

What's next



Enterprise

Glückliche Agenten = Glückliche Kunden durch KI

Wie künstliche Intelligenz (KI) Sie dabei unterstützt, die Live-Interaktionen zwischen Agenten und Kunden zu verbessern.

Sylvia Lohr

Posted 28 November 2019



Technologie setzt neue Maßstäbe für die Kundenerfahrung. Unternehmen aus allen Industrien investieren Millionen in die Verbesserung ihrer Engagement-Lösungen – aber viele von ihnen übersehen einen wesentlichen Aspekt der Customer Journey. Sie betrachten die CX, doch verlieren ihre Agenten im Kundenservice aus den Augen.

Es werden virtuelle Agenten eingesetzt, die mithilfe von künstlicher Intelligenz (KI) lernen und sich weiterentwickeln. Soweit so gut. Doch sind viele Menschen nach wie vor besorgt, dass sie durch Roboter und automatisierte Prozesse abgelöst werden. Auch, dass Menschlichkeit verloren geht – **das** Gefühl kann verheerend sein im Kundenservice und für das Vertrauen der Kunden.

KI soll die Menschen unterstützen

Für uns besteht der Zweck von KI darin, den Menschen zu unterstützen. Sowohl in direkten Arbeits- und Lebensabläufen. Aber auch verstärkt im Einsatz von automatisierten Prozessen, wie virtuellen Assistenten, die den Kunden schnell und zuverlässig die angefragten Informationen liefern und die Agenten ermöglichen komplexe und umfassende Kundenanfragen zu bearbeiten.

Die Forrester Studie [The Three Customer Service Megatrends In 2019: As AI Eats Jobs, Agents Are More Valued](#) bestätigt, dass in einer Welt, in der die Digitalisierung und der Self-Service zunehmen, weniger Gelegenheiten für menschlichen Kontakt vorliegen. Die Organisationen müssen in diese Momente investieren, indem sie ihre Arbeitskräfte fortbilden, befähigen und sie bei der Verbesserung ihrer Kundenbeziehungen begleiten.

Laut Forrester benötigen die Organisationen eine innovative Technologie, wenn sie in der Lage sein wollen, auf die sich ändernden Bedürfnisse der Kunden zu reagieren. Da verstärkt Unternehmen, die neuen Technologien anwenden, muss ein personalisierter menschlicher Service geboten werden, um sich vom Umfeld abzuheben.

Enttäuschte Kunden wandern ab

Die Kundenservices werden mit einer wesentlichen Herausforderung konfrontiert: Wie geht man mit mehr Kanälen, mehr Daten und mehr Interaktionen um — ohne das Budget zu überschreiten.

Nicht funktionierende Kanäle und ein zu kompliziertes Umfeld für die Agenten führen zu einer zunehmenden Frustration der Kunden. Laut Frost und Sullivan liegen die Hauptursachen für Unzufriedenheit in inkonsistenten Antworten (46 %), gefolgt von Gesprächsunterbrechungen (40%), wiederholende Fragen, die bereits beantwortet sind (32%), lange Schweigezeiten des Agenten (28%) und fehlender Empathie seitens der Agenten (28%).

Wenn Unternehmen keine bessere Möglichkeit finden, um mit ihren Kunden zu kommunizieren, werden diese Kunden zur Konkurrenz gehen. Diese Art, die Kunden sich selbst zu überlassen, kann sehr viel Geld kosten: Sie führt jedes Jahr zu einem Umsatzverlust von \$75 Milliarden.

Mehr bedeutet nicht immer besser

Teilweise nehmen Unternehmen künstliche Intelligenz zur IVR oder dem virtuellen Assistenten hinzu, um mit den Kunden auf eine intelligentere Weise zu kommunizieren. Während die Technologie Gespräche auf einem höheren Niveau unterstützt und die Effizienz steigert, kann sie bei komplexeren Problemen nicht helfen. Außerdem bevorzugen viele Kunden den Kontakt zum Agenten.

Andere stellen immer mehr Agenten ein, um mit der wachsenden Arbeit fertig zu werden. Das kann eine Zeit lang funktionieren, doch die Kosten für Einstellung und Schulung sind nicht billig — außerdem wird auf diese Weise kein Wissen im Unternehmen aufgebaut.

Die Beschäftigung von weiteren Agenten ist teuer und kurzfristig, außerdem ist die KI-gestützte Automatisierung nicht das Wundermittel, das die Kundenservices benötigen, um ihre Probleme zu lösen. Was können die Organisationen sonst noch tun?

Es ist Zeit, sich auf die Befähigung der Agenten, die Sie schon haben, zu konzentrieren.

KI macht es möglich

Um Ihre Mitarbeiter und Kunden zu halten, müssen Sie die Qualität Ihrer Wissensdatenbank verbessern und dafür sorgen, dass die Systeme einfach zu nutzen und die Kennzahlen leicht verständlich sind. Dazu gehören:

- Authentifizierungsdaten in den verschiedenen Kanälen
- Unterstützung der Agenten
- Echtzeit-Einblicke in die Gespräche
- Schulung Ihrer Agenten
- Analyse der Gespräche

Nutzen Sie den Vorteil der Agent AI-Technologie von Nuance

Nuance verbindet intelligentes, automatisiertes Engagement mit Ihrer Infrastruktur und nutzt so künstliche Intelligenz zur Unterstützung Ihrer Live-Agenten.

Indem wir unsere erstklassige Biometrie, Analytik und intelligenten Technologien zum Kunden-Engagement einsetzen und so die Agenten mit Echtzeit-Einblicken unterstützen — erhalten Sie eine Gesamtansicht der gesamten Customer Journey, vom Chatbot, über IVR-Interaktionen bis zu Gesprächen mit Live-Agenten — und alles dazwischen.

Tags: [KI](#), [kunden](#), [Kundenerfahrung](#), [Künstliche Intelligenz](#)

More Information



Whitepaper: Glückliche Agenten = glückliche Kunden

Lesen Sie, wie KI Ihre Agenten glücklich machen kann.

[Learn more](#)



About Sylvia Lohr

Sylvia Lohr ist Regional Marketing Managerin in der Enterprise Division bei Nuance. Neben den Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz verantwortet sie auch die osteuropäischen Länder und die Türkei. Ursprünglich aus der analogen Welt kommend, hat sie die digitale Kommunikation maßgeblich vorangetrieben und versteht die Anforderungen der Transformation. Sie ist überzeugt, dass nur integrierte, kundenzentrierte Kampagnen erfolgreich sind und entwickelt innovative, zielgruppen-spezifische und vertriebsorientierte Marketingstrategien und setzt diese um. Sie lebt in der Nähe von Frankfurt und fährt in ihrer Freizeit gerne Motorrad.

[View all posts by Sylvia Lohr](#)