

KI für Einzelhandel, Kundeninteraktion auf allen Kanälen

CX unterwegs: Wie der Fahrdienst Cabify seinen eigenen virtuellen Assistenten entwickelt hat

[Sebastian Reeve](#) | EMEA Director of Product Management and Marketing

22 Juni 2020



Im dritten Webinar in unserer Reihe Creating Compelling Customer Conversations gab uns Cabify einen Einblick in ihren digitalen Kundenservice. Das Unternehmen ist in Spanien ein äußerst erfolgreicher Fahrdienstanbieter, der vor Kurzem seinen von Nuance betriebenen virtuellen Assistenten eingeführt hat.

Cabify ist eine der größten Start-Up-Erfolgsgeschichten Spaniens und entwickelt sich rasch zum „Go-To“-Fahrservice für die urbane Bevölkerung in Spanien und Lateinamerika. Erst kürzlich rückte das Unternehmen in die begehrte Riege der „Einhörner“ auf, nachdem es mit 1,4 Mrd. US-Dollar bewertet wurde – was mehr als einer Vervierfachung des Wertes in weniger als vier Jahren entspricht.

Über seine mobile App vermietet der Dienst Taxis, Limousinen, Elektroroller und sogar Hubschrauber. In den vergangenen Wochen wurden zudem Zustelldienste eingerichtet, um in Zeiten des weitverbreiteten Lockdowns Lebensmittel und Pakete dorthin zu bringen, wo sie benötigt werden.

Überzeugende Erlebnisse für Fahrer und Mitfahrer

Die Schaffung eines herausragenden Kundenerlebnisses war für Cabify eine doppelte Herausforderung: das Unternehmen brauchte eine flexible Lösung, die sowohl Fahrer als auch Fahrgäste zufriedenstellen würde. „Unsere Mission ist es, Städte zu einem besseren Ort zum Leben zu machen. Dafür bieten wir eine Alternative zum privaten Auto – eine qualitativ hochwertige und sichere Option für unsere Kunden. Mit Kunden meine ich dabei sowohl Fahrer als auch Fahrgäste.“, sagt Jacobo Dominguez, Vice President of Customer Experience and Operations bei Cabify.

Cabify hatte festgestellt, dass die Anzahl der sich bewerbenden Fahrer sehr hoch war, diese jedoch im laufenden Onboarding-Prozess deutlich einbrachen. Deshalb wollte Cabify einen Chatbot implementieren,

der Bewerber durch die Background-Checks und den Registrierungsprozess führte. Ferner sollte er als offener Support-Kanal dienen, sobald die zugelassenen Fahrer für Cabify auf der Straße unterwegs sind.

Für Fahrgäste musste Cabify einen reibungslosen Kundenservice gewährleisten. Zu Beginn bot das Unternehmen nur E-Mail-Unterstützung an, was sich jedoch als zu langwierig gestaltete – insbesondere, wenn ein Fahrgast nach einer Fahrt einen verlorenen Gegenstand suchte oder ein Problem melden wollte.

Cabify wünschte sich einen virtuellen Gesprächsassistenten, der über eine eigene App und eine Vielzahl von Social-Media-Kanälen einsetzbar ist, und Fahrern wie Fahrgästen größtmögliche Flexibilität bietet.

Eine starke digitale Lösung

Mit Hilfe der KI-Technologie von Nuance konnte Cabify all dies umsetzen und gleichzeitig einen Fahrplan für die Zukunft aufstellen. Im November 2019 ging Cabify mit seinem virtuellen Assistenten ABI live. Nach ersten Erfolgen arbeiten Nuance und Cabify partnerschaftlich daran, das Erlebnis für Fahrer und Mitfahrer weiter zu verbessern.

„Wir sind in elf Ländern vertreten“, sagt Maria Gili, Global Customer Experience und Ops Technology Manager. „Und die Art und Weise, wie die Menschen in jedem einzelnen dieser Länder sprechen und buchstabieren, ist unterschiedlich. Deshalb mussten wir ABI so ausbilden, dass es sich an alle unsere Länder anpasst. Genau hier kommen die Lösungen von Nuance ins Spiel, die uns maßgeblich dabei geholfen haben.“

„Während Cabify in die Zukunft blickt“, erklärt Dominguez weiter, „spielt ABI eine zentrale Rolle bei der Schaffung eines digitalen Kundenerlebnisses und als „erstes Gesicht“ des Unternehmens beim Kunden.“ Cabify wird das Training für ABI weiter ausbauen, ähnlich wie jeder andere Agent, der für das Unternehmen arbeitet.

Jacobo Dominguez und Maria Gili sprachen erst kürzlich mit mir im Rahmen unseres Creating Compelling Customer Conversations-Programmes, in dem einige unserer Kunden interessante Einblicke in ihre Erfahrungen mit innovativem Kundenservice geben.

Tags:



About Sebastian Reeve

Seb Reeve is a customer experience industry leader who is always seeking to provide thought-leadership, lateral-thinking and decision-support for Fortune 1000 Enterprises who are both his customers and partners. Reeves has more than fifteen years of experience in deploying technologies to improve the user experience. In his current role at Nuance as EMEA Director of Product Management and Marketing, he is responsible for defining and evangelizing the Nuance customer care proposition across Europe, the Middle-East and Africa – sharing how companies can create extraordinary automated experiences which their customers actively choose to use rather than simply tolerate and complain about, promoting best practices in AI and Machine Learning to the world of Customer Experience.



[View all posts by Sebastian Reeve](#)