



Quelle: Fotolia_MH

Wettbewerbsfaktor guter Kundenservice

Kundenbindung mit künstlicher Intelligenz stärken

Die Kundenkommunikation wird immer vielfältiger. Außer den klassischen Kanälen wie Brief, Fax und Telefon nutzen Kunden immer häufiger unterschiedliche Social-Media-Kanäle und Messenger-Dienste. Doch wie kann der Kundenservice diesen steigenden Anforderungen gerecht werden? Die Antwort lautet: mit KI-basierten Omni-Channel-Lösungen für das Responsemanagement. Sie unterstützen den Servicemitarbeiter bei allen Anfragen und sorgen so für einen effizienten und hochqualitativen Kundenservice mit kurzen Antwortzeiten.

Energieversorger und Stadtwerke haben mit einem immer größer werdenden Wettbewerb, hohem Preisdruck und sinkenden Margen zu kämpfen. Gleichzeitig erwarten Kunden besseren, schnelleren und kompetenteren Service, sonst wechseln sie einfach zum nächsten Anbieter. Laut einer repräsentativen Bitkom-Studie aus dem Jahr 2017 war immerhin für jeden Fünften die Hoffnung auf besseren Kundenservice das ausschlaggebende Argument für einen Wechsel des Stromanbieters. Gerade für kleine und mittlere Unternehmen, die im harten Preiskampf gegen die Schwergewichte der Branche kaum mithalten können, ist guter Kundenservice ein zentrales Differenzierungsmerkmal.

Kunden erwarten Flexibilität

Kunden erwarten auf ihre Anfrage sehr zeitnah eine individuelle und umfassende Antwort – das gilt unabhängig vom gewählten Kommunikationskanal. Außer den »alten« Kanälen wie Brief, Fax, Telefon und der Besuch des örtlichen Service-Centers haben mittlerweile auch zahlreiche Social-Media-Kanäle den Weg in den Kundenservice gefunden. WhatsApp, Facebook, Twitter und Co. sind vor allem für Digital Natives der bevorzugte Weg, um auf eine schnelle Frage kurzfristig eine Antwort zu erhalten. Hinzu kommen auch Internet-basierte Kanäle wie Web-Chat oder eine hauseigene Service-App für Smartphones.

Guter Service bedeutet für Energieversorger, auf den für ihre Kunden relevanten Kanälen erreichbar zu sein. Die Energieforen Leipzig GmbH und die Insiders Technologies GmbH befragten im Jahr 2017 insgesamt 45 Energieversorger aus Deutschland und Österreich zum Thema Kundenserviceprozesse in der Energiewirtschaft. Ergebnis: Zwar bleibt das Telefon ohne Sprachdialogsystem, also mit direktem Gesprächspartner, weiterhin der meistgenutzte Kontaktkanal (43 %). Dennoch erwarten die Befragten eine deutliche Zunahme digitaler Kanäle, zum Beispiel Self-Service-Portale/Apps, Web-Chat und Messenger- sowie Social-Media-Dienste.



Bild 1. Beispiel für einen KI-unterstützten Prozess einer E-Mail-Anfrage.

Effizienter Service durch Omni-Channel-Responsemanagement

Wie aber stellt der Kundenservice sicher, dass er diesen Erwartungen gerecht wird und schnell richtige und konsistente Antworten über sämtliche Kontaktkanäle hinweg liefern kann?

Responsemanagement-Systeme, also spezialisierte Softwarelösungen für den Kundenservice, können hier ihre Stärken ausspielen. Dabei unterscheidet man zwischen kanalspezifischen

(Insel-)Lösungen, Multi-Channel- und Omni-Channel-Lösungen. Omni-Channel-Lösungen decken sämtliche Kommunikationskanäle ab, zum Beispiel Telefonie, klassische schriftliche Kanäle wie Brief und Fax, digitale Kanäle wie E-Mail oder Apps, Social-Media-Kanäle und Messenger-Dienste. Alle Kommunikationskanäle werden dabei auf einer zentralen Plattform mit einheitlicher Nutzeroberfläche abgebildet. Das sorgt für einen einheitlichen Workflow und effizienten Personaleinsatz.

Intelligente Automatisierung

Moderne, auf künstlicher Intelligenz (KI) basierende Omni-Channel-Lösungen leisten noch mehr. Sie nutzen hochentwickelte Analysealgorithmen für die Themenerkennung und Kategorisierung der Anfragen.

Eingehende E-Mails werden beispielsweise inhaltlich analysiert und kategorisiert. Die künstliche Intelligenz »erkennt« das Thema der Anfrage. Danach leitet das System die E-Mails automatisch mit der zuvor festgelegten Priorisierung, zum Beispiel nach Kommunikationskanal oder Thema, an den zuständigen Servicemitarbeiter weiter. Dieser erhält gleichzeitig mit der E-Mail-Anfrage geprüfte Textbausteine als Antwortvorschläge. Der Servicemitarbeiter kann die Antwort unverändert freigeben oder noch weiter individualisieren. Standardanfragen können automatisiert beantwortet werden (Bild 1). So erhält der Kunde schnell die richtige Antwort – ein entscheidendes Kriterium für hohe Kundenzufriedenheit und -bindung. Gleichzeitig lassen sich

Anzeige

EXPERTEN FÜR
IT-SICHERHEIT
GEH ICH GERN
INS NETZ*

NICK BECKER,
IT-SECURITY ENGINEER

it-sa 2018
Die IT-Security Messe und Kongress

HOME OF
IT SECURITY

* Die it-sa bietet Trends und Innovationen der IT-Security-Branche sowie Expertenvorträge.



Sichern Sie sich
jetzt Ihr
Gratis-Ticket!

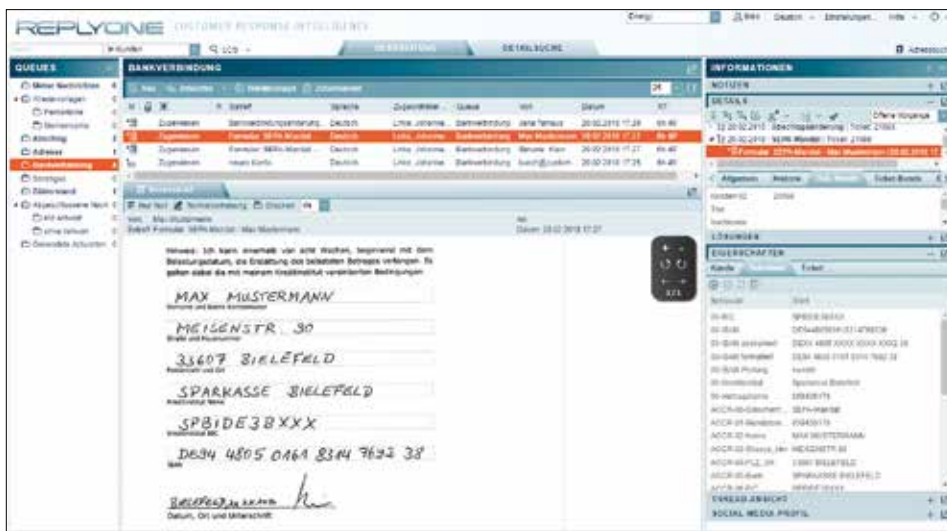


Bild 2. KI-basierte Omni-Channel-Lösungen ermöglichen automatische Texterkennung, selbst bei gescannten Dokumenten.

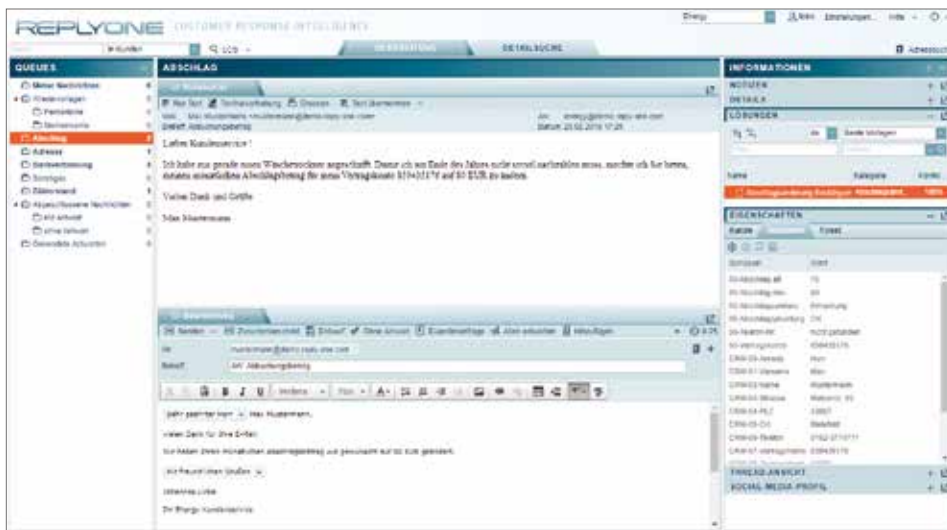


Bild 3. Servicemitarbeiter erhalten durch die KI passende Antwortmöglichkeiten.

durch automatisierte Prozesse die Kosten im Kundenservice deutlich reduzieren.

Ausgereifte KI-Technologie für präzise Themenerkennung

Um Themen in den eingehenden Kundenanfragen richtig zu erkennen, bedarf es einer ausgereiften KI-Technologie, die innerhalb kürzester Zeit auf verschiedenste Anwendungsszenarien und Themenkategorien »angelernt« werden kann. Je mehr Daten eine solche Lösung zur Verfügung hat, desto präziser kann sie Themen erkennen.

Eine solche lernfähige, KI-basierte Omni-Channel-Lösung ist beispielsweise ReplyOne von Sematell. Die Lösung wurde am Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) in Saarbrücken entwickelt. Sie ist seit vielen Jahren sowohl bei kleinen als auch bei großen, international tätigen Serviceorganisationen im Einsatz – und mittlerweile auch bei einigen Energieversorgern. Gleichzeitig sind Nutzeroberfläche, Routing- und Reportingfunktionalität speziell auf die Bedürfnisse von Kundenservice-Centern zugeschnitten (Bild 2 und 3).

Evolution statt Revolution: schrittweise automatisieren

Viele Energieversorger scheuen sich vor einer umfassenden Digitalisierung ihres Kundenservice und dem Umstieg auf eine Omni-Channel-Plattform. Zu groß ist die Sorge, die eigene Organisation mit einem weiteren Digitalisierungsprojekt in einer ohnehin komplexen IT-Landschaft zu überfordern, eine falsche Lösung auszuwählen, die keinen oder nur unzureichenden Return on Investment

Anzeige

Titelthema:

➤ Netzintegration erneuerbarer Energien

- Ausgabe: 11/2018
- Anzeigenschluss: 19.10.2018
- Erscheinungstermin: 07.11.2018

- Vorschau:
- VDE-Hochspannungstechnik
- PMRExpo
- European Utility Week

(ROI) bietet, oder die Kunden mit automatisierten, nicht passenden Antworten zu verärgern.

Die vielbeschworene digitale Disruption können sich Energieversorger im Tagesgeschäft schlichtweg nicht leisten. Was also tun? Die Lösung: Evolution statt Revolution, sprich schrittweise automatisieren. Dies bedeutet: neue Kontaktkanäle nach dem tatsächlichen Bedarf einführen und eine intelligente Kombination aus Mensch und Maschine für individuellen, hochqualitativen Service nutzen.

So kann zum Beispiel zunächst auch bei Routineanfragen ein Servicemitarbeiter als menschliche Kontrollinstanz eingesetzt werden, um zu testen, wie gut die Themen tatsächlich erkannt werden. In einem kombinierten Workflow wird auch schnell deutlich, bei welchen Anfragen eine komplette Automatisierung sinnvoll ist und bei welchen Anfragen Servicemitarbeiter ganz individuell antworten sollten.

Energieversorger müssen im Kundenservice also nicht alles über Bord werfen, um mit neuester Technologie Effizienz- und Qualitätsgewinne sowie Kostenvorteile zu erzielen. Mit der richtigen Software können sowohl die Verantwortlichen als auch die Servicemitarbeiter Vertrauen in die neue Technologie gewinnen, nach und nach Serviceprozesse optimieren und ihre Serviceorganisation weiterentwickeln.

Investitionskriterien für eine zukunftsfähige Lösung

Bei der Auswahl einer geeigneten Omni-Channel-Servicelösung sind einige wichtige Aspekte zu beachten:

- Deckt die Lösung alle relevanten Kommunikationskanäle ab?
- Lassen sich neue Kommunikationskanäle unproblematisch auch später noch einbinden?
- Kann die Lösung an das CRM-System und weitere vor- sowie nachgelagerte Systeme angebunden werden?
- Wie lange dauert die Implementierung?
- Wie schnell amortisiert sich die Lösung durchschnittlich?
- Wie nutzerfreundlich ist die Lösung?
- Wie hoch ist der Trainingsaufwand?
- Wie flexibel lassen sich unterschiedliche Workflows in der Lösung abbilden?
- Ist die Lösung eventuell schon bei Unternehmen ähnlicher Größe im Einsatz? Welche Erfahrungswerte gibt es dort?
- Lässt sich die Lösung skalieren, also flexibel an die Unternehmensgröße beziehungsweise Zahl der Kundenanfragen anpassen?
- Wie präzise werden Servicethemen erkannt?
- Basiert die Lösung auf einer ausgereiften und praxiserprobten KI-Technologie?

Fazit

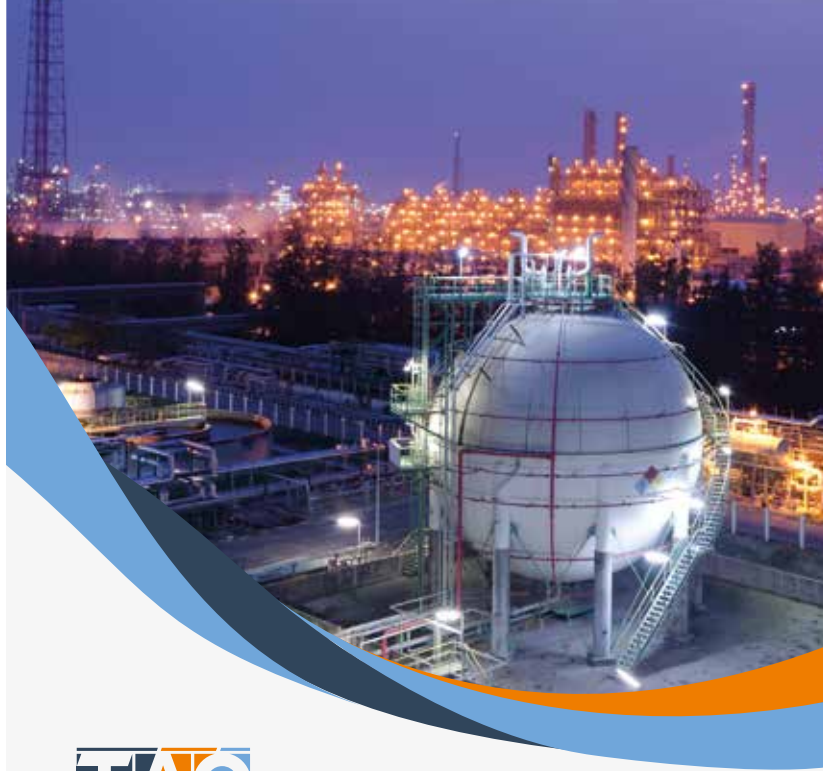
KI-basierte Omni-Channel-Lösungen bieten enormes Potenzial für einen effizienten und hochqualitativen Kundenservice mit deutlich verkürzten Antwortzeiten. So kann die Kundenbindung deutlich gesteigert werden – ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, den Energieversorger nutzen sollten.



Thomas Dreikauss,
Geschäftsführer
Sematell GmbH, Saarbrücken

>> info@sematell.com

>> www.sematell.com



Events

Powered by T.A. Cook

Fachforum

10. – 11. Oktober 2018, Potsdam

Intelligent Energy Forum 2018

Energiespeicher und Energieeffizienz
in der Industrie

- » Energiespeicher – Betriebserfahrung im Lastmanagement
- » Elektrifizierung der Unternehmensflotte
- » Optimierte Kraft-Wärme-Kälte-Kopplung
- » Gleichstrom in der Produktion

Bitte geben Sie bei Ihrer Anmeldung unter www.tacevents.com/IEF2018 folgenden Code ein und Sie erhalten 10% Rabatt: **EW2018**