

EIN GESPRÄCH MIT THOMAS DREIKAUSS, GESCHÄFTSFÜHRER DER SEMATELL

ÜBER MUSKETIERE, KÜNSTLICHE INTELLIGENZ, OB ALEXA KINDER BEKOMMT UND WIE MAN AUS WISSENSMANAGEMENT KÖNNENMANAGEMENT MACHEN KANN.

INTRE: Bei vielen Kongressen, Messen und anderen Veranstaltungen wird sehr oft und sehr gerne über Zukunftsstrategien des Kundendialogs gesprochen. Wenn man diese Begriffe auseinandernimmt, erhält man die vier Wörter Zukunft – Strategie – Kunde – Dialog. Ähnlich wie bei den Musketieren D'Artagnan, Athos, Porthos und Aramis. Die Musketiere waren ein Team mit einem Ziel. Bei Zukunft – Strategie – Kunde – Dialog bin ich mir nicht so sicher, dass alle an einem Strang ziehen. **DREIKAUSS:** Idealerweise sollte das tatsächlich ein harmonisches und schlagkräftiges Team sein. Viel zu oft geht es aber im Service nicht um Strategien für eine bessere Customer Experience und Kundenbindung und erst recht nicht um einen Dialog mit den Kunden. Die Kundenservice-Strategie reduziert sich allzu oft noch auf Kontaktvermeidung, um Kosten zu senken. Das steht natürlich im Widerspruch zu dem, was der Kunde will, nämlich einen individuellen Dialog und die schnelle Lösung seines persönlichen Anliegens. Im Grunde weiß das jeder Serviceverantwortliche, sonst wäre das Thema Customer Experience in den letzten Jahren nicht so omnipräsent in den Branchendiskussionen. Der Leidensdruck ist bei den Verantwortlichen aber nach wie vor beim Thema Kosten am größten. Warum? Weil es eine lange Tradition gibt, Kosten pro Kontakt zu berechnen – und zwar völlig unabhängig davon, ob der Kontakt zustande gekommen ist, weil irgendwelche Prozesse nicht funktionieren haben, ob es ein Mehrfachkontakt ist und ob der Kontakt tatsächlich werthaltig war, also gegebenenfalls eine Chance für ein Cross- oder Up-Selling war. Um im Musketier-Bild zu bleiben: Das ist, als ob die vier Musketiere pro Degenhieb bezahlt werden und nicht dafür, dass sie ein Gefecht gewinnen oder welche Schätze sie erobern. Beim Kundenservice sollte es aber immer ums Ganze gehen, um das Gesamtbild. Mit der richtigen Technologie kann man in der Tat auch signifikant Kosten sparen, aber das sollte nicht das entscheidende Investitionskriterium sein. KI (künstliche Intelligenz)-basierte Lösungen sollten eingesetzt werden, um besseren, schnelleren, nachhaltigeren Service und individuellen Dialog zu bieten.

Mit der answers 2018 wollen wir deshalb genau beleuchten, welche Möglichkeiten künstliche Intelligenz im Kundenservice grundsätzlich bietet, aber auch, was wirklich im Alltag praktikabel ist und von Kunden akzeptiert wird, das heißt, welche Strategien sinnvoll und zielführend sind, um Kunden zu binden, Kosten zu senken und zusätzliches Umsatzpotenzial zu erschließen.

INTRE: Die Sprachtechnologie ist nicht aufzuhalten. Wieviel künstliche Intelligenz ist notwendig, damit sie für B2C- und B2B-Lösungen der Customer Experience zuarbeitet?

DREIKAUSS: Da geht es weniger um das „wieviel“ oder wie „intelligent“ die KI ist. Wichtig ist, wie lange und mit welcher Datengrundlage die KI angelernt wurde, wie sauber die Service-Prozesse definiert sind und wie intelligent die KI-Technologie im Sinne einer übergeordneten, ganzheitlichen Servicestrategie eingesetzt wird. Ob der Degen eines einzelnen Musketiers spitzer oder eleganter ist als andere, ist weniger entscheidend als die Gefechterfahrung und das Zusammenspiel.

Da gibt es gerade hinsichtlich der Leistungsfähigkeit von KI noch sehr viele Missverständnisse, was sich insbesondere am Hype um KI-basierte Chatbots zeigt. Chat ist ein Kommunikationskanal, der sicher zukünftig noch relevanter wird. Aber Unternehmen brauchen hier und jetzt KI-basierte Lösungen, die dort eingesetzt werden können, wo die größten Servicevolumina auflaufen, um genau dort die Customer Experience zu verbessern. Das geht mit der richtigen Lösung heute schon. Und ja, klar: im übertragenen Sinne kämpfen die Musketiere mit unserer KI-basierten Lösung ReplyOne mit den besten Waffen und der besten, langjährigen Gefechterfahrung 😊. Die herausragende KI wurde am DFKI (Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz) entwickelt, hat durch den langjährigen Praxiseinsatz „gelernt“ und bereits die Reifeprüfung absolviert. Zusätzlich bietet ReplyOne durchdachte Prozessoptionen, sodass sich die Lösung der ganzheitlichen Servicestrategie des Unternehmens anpassen kann.

○
THOMAS DREIKAUSS

Geschäftsführer, Sematell
www.sematell.com

INTRE: Viele Unternehmen stellen ihren Service-Mitarbeitern sogenannte Assistenz-Lösungen wie beispielsweise Wissensmanagement, Next Best Offer etc. als Unterstützung zur Seite. Die Frage ist, wie zum Beispiel aus einem WISSENMANAGEMENT ein KÖNNENMANAGEMENT wird.

DREIKAUSS: Auch wenn ich eigentlich eine Aversion gegen das Wort „ganzheitlich“ habe, weil das nach Beraterjargon klingt, trifft es das doch ziemlich genau. Das beste Wissensmanagement nutzt nichts, wenn es im Kundenservice nicht schnell verfügbar ist, denn nur so wird aus Wissen Können: nämlich schnell die richtige Antwort für den Kunden. Die Assistenztools dürfen, um tatsächlich Wirkung zu entfalten, nicht als Insellösungen eingesetzt werden, sondern im Rahmen der übergeordneten Servicestrategie und immer nur im Zusammenspiel mit dem CRM und der zentralen Servicelösung. Am besten natürlich mit ReplyOne! Wir bieten für unsere Lösung beispielsweise eine Standardschnittstelle zum USU Wissensmanagement an, sodass die Lösung automatisch auch Antwortvorschläge aus der Wissensdatenbank ziehen kann.

INTRE: Denken wir zwölf Jahre voraus ins Jahr 2030. Wie wird sich der Vertrieb bzw. die Absatzkanäle verändern? Wird Online im Jahr 2030 noch immer der bevorzugte Kanal sein? Wird es „menschlicher“? Wird Alexa „Kinder“ bekommen? **DREIKAUSS:** Alexa wird sicher erwachsen werden

FACHKONFERENZ ANSWERS 2018

Die **Fachkonferenz answers 2018** findet am 26. September 2018 im „The Squire“ am Flughafen Frankfurt statt. Top-Referenten wie Zukunftsforscher Sven Gábor-Jánszky und Prof. Dr. Stephan Busemann vom Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) diskutieren über die Zukunft im Kundenservice und die Rolle von Künstlicher Intelligenz für den Kundendialog. Info unter: www.answers-konferenz.de



©Schramm

und dazulernen! Ob sie schon bereit für das erste Date und Nachwuchs ist, wird sich zeigen 😊. Unsere Welt wird sicher noch deutlich vernetzter und datengetriebener sein. Sprache und schriftliche Kommunikation werden meiner Meinung nach stärker zusammenwachsen und jeder Servicekanal kann gleichzeitig auch Vertriebskanal sein, deshalb muss der individuelle Dialog gestärkt werden. Die Frage ist sicher auch, ob „Online 2030“ noch das gleiche bedeutet wie heute. Ist das noch E-Mail, Facebook oder WhatsApp oder gibt es bis dahin völlig neue Messenger-Dienste oder Assistenten, die so viel Komfort bieten, dass all diese Kanäle so antiquiert erscheinen wie heutzutage ein Fax? Wir haben eine sehr flexible Systemarchitektur, sodass wir neue Kommunikationskanäle schnell einbinden können – insofern sind wir auch sehr gespannt, was die Zukunft bringt. Wir werden uns in jedem Fall darauf einstellen.

INTRE: Auf Ihrer Website steht, dass die Lösung Reply Analytics bei einer E-Mail-Analyse und -Kategorisierung mehr als 3.000 Wörter pro Sekunde in über 60 Sprachen erfasst. 3.000 Wörter pro Sekunde ist – aus unserer Sicht – MEGA-viel. Wie geht das? Wenn wir heute wetten würden, dass es im Jahr 2020 schon 5.000 Wörter sind, würden wir die Wette gewinnen? **DREIKAUSS:** Das muss ich korrigieren.

Wir sind mittlerweile bei 3.000 Wörtern in über 70 Sprachen inklusive Sprachen aus dem arabischen und asiatischen Raum. Bislang ist ReplyOne bei der Analysegeschwindigkeit in keiner einzigen Installation an Grenzen gestoßen – trotz teilweise mehreren Tausend Concurrent Usern. Da haben wir meines Erachtens noch viel Luft. Unser Entwicklungsfokus liegt im Moment deshalb eher an der passgenauen Integration von Speziallösungen und dem Ausbau der Controlling- und Analysefunktionalität.

Aber dass die Rechengeschwindigkeit und damit auch die Analysegeschwindigkeit von ReplyOne mit einer neuen Generation von hochmodernen Servern noch zunehmen wird, ist ziemlich wahrscheinlich. Insofern würde ich bei der Wette garantiert nicht dagegenhalten.

AUTOR: -/RED