

SPRECHEN SIE SCHON DIE SPRACHE IHRER KUNDEN?

**MULTILINGUALER SERVICE
SORGT FÜR KUNDENBINDUNG
UND SYMPATHISCHES
MARKENIMAGE**



Sprach- & Themenerkennung in über 40 Sprachen

Analyse von mehr als 3.000 Wörtern pro Sekunde

Bis zu 1.000 Dokumente pro Minute

Verarbeitung von über 1 Million Dokumenten pro Tag

Skalierbar für mehr als 5.000 Mitarbeiter gleichzeitig

www.sematell.de

Europa und die Welt wachsen zusammen. Jeden Tag sind Tausende Mitarbeiter global agierender Unternehmen auf Dienstreise. Austauschschüler und Studenten leben für mehrere Monate oder Jahre im Ausland. Neun Millionen Mitbürger in Deutschland haben einen Migrationshintergrund. Wie viele davon waren wohl schon in der Situation, in einem fremden Land oder in einer fremden Sprache den Kundenservice eines Unternehmens in Anspruch nehmen zu müssen? Und wie dankbar wären viele dieser Kunden, wenn sie ihr schriftliches Anliegen in ihrer Muttersprache schildern könnten?

Holländischer Telefonkonzern adressiert türkische Mitbürger in Deutschland

Marketingfachleute haben längst erkannt, welches Verkaufspotenzial erschlossen werden kann, wenn sie ausländische Mitbürger in ihrer Muttersprache adressieren und Produkte auf sie zuschneiden. Sie nutzen seit einigen Jahren gezielt „Ethnomarketing“. Als Vorreiter dieser Disziplin gilt der Mobilfunkanbieter E-Plus, der mit Al Yildiz erfolgreich eine eigene Mobilfunk-Marke für die türkischstämmige Bevölkerung in Deutschland etabliert hatte. Wer dieses Potenzial nutzen will, sollte aber auch dafür sorgen, dass der Kundenservice sowohl in Deutsch als auch in der jeweiligen Sprache der Zielgruppe angeboten wird. Mit ReplyOne geht das für die schriftliche Kundenkommunikation ganz einfach: Die Response-Management-Lösung auf Basis künstlicher Intelligenz analysiert eingehende Anfragen präzise in 42 Sprachen und liefert immer die richtige, individuelle Antwort. Die Softwarelösung erkennt also nicht nur die Sprache, sondern auch den Inhalt einer Anfrage. Damit kann eine passende Antwort als Textbaustein oder komplett vorformuliertes Schreiben gleich in der richtigen Sprache vorschlagen werden.

Plötzlich erfolgreich und weltweit begehrt

Start-ups mögen heutzutage vielleicht in Berlin, Köln oder Wien in einer WG am Küchentisch oder im Wohnzimmer entwickelt werden, aber die meisten denken von Anfang an global.

Mit ReplyOne können Start-ups exzellenten multilingualen Kundenservice zunächst von ihrem Heimatmarkt aus anbieten und damit von Berlin, Köln oder Wien die ganze Welt mit ihrer Geschäftsidee erobern.

Was aber, wenn das Produkt so schnell international begehrt ist, dass man Kundenanfragen aus aller Welt erhält, teilweise in Sprachen, die man gar nicht kennt? Wenn man als Unternehmen von Anfang an den Kundenservice international denkt und eine multilinguale Lösung wie ReplyOne wählt, kann auch ein kleines Serviceteam hocheffizient in vielen Sprachen Service anbieten, insbesondere weil die Beantwortung von „Standardanfragen“ sehr leicht automatisiert werden kann. Auf Wunsch gibt es außerdem für ReplyOne Schnittstellen zu marktführenden Übersetzungslösungen, wenn die Antwort dann doch etwas komplexer ausfallen muss. Wachsen das Unternehmen und die Servicenachfrage, kann ReplyOne spielend skaliert werden. Exzellenten multilingualen Kundenservice können Start-ups so zunächst von ihrem Heimatmarkt aus anbieten und damit von Berlin, Köln oder Wien die ganze Welt mit ihrer Geschäftsidee erobern.

Internationaler Service für globale Unternehmen

„All business is local“ – diese Marketingmaxime haben fast alle global agierenden Unternehmen verinnerlicht. Sie unterhalten eine lokale Verkaufsorganisation, eine Website in Landessprache und nutzen länderspezifische Werbung. Hat die Kundenzahl in einem bestimmten Land eine kritische Größe überschritten, wird meist auch eine lokale Serviceorganisa-

>>



tion aufgebaut oder beauftragt, die Kundenservice in der jeweiligen Landessprache anbietet. Für viele international tätige Unternehmen ist das zwar Tagesgeschäft, im Kundenservice sind Länderorganisationen aber allzu oft noch abgeschottete Informationssilos. Obwohl viele dieser Unternehmen Applikationen wie etwa ERP- oder CRM-Systeme zentral bereitstellen, auf die ihre Länderorganisationen jeweils zugreifen, nutzen viele noch nicht das Potenzial einer zentralisierten, multilingualen Kundenservicelösung für die schriftliche Kundenkommunikation. Qualitätsgeprüfte Content-Erstellung für alle benötigten Sprachen, einheitliche Serviceprozesse und eine Transparenz über Anfragevolumina und wichtigste Themen in den einzelnen Ländern sind nur einige der Vorteile. Auch hier ist ReplyOne die richtige Lösung. Ob der Servicemitarbeiter in Deutschland, Frankreich, Italien, USA oder Mexiko arbeitet, ist dabei sekundär – die Nutzeroberfläche von ReplyOne steht in sechs Sprachen zur Verfügung; die Themenerkennung und die Möglichkeit, diesen Themen vorgefertigte Antworten zuzuweisen, sogar in 42 Sprachen. Darunter sind auch Sprachen, die kein lateinisches Alphabet nutzen, wie beispielsweise Hindi, Mandarin und Japanisch, oder eine andere Schreibrichtung haben, wie zum Beispiel Arabisch oder Hebräisch. ReplyOne

lässt sich darüber hinaus leicht in andere Konzernapplikationen integrieren, sodass Unternehmen alle Vorteile eines vernetzten globalen Kundenservice in Anspruch nehmen können. Unternehmen wie Stepstone oder Carnect nutzen mit ihren Serviceorganisationen die multilinguale Lösung bereits sehr erfolgreich europaweit.

Effizienzvorteil künstliche Intelligenz

Der Markt für Kundenservicemitarbeiter ist seit geraumer Zeit komplett leergefegt. Insbesondere Blended Agents, die mehrere Kommunikationskanäle betreuen können, sind rar. Ein Blended Agent, der auch noch mehrere Sprachen spricht, dürfte zu einer extrem seltenen Exotenspezies zählen. Was also sollten Unternehmen tun, die zwar multilingualen Service anbieten wollen, aber nur sehr begrenzte muttersprachliche Servicekapazitäten vorhalten können? Schon aus ökonomischen Erwägungen sollten knappe Ressourcen immer möglichst effizient eingesetzt werden. Für Kundenservicemitarbeiter heißt das: größtmögliche Systemunterstützung bei der Beantwortung von Anfragen. Und genau hier kann die am Deutschen Forschungsinstitut für Künstliche Intelligenz entwickelte Technologie von ReplyOne ihre volle Stärke ausspielen, denn die Applikation

THOMAS DREIKAUSS

Geschäftsführer, Sematell GmbH



© Schramm

„lernt“. Der intelligente Algorithmus kann mit jeder neuen, von bisherigen Anfragen abweichenden Anfrage die Treffergenauigkeit bei der Themenerkennung erhöhen. Der „Konfidenzwert“ – die Prozentzahl also, die zeigt, wie gut die vom System vorgeschlagenen Antworten zur jeweiligen Anfrage passt – steigt, je mehr Anfragen das System verarbeitet. Bei hohen Konfidenzwerten von über 95 % können viele Anfragen bereits vollautomatisiert beantwortet werden. Aber auch bei einer teilautomatisierten Beantwortung erhöhen die intelligente Spracherkennung und die immer bessere automatische Zuordnung von inhaltsgeprüften Antwortbausteinen die Arbeitseffizienz sehr deutlich und entlasten gleichzeitig die Servicemitarbeiter. Die Responsezeiten können so für sämtliche schriftlichen Kontaktkanäle inklusive Social Media, Chat und WhatsApp und in allen Sprachen signifikant verkürzt werden. So erhalten Kunden sehr schnell die richtige Antwort in ihrer Muttersprache.

Der auf künstlicher Intelligenz basierende Technologiekern unterscheidet ReplyOne von vielen anderen Automationstools im Kundenservice. Viele dieser Tools nutzen lediglich stichwortbasierte Suchabfragen und Softwareskripts. Die Antwortqualität hängt dabei in starkem Maße davon ab, wie viele Keywords und

Szenarien die Entwickler antizipiert haben, das heißt wieviel „Intelligenz“ menschliche Entwickler in die Lösung gesteckt haben und wieviel Rechenkapazität zur Verfügung steht. Das sind im Einzelfall vielleicht sogar intelligente Lösungen, die eine menschliche Unterhaltung simulieren können, sie stoßen aber schnell an Grenzen. Erst wenn ein Software-Algorithmus in der Lage ist, selbstständig zu „lernen“, also sein Wissen zu erweitern und selbstständig Entscheidungen zu treffen bzw. Ergebnisse zu optimieren, spricht man von echter künstlicher Intelligenz.

In der Welt zu Hause – immer mit bestem Service

Wer als Kunde sehr schnell überall auf der Welt – auch wenn er die E-Mail in seiner Muttersprache formuliert – die richtige und individuelle Antwort auf seine Frage erhält, erlebt Kundenservice so, wie er sein sollte: individuell, zuvorkommend, wertschätzend und sympathisch. Und das zahlt sich aus: in höherer Kundenbindung und positivem Markenimage. Sprechen Sie schon die Sprache Ihrer Kunden?

AUTOR: THOMAS DREIKAUSS

Der Markt für Kundenservicemitarbeiter ist seit geraumer Zeit komplett leergefegt. Insbesondere Blended Agents, die mehrere Kommunikationskanäle betreuen können, sind rar. Ein Blended Agent, der auch noch mehrere Sprachen spricht, dürfte zu einer extrem seltenen Exotenspezies zählen.