwerdemanagement oder bei komplexen Prozessen. Durch den Einsatz KI-basierter Lösungen können Telefondialoge und die Bearbeitung von Non-Voice-Kontakten teilweise oder vollständig automatisiert werden.

AUTOMATISIERUNG ERMÖGLICHEN

Bots liefern beispielsweise Sofort-Antworten und lösen Anliegen beim ersten Kontakt. Einsetzbar sind Bots für die fallabschließende Bearbeitung von Chat-Nachrichten, die Beantwortung häufig gestellter Fragen, die

Vorqualifizierung eingehender Chat-Nachrichten und Weiterleitung an den:die richtige:n Mitarbeiter:in bei komplexen Sachverhalten und die selbstständige Durchführung von Stammdatenänderungen. Ein Voicebot nimmt zudem Telefonanrufe in Empfang und versteht mithilfe leistungsstarker Technologien in den Bereichen Spracherkennung und Sprachanalyse das Anliegen des Anrufers und dessen Stimmung bzw. Sentiment.

SMARTE ASSISTENZLÖSUNGEN

Hinzu kommen smarte Assistenzlösungen, die die Mitarbeiter:innen bei der Bearbeitung unterstützen. Voicebasierte Botsysteme sind z. B. in der Lage, Inhalte einer Anfrage nicht nur zu erkennen, sondern auch sofort in datenführende Systeme zu transkribieren und passende Informationen zum jeweiligen Anliegen zur Verfügung zu stellen.

WORKFLOWS OPTIMIEREN

Besonders innovative Lösungen sind zudem in der Lage, im Anschluss an eine Bearbeitung weitere Prozessschritte automatisch auszulösen. Dazu gehört etwa die Anlage einer Akte, die Informationsweitergabe an Spezialisten oder Terminvereinbarungen. Weitere Möglichkeiten für einen automatisierten, lösungsorientierten Kundendialog sind die Identifizierung oder Vorklassifizierung von Kundenabsichten/Intent, Adresserfassung, Erkennung von Kunden- und Bestellnummern, automatisches Routing an die richtige Stelle auf Basis kurzer Dialoge, Erteilung von Statusauskünften, Transkription der Konversation in Echtzeit und die automatische Stammdatenänderung in Backend- bzw. Drittsystemen.

FEHLER VERMEIDEN

Der Grad der Entlastung ist daran gekoppelt, wie hoch die Automatisierung durch die KI jeweils möglich und erwünscht ist. Im Gegensatz zum Menschen beantwortet die KI definierte Standard-Kundenanfragen natürlich auch 24/7. Unternehmen, die ihre First Response Rate erhöhen wollen, finden hier Unterstützung. Insgesamt wird der Kundenservice reaktiver, schneller und präsenter.

Zudem lassen sich die sonst typischen Fehler, etwa bei der händischen Übertragung von Informationen, vermeiden.

KI-BASIERTE ASSISTENZLÖSUNGEN UNTERSTÜTZEN MITARBEITER:INNEN AUF UNTERSCHIEDLICHEN WEGEN. Egal, ob sie Informationen zu Produkten oder bekannten technischen Problemen zur Verfügung stellen, die Stimmung des:der Kund:in analysieren oder Prozesse automatisieren – Das Resultat ist: Mehr Effizienz im Kundenservice, eine höhere Agent- und Customer Experience!

2 DAFÜR LÄSST SICH KI GUT NUTZEN

UNTERNEHMEN, DIE EIN GROSSES VOLUMEN AN STANDARDANFRAGEN IM KUNDENSERVICE BEARBEITEN MÜSSEN, STELLEN EINE KLASSISCHE ANWENDUNGSUMGEBUNG DAR.

Einfache Fragen zu Einstellungen, wie „Wie kann ich mein Passwort ändern?“ oder zu Statusauskünften, wie „Wo ist mein Paket?“ binden oft einen beachtlichen Teil der Ressourcen im Kundenservice. Ein anspruchsvollerer Anwendungsfall ist hingegen eine Stammdatenänderung. Dabei müssen persönliche Daten direkt im CRM-System nahezu in Echtzeit aktualisiert werden. Hier ist KI im Durchschnitt schneller und präziser als der Mensch und damit optimal für den Einsatz geeignet. Grundsätzlich kann KI bei derartigen Anwendungsfällen auf verschiedenen Ebenen automatisieren – die KI

kann das Routing von Anfragen verfeinern, den Serviceteams bereits dynamische Antwortvorschläge liefern oder Anfragen sogar komplett automatisch abwickeln.

QUALITÄTSSICHERUNG

KI ermöglicht beispielsweise auch die Qualitätssicherung des Dialogs an sich: Durch den Einsatz von Sprachanalyse und Interaction Analytics stellen Sie sicher, dass wichtige Dialogbestandteile auch gesagt werden, etwa die vereinbarte Begrüßungs- und Verabschiedungsformel, Sollphrasen wie „Kann ich noch etwas für Sie tun?“ und die Ansprache der Kund:innen mit ihrem Namen. Sprachanalyse stellt fest, wenn Mitarbeiter:innen immerzu ins Wort, bleiben. Gezieltes Coaching kann dann dieses Störfeuer beenden und die

Kundenzufriedenheit deutlich erhöhen. Umgekehrt ermittelt Sprachanalyse, wenn zu lange Sprechpausen Unsicherheit oder Desinteresse ausdrücken und den Anrufer verunsichern.

GEMEINSAMER WORKSHOP

Welche Geschäftsvorfälle in der Praxis tatsächlich für die Automatisierung oder eine Assistenzlösung geeignet sind, lässt sich beispielsweise in einem Workshop ermitteln. Dabei sollten auch weitere Themen, wie die mögliche Anbindung von vorhandenen Backend-Systemen sowie die Nutzung aus der Cloud oder On-Premises, betrachtet werden.


AUTOMATISIERUNG DURCH KI hilft dabei, den Kundenservice besser zu organisieren und enger am Kund:in auszurichten. KI-basierte Lösungen können die Customer Experience kanalübergreifend verbessern und die Effizienz der Bearbeitung nachhaltig steigern.

3 SO GELINGT DER EINSTIEG IN KI

TOOLS DER KÜNSTLICHEN INTELLIGENZ EIGNEN SICH GRUNDSÄTZLICH FÜR JEDEN KOMMUNIKATIONSKANAL – E-MAIL, CHAT ODER TELEFON.

Doch der Einsatz von KI umfasst mehr, als „nur“ die Entscheidung für den Einsatz eines Chatbots auf der Webseite oder den Ersatz einer klassischen IVR durch einen Voicebot. Das Ziel beim Einsatz von KI ist es, die digitale Kompetenz der Mitarbeiter:innen zu steigern und Mitarbeiter:innen von repetitiven Aufgaben zu entlasten. Diese haben dann mehr Zeit für schwierige, verantwortungsvolle und werthaltige Aufgaben. Es geht um Automatisierung und um die Möglichkeit, Prozesse und Bearbeitungsabläufe zu beschleunigen. Die Empfehlung dabei ist, stets mit kleinen Schritten anzufangen und die Möglichkeiten

zu entdecken. Das ist ohne finanzielles Risiko. Sie können also zuerst einen Bot nutzen, um Zählerstände automatisiert zu erfassen. Oder Sie nutzen KI zuerst zur Qualitätssicherung, etwa in Form einer Sprachanalyse, die die Einhaltung bestimmter Vorgaben für die Kommunikation überprüft. Oder Sie starten mit einer KI-Lösung, die Auskunft über die Wirkungsweisen von Kommunikation gibt und Ihnen hilft, beispielsweise E-Mails besser zu formulieren und den Vertriebserfolg zu erhöhen. Die Entscheidung, wo Sie KI zuerst nutzen, richtet sich also nicht einfach danach, welche Kontaktkanäle Sie Ihren Kund:innen anbieten, sondern danach, wie Ihr Business Case aussieht und an welcher Stelle der Vorteil beim KI-Einsatz am spürbarsten ist.



BEIM EINSATZ VON KI-LÖSUNGEN fließen die Trainings-Ergebnisse des einen Kanals in den Lernprozess der anderen Kanäle ein. Die Optimierung pflanzt sich damit stetig fort.

4 AUF DIE RICHTIGE KI-STRATEGIE KOMMT ES AN

Anhand der vorhandenen Daten, Systeme, Systemanforderungen, Service-Mitarbeiter:innen, Wartezeiten – um nur ein paar Kennzahlen zu nennen – wird zunächst ein Ist-Zustand ermittelt.

Der KI-Experte kann dann anhand dessen sämtliche Möglichkeiten für eine Automatisierung darlegen. In Kombination mit der Business-Strategie und den individuellen Anforderungen des Unternehmens entstehen dann Ziele für den Kundenservice, die entsprechend den Kundenanfragen agil angepasst werden können. Von Unternehmen häufig genannte Ziele sind die Optimierung der First Response Time

und First Contact Resolution Rate, des Cost per Ticket sowie die kanalübergreifende Standardisierung der Servicequalität, alles im Sinne eines ganzheitlichen Kundenerlebnisses.



ZIELE EINES GANZHEITLICHEN KUNDENERLEBNISSES



Optimierung der First Response Time und First Contact Resolution Rate



Optimierung des Cost per Ticket



Kanalübergreifende Standardisierung der Servicequalität

5 IHR EINSARPOTENZIAL

Mitarbeiter:innen im Contact Center sind sowohl mit steigenden Kundenerwartungen konfrontiert, als auch mit verschiedensten Kontaktkanälen und datenführenden Systemen. Hinzu kommen höchst unterschiedliche Anliegen, viele einfache und manche hochkomplexe. Dies alles zu bewältigen ist eine Herausforderung.

UNTERSTÜTZUNG KOMMT VON KI-BASIER- TEN BOTS UND ASSISTENTEN.

Stimmungs- und intent-abhängiges Routing kann z. B. einfache, repetitive Anfragen von komplexen Anliegen oder gut gestimmte Kund:innen von wütenden Kündigern unterscheiden. Unternehmen und Organisationen, die KI für ihre Unternehmensplattformen nutzen möchten, können zudem Voicebots einsetzen, um Mitarbeiter:innen bei telefonischen Standardanfragen zu entlasten und bei komplexen Anfragen zu unterstützen.

Die Digitalisierung der Sprachdialoge kann bei reduzierten Kosten zu einem besseren Erlebnis für Kund:innen und Mitarbeiter:innen führen, was die Zufriedenheit auf beiden Seiten erhöht. Denn Voicebots arbeiten rund um die Uhr und sind beliebig skalierbar. Doch wie viel Optimierungspotenzial und Zeitersparnis bringt das in der Praxis? Um das herauszufinden, ist zunächst ein genauer Blick auf die Art und Anzahl der Anfragen nötig: Wie viele einfache, wiederkehrende Anfragen, wie Abokündigungen, Adressänderungen, Fragen zu Rücksendungen oder Öffnungszeiten werden in einem bestimmten Zeitraum bearbeitet? Anhand bestehender Projektdaten lässt sich z. B. belegen, dass die vollautomatisierte, fallabschließende Vorgangsverarbeitung einer eingehenden E-Mail mittlerer Komplexität eine durchschnittliche Zeitersparnis von 20 Minuten bringt, eine teilautomatisierte, bei der die KI als Echtzeit-Assistenz agiert, spart 7,5 Minuten. Daraus lässt sich individuell errechnen,

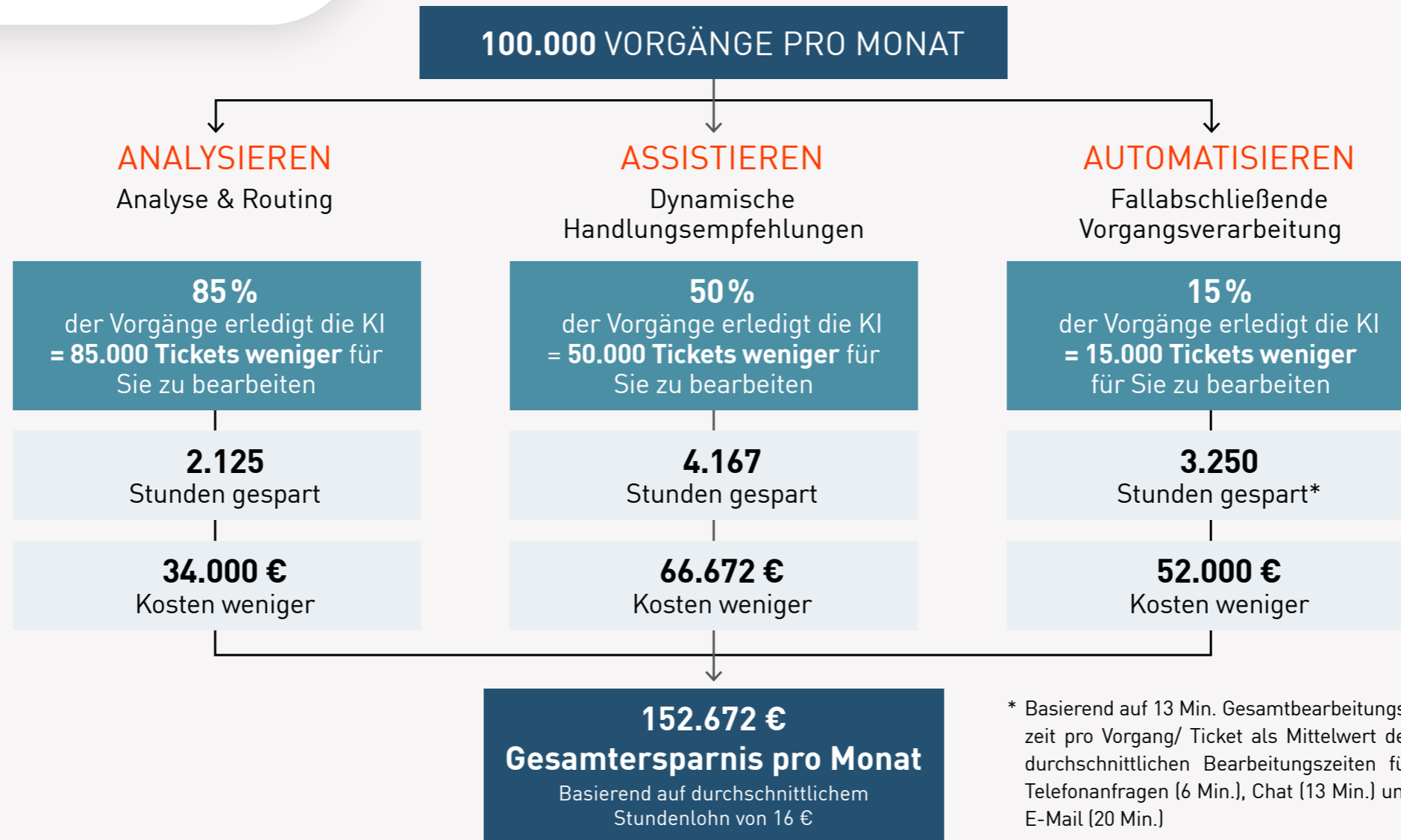
wie viele Arbeitsstunden monotoner Arbeit wegfallen, die dann für die Bearbeitung anspruchsvollerer Anfragen genutzt werden können. Das erhöht die Qualität im Kundenservice nachweislich. Erfahrungsgemäß machen Standardanfragen ca. 50 bis 60 Prozent der Gesamtanfragen aus. Zur konkreten Berechnung des Einsparpotenzials für spezifische

Geschäftsvorfälle kann ein entsprechendes Kalkulationstool hilfreich sein!

Die Digitalisierung von Sprachdialogen kann sowohl Kosten reduzieren als auch zu einer besseren Agent- und Customer Experience führen!



IHR EINSPARPOTENZIAL



* Basierend auf 13 Min. Gesamtbearbeitungszeit pro Vorgang/ Ticket als Mittelwert der durchschnittlichen Bearbeitungszeiten für Telefonanfragen (6 Min.), Chat (13 Min.) und E-Mail (20 Min.)

6 DIESE TECHNISCHEN VORAUSSETZUNGEN SIND ZU ERFÜLLEN

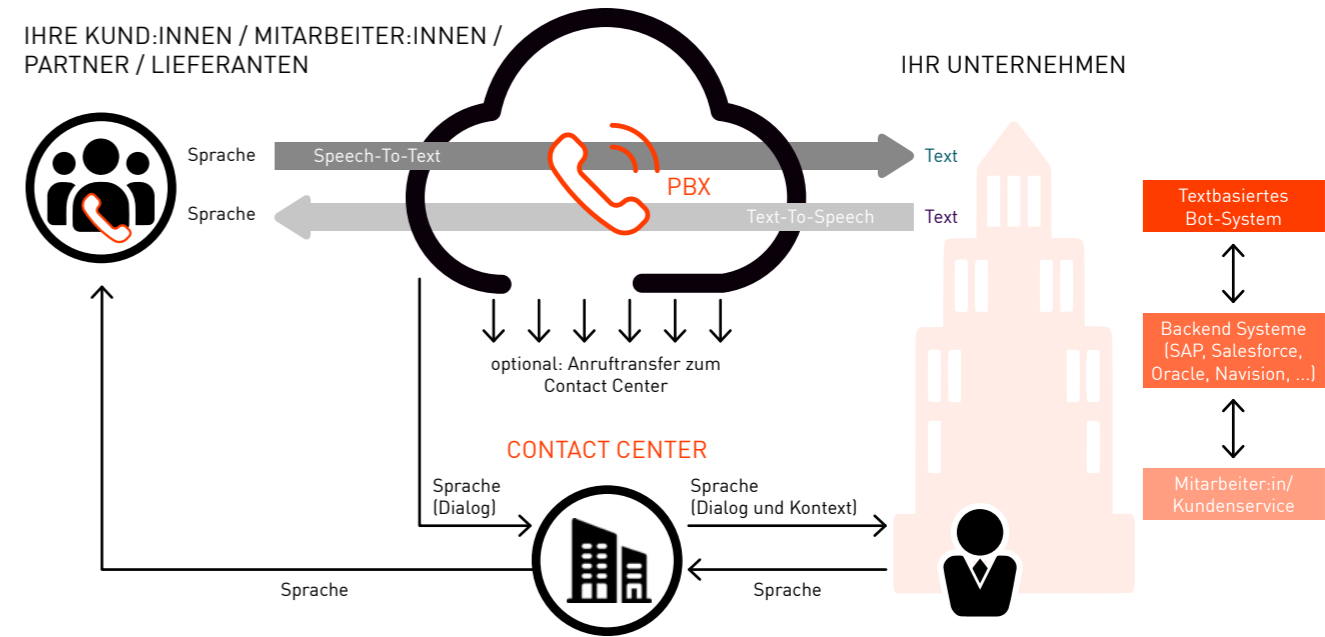
JE NACHDEM, AN WELCHER STELLE DER KUNDENSERVICE DURCH KI ENTLASTET WERDEN SOLL, MUSS DIE KI AN EIN SYSTEM ANGEBUNDEN WERDEN – EIN SYSTEM FÜR CRM, ERP, WISSENSDATENBANK, ACD-, E-MAIL- ODER DIE CHAT-BEARBEITUNG.

Nur durch die Anbindung dieser Systeme können Anfragen fallabschließend und kompetent bearbeitet bzw. nahtlos an Mitarbeiter:innen inklusive der bis dahin gesammelten Informationen übergeben werden. Für den Support im E-Mail-Kanal ist beispielsweise ein Ticketsystem Voraussetzung. Sollen Teile des Chatbots automatisiert werden, erfolgt die Anbindung an ein Live Chat-System. Bei gesprochenem Dialog erfolgt die Anbindung an eine Telefonanlage/ACD. Für die Integration von Voicebots verfügt ein Unternehmen im besten Falle bereits über ein funktionierendes textbasiertes Bot-System.

Dieser Chatbot kann ohne Neukonfiguration und somit ohne erneute Konfigurationskosten für die „Voice-ifizierung“ verwendet werden. Ein weiterer Vorteil ist, wenn eine Datengrundlage existiert, die genutzt werden kann.

Kundenanfragen können fallabschließend bearbeitet oder nahtlos an Mitarbeiter:innen übergeben werden – inklusiver aller bis dahin gesammelten Informationen!

COGNITIVE VOICE SERVICES



7 KEINE IMPLEMENTIERUNG OHNE AUFWAND

DER IMPLEMENTIERUNGSAUFWAND IST IMMER ABHÄNGIG VOM GRAD DER FLEXIBILITÄT DER SOFTWARE, DIE DAS UNTERNEHMEN IM KUNDENSERVICE EINSETZT.

Ein weiterer Faktor ist der konkrete Anwendungsfall, der mithilfe von KI automatisiert werden soll und somit bereits in der Implementierungsphase berücksichtigt werden muss. Eine Statusabfrage, etwa nach dem aktuellen Standort eines Pakets, ist beispielsweise weniger komplex als eine Stammdatenänderung, bei der die KI selbstständig Kundeninformationen in einem angebundenen CRM-System bearbeitet. Grundsätzlich gilt aber: Je mehr Daten in bester Qualität vorliegen, desto einfacher und schneller ist die Implementierung. Vor diesem Hintergrund hat in der Regel schon vor bzw.

nach dem Einsatz des textbasierten Bot-Systems ein umfangreiches Voice Dialog-Design sowie Sprachmodelltraining stattgefunden. Effizienz und Optimierung des Bots werden durch die Mehrkanalnutzung noch beschleunigt, so dass eine stärkere Frequentierung die Lösungsrate der Kundenanfragen zusätzlich steigert.

FRAGEN ZUM EINSATZ EINES VOICEBOTS

- > Welche Sprachen soll der Voicebot abdecken?
- > Wofür dient der Bot konkret – zur Vorqualifizierung oder zur Lösung des Anliegens?
- > Soll eine Übergabe vom Bot an Mitarbeite:innen erfolgen? Falls ja: In welchen Fällen?
- > Wird es zu einem Medienbruch kommen – etwa zur Webseite/zum Online-Shop?
- > Falls ja: In welchen Fällen ist der Medienbruch vorgesehen und sinnvoll?



VOICE INTEGRATION



NLU UND NLP SIND SYSTEME, ÜBER DIE BENUTZER MIT DEM COMPUTER ÜBER NATÜRLICHE MENSCHLICHE SPRACHE INTEGRIEREN KÖNNEN

NLU

- › Erkennen von Sprache und deren Bedeutung
- › Erkennen der Intention und der Stimmung, die beim Gesagten „mitschwingen“
- › Interpretation von Bedeutung durch Kompensation menschlicher Fehler (z. B. vertauschte Buchstaben oder Wörter)
- › Voraussetzung und erster Schritt für NLP: Bevor eine Maschine eine Sprache verarbeiten kann, muss sie zuerst verstanden werden

NLP

- › Spracherkennung: Lesen/Hören, Entziffern, Verstehen und Analysieren von Sprache
- › Extrahieren von Bedeutung
- › Treffen von Entscheidungen und Reaktionen, die auf der Bedeutung des Gesagten basieren
- › Generieren von Informationen in Form von Sprache

STT / TTS

Die Speech-To-Text-Engine wandelt gesprochene Sprache in Text um.
Die Text-To-Speech-Engine verleiht der Antwort des Bot-Systems, welches als geschriebener Text vorliegt, eine Stimme



8 HOSTING ON PREMISES ODER CLOUD – DARAUF KOMMT ES AN

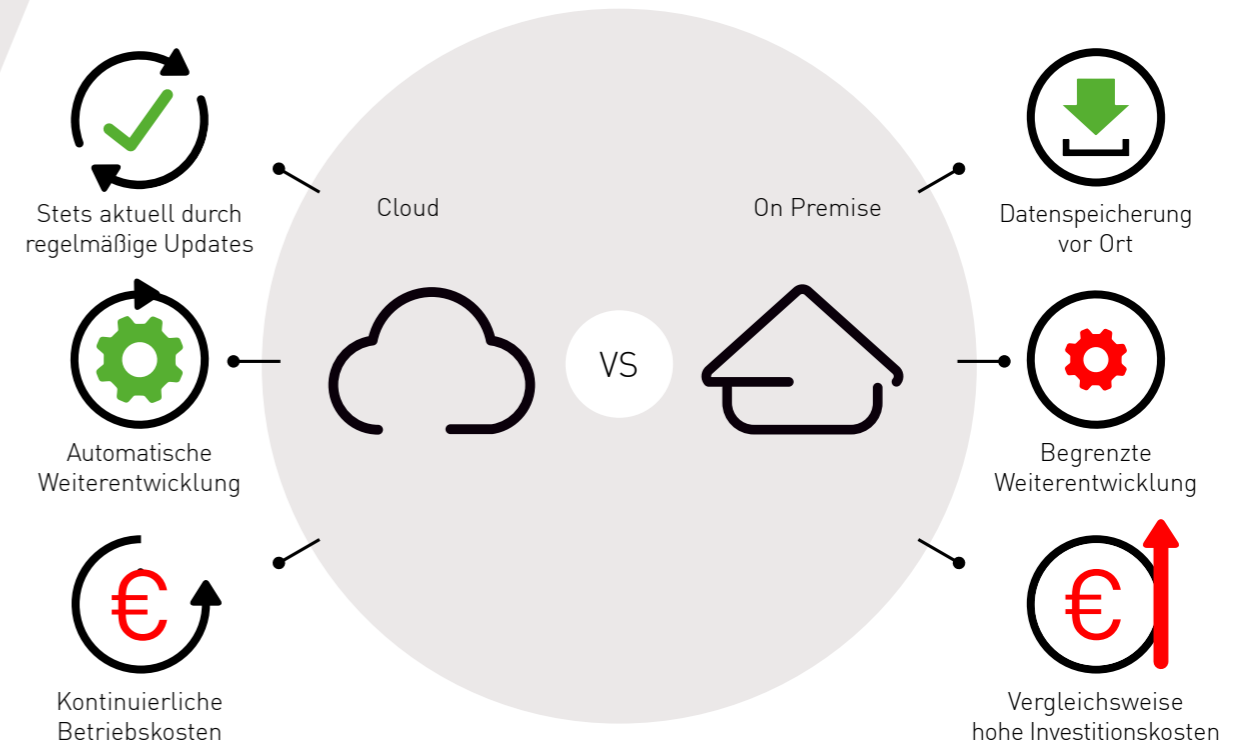
EINE KI ON-PREMISES lernt losgelöst von anderen Verarbeitungsleistungen, praktisch nur anhand der eigenen Ergebnisse und quasi in einer Kapsel.

CLOUD-LÖSUNGEN haben in der Regel den Vorteil, dass sie sich automatisch weiterentwickeln, damit stets auf dem aktuellsten Stand der Technik sind und regelmäßige Updates erfahren. Bei VIER fließen abstrakte Trainingsergebnisse zusammen, mit denen Ihre KI kontinuierlich weiterlernt und damit quasi „schlauer“ ist, als in der eingekapselten Variante.

WICHTIG: In der Cloud werden keine Daten ausgetauscht, sondern nur der intelligente Teil eines Trainingsergebnisses entsprechend dem europäischen Datenschutzgesetz. Die Entscheidung hat aber auch einen finanziellen Aspekt: Im Vergleich zu kontinuierlichen Betriebskosten für das Hosting in der Cloud fallen bei der On-Premises-Variante deutlich höhere initiale Investitionskosten an.

Cloudbasierte Lösungen werden automatisch weiterentwickelt, sind technisch immer auf dem aktuellsten Stand und erfahren regelmäßige Updates. VIER BIETET IHNEN EINEN TECHNOLOGIE-STACK für Kommunikation, Aufgaben- und Dialogverarbeitung an. Diese Komplettlösung ist einzigartig in Europa - deutsche Cloud und lokale Ansprechpartner:innen inklusive.

VERGLEICH HOSTING CLOUD VS. ON PREMISES



9 WICHTIG: DIE DATENSPEICHERUNG

GRUNDSÄTZLICH IST DIE DATENSPEICHERUNG AN EINEM STANDORT INNERHALB DER EU ZU EMPFEHLEN, IDEALERWEISE IN DEUTSCHLAND.

Mit der EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) wurde im Hinblick auf die Sicherheit personenbezogener Daten bereits eine solide Grundlage geschaffen. Der Transfer von Daten zur Speicherung außerhalb der Europäischen Union ist für Unternehmen nur eingeschränkt und im Rahmen der aktuellen

EU-Datenschutzregelungen möglich. Für den Transfer der Daten gelten zudem hohe Sicherheitsstandards: Der KI-Anbieter muss den sicheren Datentransfer auf Basis einer Ende-zu-Ende-Verschlüsselung via SSL gewährleisten. Im Zweifelsfall kann die KI-Lösung direkt im Unternehmen On-Premises erfolgen und damit auch die Speicherung der Daten.

Die EU DSGVO (EU-Datenschutzgrundverordnung) hat hohe Sicherheitsstandards für die Datenspeicherung und den Datentransfer geschaffen.

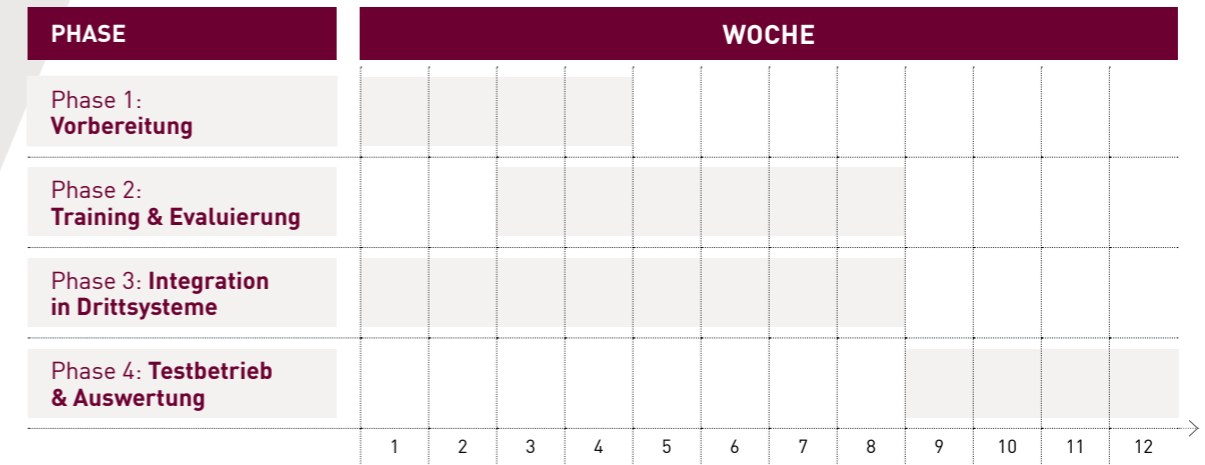


10 DIE ERSTEN ERGEBNISSE!

Unter optimalen Voraussetzungen – das heißt, es liegen viele Daten in guter Qualität aus beispielsweise einem Ticketsystem vor und die Systemlandschaft ist flexibel – können die ersten Automatisierungen bereits nach circa drei Monaten live durchstarten. Im Anschluss daran folgt in der Regel eine Phase, in der das System um weitere zu verarbeitenden Vorgänge sowie weitere Kanäle ergänzt wird. Es gilt: Je größer die Menge der Vorgänge ist, desto besser wird das Ergebnis. Werden im

laufenden Betrieb dann falsch zugeordnete Vorgänge durch Mitarbeiter:innen korrigiert, verbessert dies das Ergebnis zusätzlich. Das System lernt fortlaufend und nutzt dazu historische Erfahrungen. Für eine realistische Erwartungshaltung ist es wichtig zu verstehen, dass die Maschine fortlaufend lernt und damit stetig besser wird. Ähnlich wie beim Menschen dauert dies aber Zeit und die Ergebnisse optimieren sich kontinuierlich.

TIMELINE: IMPLEMENTIERUNG VON KÜNSTLICHER INTELLIGENZ



FAZIT: AUTOMATISIERUNG UND KI BRINGEN DIE CX AUF DREI-STERNE-NIVEAU!

Sind einmal die wichtigen Fragen beantwortet und die anfänglichen Vorbereitungen geschaffen, steht der erfolgreichen Integration eines KI-Systems im Customer Service und damit einer kundenfreundlichen Automatisierung nichts mehr im Wege – nun fehlt nur noch, das volle Potenzial der Omnichannel-Automatisierung auszuschöpfen! Schnelle Auskünfte, ein personalisiertes Serviceerlebnis und optimale

Erreichbarkeit stehen ab jetzt an der Tagesordnung, wenn Ihre Kund:innen mit Ihnen Kontakt aufnehmen. Wenn es um ihre Fragen und Probleme geht, wissen Ihre Kund:innen, dass sie sich auf Sie verlassen können, als zuverlässiger und kompetenter Ansprechpartner. Ob in der Beratung, im Vertrieb oder in der Sachbearbeitung: Intelligente Software hält Ihren Mitarbeiter:innen im Kundenkontakt den Rücken frei, hebt sie individuell auf ein neues Kompetenzniveau und sorgt für eine Customer Experience auf Drei-Sterne-Niveau!

UNTERNEHMENSPROFIL

VIER denkt Kundendialog und Kommunikation neu. Mit den Produktkategorien „enrich“, „engage“ und „evolve“ macht VIER kontaktbasierte Geschäftsvorgänge effizienter. Die Lösungen und Produkte von VIER verbessern die Customer Experience und die User Experience. VIER kombiniert künstliche mit menschlicher Intelligenz, Expertise mit Intuition, jahrelange Erfahrung mit Innovation und Forschung. Ob im Service, Vertrieb oder bei der Sachbearbeitung: Die intelligenten Lösungen von VIER analysieren, assistieren und automatisieren kontaktbasierte Geschäftsvorgänge in allen Branchen. Sie heben Mitarbeiter:innen auf ein neues Kompetenzniveau. Auf der VIER Technologie-Plattform orchestriert das Unternehmen mit seinen Partnern Kommunikation,

Dialog- und Aufgabenverarbeitung. Sie ist die einzige Plattform aus Europa für komplette Ende-zu-Ende-Lösungen – sichere Daten, deutsche Cloud und lokaler Service inklusive!

Die VIER GmbH betreibt neben dem Hauptsitz in Hannover weitere Niederlassungen in Berlin, Hamm und Karlsruhe. Geführt wird das Unternehmen von CEO Rainer Holler.

Weitere Infos unter [vier.ai](https://www.vier.ai)

BIO ÜBER DEN AUTOR RAINER HOLLER

Rainer Holler, Jahrgang 1975, ist CEO der VIER GmbH. Der Diplom-Kaufmann und EMBA Holler will mit VIER den neuen europäischen Standard für Kundeninteraktion setzen und den von ihm eingeschlagenen Wachstumspfad fortsetzen. Um das zu erreichen, legt er großen Wert auf gegenseitiges Vertrauen, Mitwirkung und Transparenz - in Bezug auf Mitarbeiter:innen, Kund:innen und Partner. Er fördert eine Unternehmenskultur, die Freiräume lässt und Fehler verzeiht. Rainer Holler denkt Kundendialog und Kommunikation neu. Unter seiner Führung folgt VIER den Prinzipien der agilen Software-Entwicklung mit eigenverantwortlichen Teams. Mit diesen entwickelt VIER innovative Produkte und orchestriert komplette Ende-zu-Ende-Lösungen aus dem eigenen

Real Time Cloud-Ökosystem, die die Stärken von menschlicher und künstlicher Intelligenz kombinieren und Mitarbeiter:innen in Vertrieb, Marketing, Kundendialog und HR auf ein neues Kompetenzlevel heben.



VIER

VIER GmbH
Hamburger Allee 23
30161 Hannover
Deutschland

Telefon: +49 511 95 73 95 1111

E-Mail: sales@vier.ai

**Hier persönliches
Beratungsgespräch anfragen!**

Mehr über VIER!

