

Künstliche Intelligenz und Chatbots im Kundenservice

Ein praktischer Leitfaden

INHALTSVERZEICHNIS

Glossar

- 01** Einführung in Künstliche Intelligenz und Chatbots
- 02** Eine neue Ära im Kundenservice
- 03** KI und Chatbots im Kundenservice
- 04** Hybride Modelle: Das Beste aus "Mensch und KI"
- 05** Wie KI heute im Kundenservice eingesetzt werden kann
- 06** Fazit: Wird KI Arbeitsplätze wegnehmen?
- 07** Über uns

GLOSSAR

Künstliche Intelligenz (KI)

KI ist der Versuch einer Maschine, intelligentes Verhalten eines Menschen nachzuahmen. Basierend auf Trainingsdaten und Algorithmen werden Maschinen so programmiert, dass sie relativ eigenständig Probleme bearbeiten können.

Chatbots

Ein Dienst, der darauf trainiert ist, ein Gespräch unter Verwendung eines Input-Output-Systems über eine Chat-Schnittstelle zu führen.

Customer Relationship Management (CRM)

CRM ist das Interaktionsmanagement von Unternehmen mit aktuellen und potenziellen Kunden durch die Analyse von Daten.

CSAT-Score

CSAT Score beschreibt verschiedene Arten von Kundenumfragen. Der CSAT-Score dient dazu, den Grad der Zufriedenheit eines Kunden mit dem Produkt, der Dienstleistung oder der Interaktion mit einem Unternehmen zu messen.

Deep Learning

Deep Learning ist ein Teilbereich von Machine Learning, mit dem Computer Datensätze über neuronale Netze sehr präzise analysieren und verarbeiten können.

Machine Learning

Als Teilbereich der KI bezeichnet Machine Learning ein Modell, das auf der Grundlage von Daten und Algorithmen lernen kann.

Natural Language Processing (NLP)

NLP ist ein Teilbereich der Künstlichen Intelligenz, der Maschinen die Möglichkeit bietet, Eingaben in menschlicher Sprache zu lesen und zu verarbeiten.

Neural Networks

Neuronale Netze verarbeiten Informationen in einem mathematischen oder rechnerischen Modell, das vom menschlichen Gehirn inspiriert ist.

Net Promoter Score (NPS)

Net Promoter oder Net Promoter Score (NPS) ist ein Managementtool, das zur Messung der Loyalität zwischen Unternehmen und Kunden verwendet wird.

Supervised Learning

Supervised Learning ist aus dem Bereich von Machine Learning und bezeichnet das Erlernen einer Funktion, die eine Texteingabe basierend auf Eingabe-Ausgabe-Paaren einer Ausgabe zuordnet.

Support Tickets

In Bezug auf das CRM stellen Support-Tickets Listen von Kundenproblemen dar, die einem bestimmten Stellenwert zugeordnet sind.

01

Einführung in Künstliche Intelligenz (KI) und Chatbots

Die ersten Maschinen zur Automatisierung von Aufgaben wurden während der industriellen Revolution entwickelt. Seitdem gab es immer wieder Maschinen, die den Menschen in einer Vielzahl von Bereichen, wie Medizin, Produktion oder Fertigung, übertrafen.

Dabei übernahmen die ersten automatisierten Maschinen einfache, sich wiederholende Arbeitsabläufe, wie beispielsweise das Festziehen von Schrauben. Maschinen können solche Aufgaben präziser und effizienter ausführen, während der Mensch sich auf die komplexere Aufgabe der Überwachung dieser Tätigkeit konzentrieren kann. Die Entwicklung der Automatisierung, die in der industriellen Revolution begann, hat sich im Zuge des Aufstiegs des Internets und der Künstlichen Intelligenz (KI) massiv beschleunigt.



Künstliche Intelligenz ist **die Wissenschaft** und Technik **zur Herstellung intelligenter Maschinen**, insbesondere intelligenter Computerprogramme.

(John McCarthy)



Der Begriff Künstliche Intelligenz oder KI wurde unter anderem von John McCarthy im Rahmen der Dartmouth-Konferenz im Jahr 1956 geprägt, die eine der ersten akademischen Konferenzen zu diesem Thema war.

Einige beschreiben KI als eine Informatikanwendung die dem neuronalen Netzwerk des menschlichen Gehirns nachempfunden ist. Andere beschreiben sie als Algorithmen, die „menschliche“ kognitive Funktionen wie Lernen oder Problemlöse simulieren. Diese Definitionen unterscheiden ein KI-System von herkömmlichen Computerprogrammen. Anstatt einem Programm Abläufe vorzugeben, erhält die KI eine Aufgabe, die sie selbständig lösen muss.



Viele Menschen haben eine skeptische Haltung gegenüber KI, insbesondere aufgrund der Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt. Ja, KI wird repetitive Aufgaben und Prozesse übernehmen und dadurch die Gesamtbeschäftigungsquote in bestimmten Bereichen senken (Russell & Norvig, 2003). Aber wenn Maschinen den Menschen in Bezug auf Genauigkeit, Geschwindigkeit und Ausdauer übertreffen, können Unternehmen und damit auch die Gesamtwirtschaft eine signifikante Produktivitätssteigerung erzielen. Mehreren Studien (Gartner 2017) zufolge kann KI auch dazu beitragen, neue Arbeitsplätze in verschiedenen Bereichen, wie Überwachung, Wartung bzw. Schulung, zu schaffen, denn damit Maschinen die gewünschten Aufgaben übernehmen können, müssen sie trainiert und gewartet werden.

Darüber hinaus können Mitarbeiter sich vermehrt auf qualitativ hochwertige Aufgaben konzentrieren, anstatt ihre Kapazitäten für repetitive und alltägliche Aufgaben aufwenden zu müssen. Insbesondere im Bereich des Kundenservice, einem der am stärksten wachsenden Bereiche der KI, sind Support-Mitarbeiter häufig damit beschäftigt, immer wieder die gleichen Antworten zu kopieren und einzufügen, anstatt sich auf individuelle Maßnahmen zur Kundenbindung oder auf Upselling-Möglichkeiten konzentrieren zu können.



Im 21. Jahrhundert ist die Nutzung der Künstlichen Intelligenz und ihrer Teilbereiche Machine Learning, Deep Learning und Natural Language Processing (NLP) stark gestiegen. In diesem Zusammenhang bezeichnet NLP die Fähigkeit von Maschinen, Texteingaben zu verarbeiten. Oft ist NLP die zugrunde liegende Technologie, die es Chatbots oder virtuellen Assistenten ermöglicht, sich zu wertvollen Geschäftsanwendungen zu entwickeln.

“

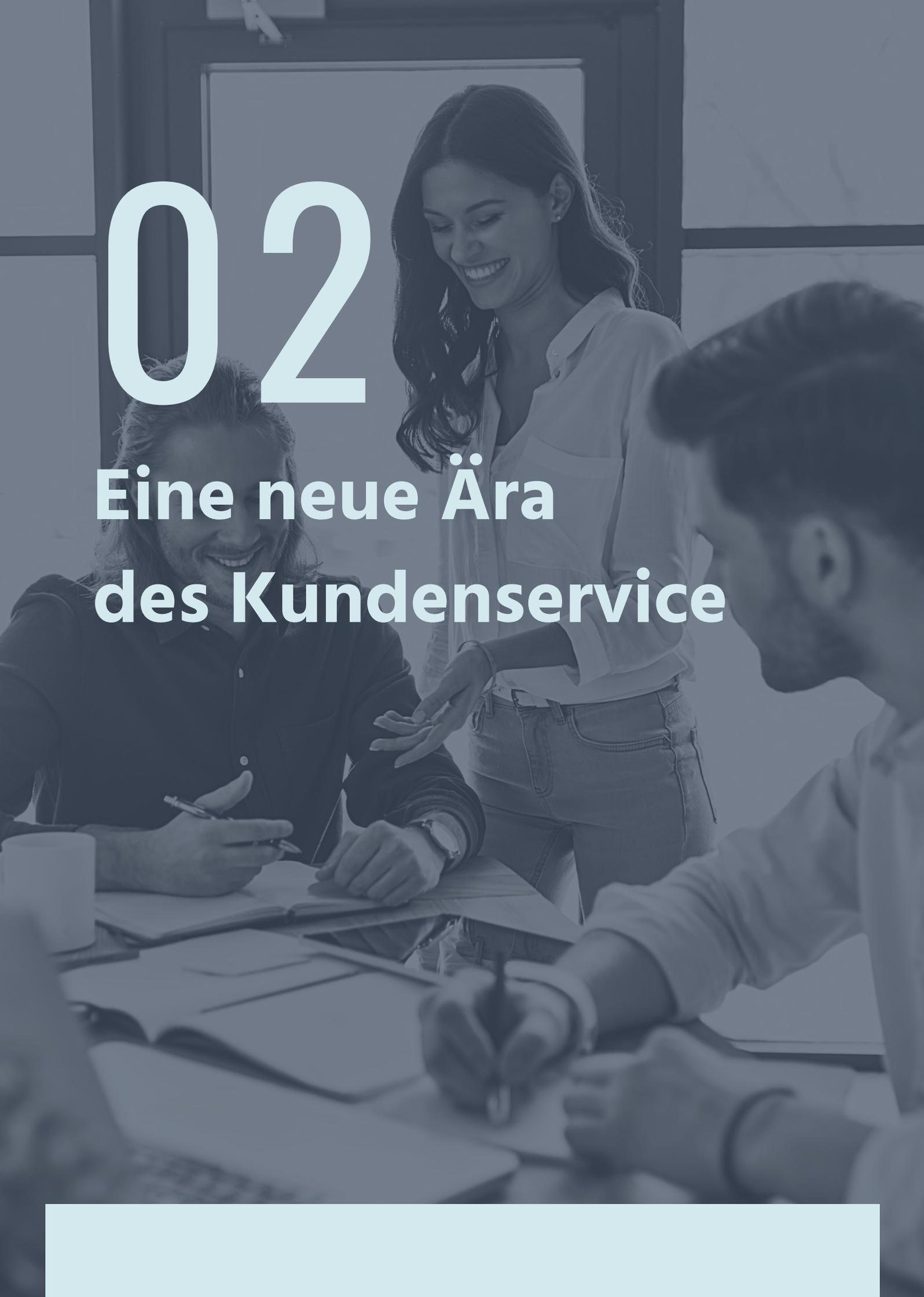
Bis 2022 werden Chatbots **Kosteneinsparungen von über 8 Milliarden US-Dollar pro Jahr** ermöglichen.

(Juniper Research)

”

Chatbots agieren anhand einer Reihe von definierten Regeln, welche die Grundlage für die Probleme bilden, die ein Chatbot verarbeiten und lösen kann. Da die Technologie in den letzten Jahren rasante Fortschritte gemacht hat, insbesondere im Bereich des Deep Learnings, können Chatbots heute Eingaben verstehen und verarbeiten und die gewünschten Ausgaben schnell und zuverlässig ohne oder mit nur geringer menschlicher Unterstützung liefern.





02

**Eine neue Ära
des Kundenservice**

Der Kundenservice ist einer der am stärksten wachsenden Bereiche der KI. Durch die Integration intelligenter Maschinen in repetitive Arbeitsprozesse können Mitarbeiter sich auf komplexere Tätigkeiten konzentrieren, ohne immer wieder von den gleichen Aufgaben und Prozessen abgelenkt zu werden. Insbesondere im Kundenservice, wo sich in manchen Fällen bis zu 80 % aller eingehenden Anfragen ähneln, können KI und Chatbots allen Beteiligten einen enormen Mehrwert bieten. Sie sind in der Lage, Kundenanfragen rund um die Uhr schnell, zuverlässig und präzise zu verarbeiten, ohne eine Pause zu benötigen.

Chatbot Vorteile

24/7
Verfügbarkeit

Simultan
auf allen
Kanälen

Selbst-
bedienung auf
Abruf

Dies ist besonders hilfreich, da die Erwartungen der Kunden sich im Laufe der Zeit verändert haben. Durch die Entstehung neuer Plattformen hat sich die Art und Weise verändert, in der Kunden mit Unternehmen in Kontakt treten und Serviceanfragen stellen. Diese Entwicklung hat große Auswirkungen auf die traditionelle Arbeitsweise von Kundenservice-Centern. Auch wenn die Bandbreite der Technologien, die in heutigen Kundenservice-Center in der Regel eingesetzt werden, von alten bis hin zu sehr modernen Technologien reicht, sind viele Center nach wie vor auf Telefon und E-Mail angewiesen, um mit ihren Kunden in Kontakt zu treten.

Da der Großteil der Millennium-Generation (18–24 Jahre), sowie der Generation X (35–49 Jahre) nicht nur ein Smartphone besitzt, sondern durchschnittlich 4–6 Stunden pro Tag verwendet, haben textbasierte Kommunikation und Messaging sich zur bevorzugten Kommunikationsmethode entwickelt (Nielsen, 2017). Dieser Trend zeigt sich auch darin, dass im Jahr 2017 Messaging-Plattformen wie Facebook Messenger, WhatsApp und Telegram häufiger verwendet wurden als soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter (Statista, 2017).

Es ist kein Geheimnis, dass alle Unternehmen ihren Kunden einen außergewöhnlichen Service bieten möchten. Zufriedene Kunden sind nicht nur eher dazu bereit, das Produkt oder die Dienstleistung Ihres Unternehmens zu kaufen, sondern empfehlen diese mit höherer Wahrscheinlichkeit auch per Mundpropaganda oder über soziale Netzwerke an Ihre Familie und Freunde weiter. Die Wahrscheinlichkeit dieser „Werbung“ mittels Weiterempfehlung wird in der Regel mit dem Net Promoter Score (NPS) gemessen, der sich zu einem weit verbreiteten Maß zur Erfassung der Kundenzufriedenheit entwickelt hat.

Die Implementierung und Umsetzung einer effektiven Strategie in Bezug auf Kundenkommunikation kann eine große Herausforderung darstellen. Dies liegt nicht nur an den Herausforderungen, die durch zeitliche, kapazitätsbedingte und technologische Barrieren verursacht werden, sondern auch an den sich stetig steigenden Kundenanforderungen. Wenn Unternehmen sich zu langsam an neue Kundenanforderungen und -präferenzen anpassen, sinkt die Zufriedenheit ihrer Kunden und damit auch ihr NPS.



“

Ein moderner Kundenservice muss auf **steigende Kundenerwartungen** reagieren und sich an die rasante Geschwindigkeit des **technologischen Fortschritts** gewöhnen. Der technologische Wandel schreitet immer schneller voran. Wer jetzt **nicht** auf den Zug aufspringt, wird **den Anschluss verlieren**. (Deloitte)

”

Da der NPS und das Kundenerlebnis den neuen Maßstab für den Erfolg eines Unternehmens bilden, entscheiden Technologien und Tools, welche die stetig steigenden Anforderungen der Kunden erfüllen und übertreffen, zwischen Erfolg und Misserfolg. Studien aus 2017 zeigen, dass Kunden sich nicht mit langen Wartezeiten, veralteten Support-Systemen und abteilungsübergreifenden Transfers oder ineffizienten Serviceleistungen abgeben möchten. Stattdessen bevorzugen sie kanalübergreifende Self-Services, die sie bei Bedarf rund um die Uhr in Echtzeit nutzen können (Deloitte, 2013).

“

Bis 2020 werden **85 %** der Beziehung zwischen Kunden und Unternehmen **ohne Interaktion mit einem Menschen** verlaufen. (Gartner)

”

Durch den Einsatz neuer Technologien wie KI, Chatbots und intelligenter Automatisierung, haben Unternehmen die große Chance, einen zukunftsfähigen Kundenservice aufzubauen. Auf diese Weise können sie einen Wettbewerbsvorteil erzielen, indem sie einen Kundenservice anbieten, mit dem sie ihre Kundenbeziehungen verbessern und gleichzeitig kosteneffizient und skalierbar arbeiten können.





03

KI und Chatbots im Kundenservice

Kundenservice wird oft eher als bloßer Kostentreiber anstatt als Chance betrachtet. Die Gründe dafür sind klar. Die Erweiterung der Kundenservice-Funktionen ist mühsam und arbeitsintensiv. Das Hinzufügen von Kapazitäten bedeutet auch, mehr Mitarbeiter einzustellen. Gleichzeitig sind die Schwankungen der Arbeitsbelastung im Kundenservice am höchsten. Agenten im Kundenservice beantworten jeden Tag die gleichen sich wiederholenden Fragen. Dies erhöht nicht nur die Kosten, sondern verhindert auch, dass sich Support-Agenten Zeit nehmen, um komplexere, nicht routinemäßige Probleme zu lösen, die Fachwissen, Erfahrung und Einfühlungsvermögen erfordern. Diese Agenten haben ihre berufliche Laufbahn der Lösung von Problemen anderer gewidmet. Warum sollte der Großteil ihrer täglichen Aufgaben eine einfache Arbeit in Form von 'copy and paste' sein?

Aus Kundensicht bedeutet die Integration von KI in den Kundenservice mehr Komfort. Bisher müssen Kunden, die mit dem Kundenservice in Kontakt treten möchten, entweder eine E-Mail senden oder Hotlines anrufen, was in beiden Fällen häufig zu langen Wartezeiten führt. Diese Art der Kommunikation ist einseitig und bietet keine großartige Kundenerfahrung.

“

Ein **schlechter Kundenservice** führt dazu, dass Verbraucher geplante Einkäufe nicht tätigen, was zu einem jährlichen **Umsatzverlust von 75 Milliarden US-Dollar** führt. (Forrester Research)

”



Mit KI und Chatbots können Unternehmen eine bessere Kundenerfahrung, eine höhere Zufriedenheit (NPS) und Kundenbindung sowie niedrigere Betriebskosten erzielen, indem sie den Kunden rund um die Uhr die richtigen Informationen zur richtigen Zeit liefern. Die folgende Abbildung zeigt einige Vorteile, die Chatbots bieten können:



EINNAHMEN ERHÖHEN

Die KI-Lösung übernimmt repetitive Fragen, sodass sich Ihr Kundenservice-Team auf komplexere, nicht routinemäßige Probleme konzentrieren kann, die Fachwissen, Erfahrung und Einfühlungsvermögen erfordern.



KUNDENERFAHRUNG VERBESSERN

Rüsten Sie auf und bedienen Ihre Kunden mit fortschrittlichen digitalen Funktionen und kognitiven Technologien. Chat-Schnittstellen gibt es überall. Automatisieren Sie Ihre Kundenkommunikation via Chat.



KUNDENFLUKTUATION REDUZIEREN

Bieten Sie 365 Tage im Jahr einen Kundenservice rund um die Uhr an. Steigern Sie die Kundenzufriedenheit, indem Sie einen hochwertigen Kundensupport bieten, wann immer der Kunde Sie kontaktiert.



KOSTEN MINIMIEREN

Die Automatisierung durch KI bietet je nach Funktion Potenzial zur Kostenreduzierung um 15 bis 90%. Gleichzeitig verringern Skalierbarkeit und einfache Integration Sicherheitsrisiken und bieten eine hohe potenzielle Rendite.

Die Handhabung einer Konversation ist jedoch eine sehr herausfordernde Aufgabe, und nicht alle Chatbots können die oben genannten Vorteile bieten. Die Fähigkeit des Chatbots hängt von der zugrunde liegenden Technologie ab. Im Allgemeinen gibt es drei Ebenen von Chatbots, die auf unterschiedlichen Komplexitäten und Technologien basieren:

Chatbot Modelle

Ein Chatbot der ersten Ebene basiert auf Regeln oder Schlüsselwörtern und wird durch handschriftliche Regeln programmiert, um Fragen zu beantworten. Der Konversationsbereich ist auf einen bestimmten Anwendungsfall beschränkt, und der Chatbot verfügt nur über sehr limitierte oder keine NLP-Fähigkeiten. Der Bot folgt Wenn-Dann-Anweisungen, um Fragen und Antworten abzugleichen. Jedoch ist der Bot möglicherweise nicht sehr effizient, wenn die Fragemuster nicht mit den Regeln übereinstimmen. Letztendlich kann der Bot einfache, aber keine komplexen Fragen beantworten. Dies kann für Kunden frustrierend sein und einen dynamischen Gesprächsfluss behindern.

Chatbots der zweiten Ebene verwenden abrufbasierte Modelle, ein weiterer Teilbereich von Machine Learning, der Kundenanfragen nicht nur durch eine Teilmenge von Regeln und Verhaltensweisen verarbeitet, sondern auch durch den Versuch, den Text zu verstehen und dadurch die bestmögliche Ausgabe zu liefern, die vom Modell abgerufen wird. In der Regel besteht der Prozess aus dem Abgleichen von Wörtern oder einer Teilmenge von Wörtern mit einer bereits vorhandenen Datenbank. Die Wissensbasis ist in der Regel mit Fragen und Antworten gefüllt, die mit einer bestimmten Wahrscheinlichkeit verarbeitet werden.

Chatbots der dritten Ebene verwenden generativbasierte Modelle, ein weiterer Teilbereich von Machine Learning. Der Hauptunterschied zu abrufbasierten Modellen besteht darin, dass generative Modelle nicht auf vordefinierten Antworten beruhen, sondern Daten von Grund auf neu aufbauen. Generative Modelle sind daher „schlauer“. Sie können auf Entitäten in der Eingabe zurückgreifen und den Eindruck erwecken, dass man mit einem Menschen spricht. Diese Modelle sind jedoch schwer zu trainieren, machen sehr wahrscheinlich grammatikalische Fehler (insbesondere bei längeren Sätzen) und erfordern normalerweise große Mengen an Trainingsdaten.

04

Hybride Modelle:

Das Beste aus

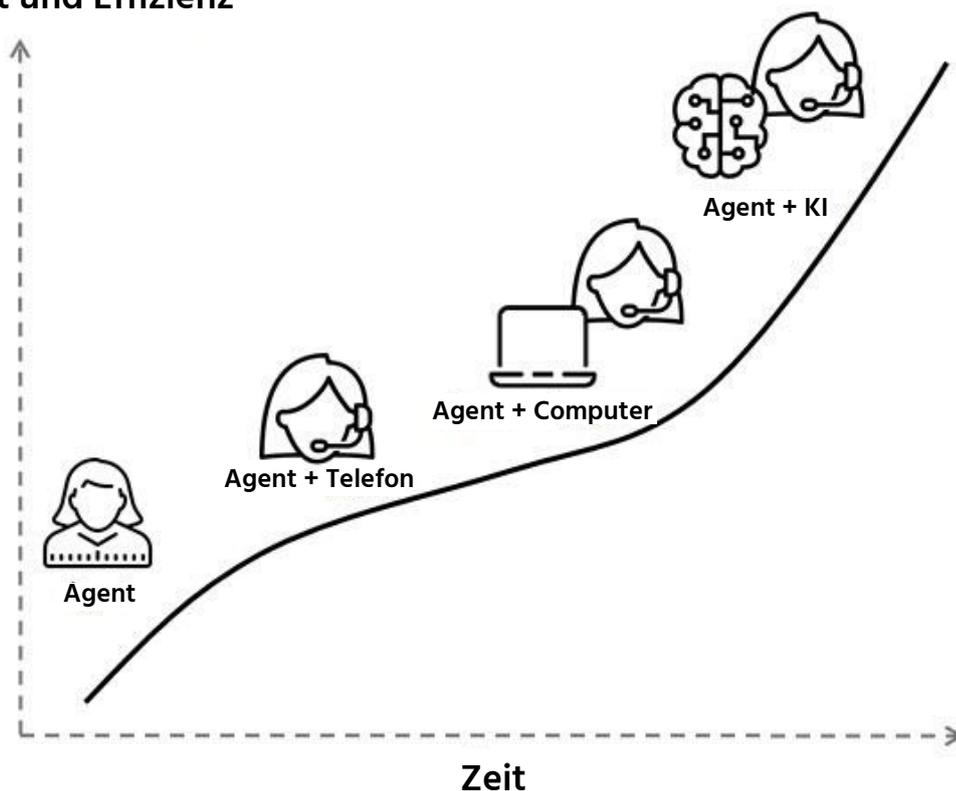
„Mensch und KI“



Bei einer Hybridlösung können Chatbots den Vorteil abrufbasierter Modelle nutzen und ihn mit einer intelligenten Komponente generativer Modelle kombinieren. Dies ist möglich, wenn die Maschine nicht selbstständig handelt, sondern stattdessen menschliche Arbeitskräfte zur Unterstützung einsetzt. Falls der Chatbot nicht mit einer ausreichend hohen Wahrscheinlichkeit antworten kann, sendet er nicht einfach eine möglicherweise falsche Antwort an den Kunden, sondern leitet die Anfrage an den am besten geeigneten verfügbaren Agenten weiter. Das Modell liefert dem Support Agent dann außerdem einen KI-basierten Vorschlag basierend auf den gesammelten Daten und der Übereinstimmungswahrscheinlichkeit. Die Support-Agenten prüfen dann den KI-Vorschlag, passen ihn an oder lehnen ihn gegebenenfalls ab und senden die richtige Antwort an den Kunden.

Durch diesen Prozess berücksichtigt das System das Feedback der Agenten und erweitert die Wissensbasis nach jedem menschlichen Eingriff. Wenn das nächste Mal dieselben Fragen gestellt werden, erinnert sich das System an das Feedback und reagiert entsprechend.

Qualität und Effizienz



Wenn Sie die historischen Systemprotokolle zum Training bereitstellen, besitzt die KI eine solide Wissensgrundlage, um nützliche Vorschläge zu machen. Das eigentliche Lernen findet jedoch statt, wenn die Agenten mit diesen Vorschlägen interagieren, indem sie sie genehmigen, ablehnen oder sie personalisieren. Nur dieser gemeinsame Ansatz stellt sicher, dass die KI langfristig effektiv eingesetzt werden kann und sich in rasantem Tempo weiter verbessert. Diese kontinuierliche Verbesserung, die als „supervised learning“ bezeichnet wird, ist der Prozess, durch den sich der Algorithmus verbessert und hinsichtlich der Themen, mit denen er interagiert, intelligenter wird. Je öfter ein Thema erscheint, desto besser kann die KI damit umgehen. Die Agenten helfen dem Modell einfach durch ihre Arbeit beim Lernen. Das KI-Modell wiederum schafft eine höhere Effizienz für die Agenten und hilft ihnen, Kunden schneller und effektiver zu bedienen.



KI ist eine robuste und wertvolle Lösung, aber sie ist kein Roboter, der ins Büro kommt und alle Jobs wegnimmt. KI im Contact Center ist nicht beängstigend und wird die Welt nicht erobern. Sie ist auch kein Allheilmittel. Sie wird nicht jedes Problem über Nacht lösen oder Ihr Kundenservice-Center verschwinden lassen. KI ist ein Werkzeug – sehr mächtig und effektiv, aber eben nur ein Werkzeug. Sie macht menschliche Mitarbeiter effizienter, Unternehmen effektiver und erhöht die Kundenzufriedenheit.

Was am wichtigsten ist, die KI kommt nicht bald oder in naher Zukunft. Sie ist bereits hier.

05

**Wie KI heute in
Contact Centern
eingesetzt werden
kann**

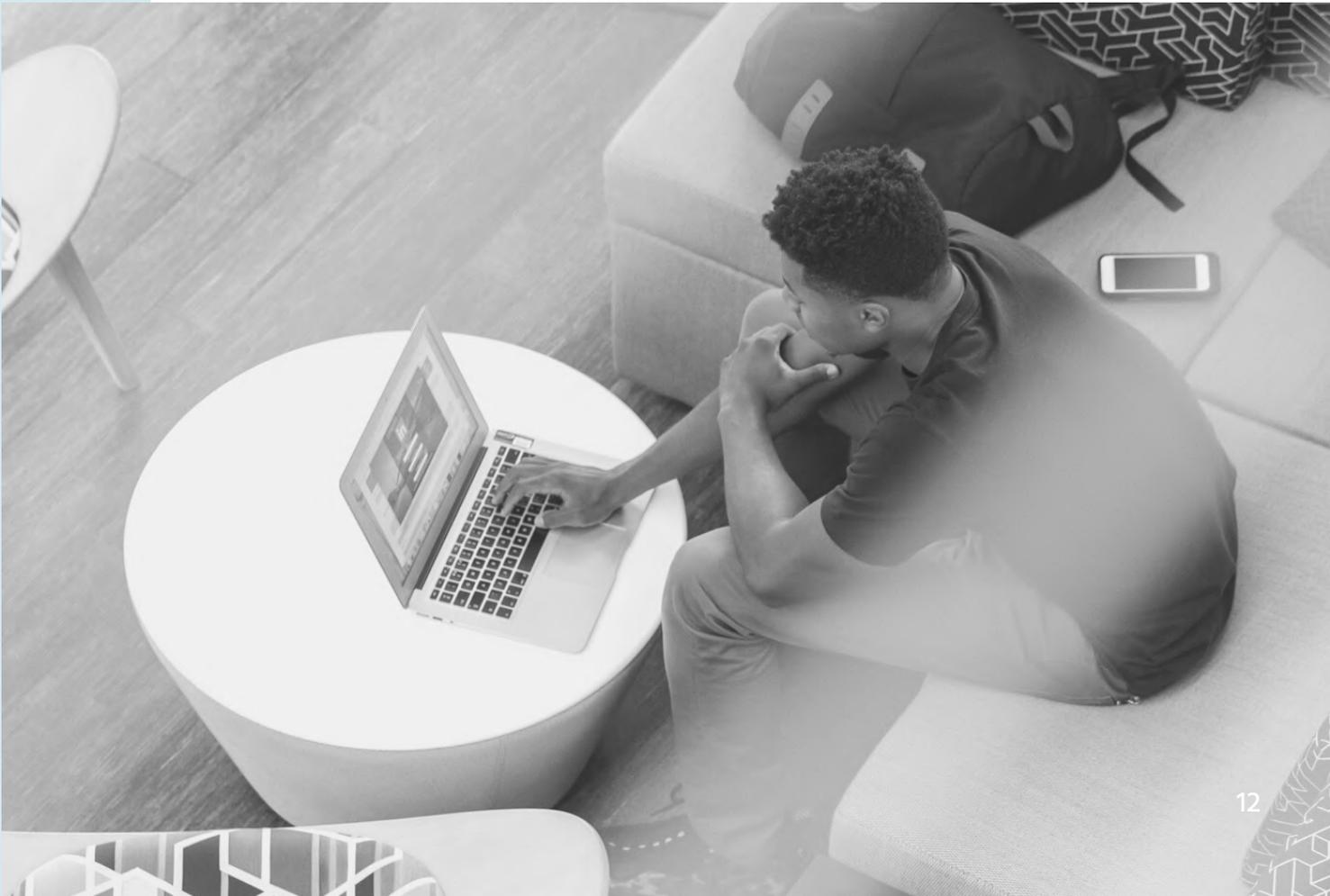


05

WIE KI HEUTE IN CONTACT CENTERN EINGESETZT WERDEN KANN

Die Arbeit eines Contact Center Managers ist anspruchsvoll. Sie stehen unter ständigem Druck aufgrund einer wachsenden Anzahl von Nachrichten, erhöhter Kundenerwartungen, des Ausbalancierens von Kundenzufriedenheit (CSAT) und der Notwendigkeit, Kosten zu senken, die Mitarbeiterbindung zu erhöhen und ständig neue Kommunikationskanäle zu verstehen. Kunden haben jetzt mehr Möglichkeiten als je zuvor, mit einem Contact Center zu interagieren, und sie erwarten, dass Unternehmen schneller, besser und effizienter als je zuvor reagieren.

KI kann dabei helfen. Sie kann Geschäftsprozesse verbessern, Kosten sparen und einen einzigartigen Kontaktpunkt für Kunden und Mitarbeiter schaffen. Darüber hinaus bietet der von KI unterstützte Kundenservice einen individuellen und praktischen Echtzeit-Kommunikationskanal, ohne dass eine unrealistische Anzahl von Kundenservice-Agenten erforderlich ist.



Der Fehler, den die Leute machen, ist, anzunehmen, dass regelbasierte Chatbots die End-to-End-Lösung für alle Kundenservice-Anforderungen sind. Sobald der Bedarf eines Kunden den eng umrissenen Anwendungsfall überschreitet, für den der Chatbot vorgesehen war, sind Fehler und Frustrationen unvermeidlich. Wenn Sie einen Chatbot haben, der so programmiert ist, dass er Ihnen das Wetter anzeigt, sollten Sie nicht versuchen, eine Pizza damit zu bestellen. Er kann keine Probleme behandeln, die außerhalb seines Skripts liegen, und lernt durch Kundeninteraktionen nichts Neues.

Obwohl Kunden in einem Contact Center sich wiederholende Fragen stellen, bei denen ein Chatbot ausreichend erscheint, sind zu viele dieser Probleme unterschiedlich oder komplex. Selbst einfache Fragen in einem Contact Center können oft überraschend differenziert sein.

Als Lösung für dieses Problem können hybride KI-Modelle angewendet werden. Die KI verwendet historische Daten, um erste Antworten zu liefern, und verbessert dann ihre Genauigkeit durch Verwendung und Erfahrung.

**Agent****KI**

- Komplexe Tickets
 - Emotionale Intelligenz
 - Personalisierung und Humor
 - Upselling-Möglichkeiten
 - Verhindert Abwanderung
 - Bezieht Kunden ein
- Antwortvorschläge
 - Repetitive Fragen
 - Prozessautomatisierung
 - Anfrage-Kennzeichnung
 - Kollektive Informationen
 - Routing-Aufgaben

06

**Fazit: Wird KI
Arbeitsplätze
wegnehmen?**

Es besteht die weit verbreitete Befürchtung, dass KI menschliche Arbeitsplätze ersetzen wird, genau wie Maschinen während der industriellen Revolution manuelle Arbeit übernehmen konnten. Studien haben jedoch zu unterschiedlichen Ergebnissen hinsichtlich der geschätzten Anzahl gefährdeter Arbeitsplätze geführt. Eine Studie von Pew Research (2017) ergab, dass die Anzahl von denjenigen, die sich eine Zukunft mit mehr Arbeitsplätzen vorstellen, mit der Anzahl von denjenigen, die ihren Verlust vorhersagen, nahezu gleich war. Andere Studien gehen davon aus, dass die Arbeitsplätze von 14 bis 54 % der US-amerikanischen Arbeitnehmerschaft in den nächsten zwei Jahrzehnten automatisiert werden könnten.

Ja, die Industrie wird von KI betroffen sein, und dies wird sicherlich die Struktur der Arbeitnehmerschaft, die wir heute sehen, verändern. Viele Wissenschaftler sind sich jedoch einig, dass es bei KI in der gegenwärtigen Phase eher darum geht, Menschen zu befähigen und ihnen zu helfen, sich auf komplexe Aufgaben zu konzentrieren und effizienter zu arbeiten, anstatt häufigen Wiederholungen ausgesetzt zu sein.



07

Über uns



e-bot7 wurde 2016 von Xaver Lehmann, Fabian Beringer und Maximilian Gerer gegründet. e-bot7 ist eine KI SaaS-Plattform, die Unternehmen dabei unterstützt, ihren digitalen Kundenservice zu verwalten, indem sie mit unserer hybride Agent+KI® Lösung Kundensupport in Echtzeit vor und nach dem Verkauf bieten. Die Technologie kann als eigenständige Plattform (Cloud & On-Premise) oder als Integration in bestehende CRM-Systeme eingesetzt werden.

e-bot7 bringt praktische Anwendungen von Deep Learning und KI in den Kundenservice und hilft Agenten dabei, Supportanfragen effizienter zu bearbeiten. Das System analysiert eingehende Nachrichten, sendet sie an die richtige Abteilung und liefert den Agenten genaue Antwortvorschläge. Dies reduziert die Bearbeitungszeit um bis zu 80 %. Wiederholte und wiederkehrende Anfragen werden weiterhin vom System automatisiert. Das Herzstück des e-bot7 Systems sind komplexe NLP-Algorithmen, die mit historischen Kundenservice-Skripten trainiert wurden. Mithilfe der Agent+KI® Lösung stellt e-bot7 sicher, dass keine falschen Antworten an die Kunden gesendet werden. Darüber hinaus werden die Systeme automatisch während der Arbeit trainiert, was zu einer immer größeren Anzahl automatisierter Antworten führt. Weitere Informationen finden Sie unter www.e-bot7.de oder kontaktieren Sie uns unter info@e-bot7.com.

AUSGEWÄHLTE PREISE





Xaver Lehmann
Gründer & CEO bei e-bot7
Forbes 30 unter 30

[www.linkedin.com /in/xaverlehmann](http://www.linkedin.com/in/xaverlehmann)

- MSc Finance (Top 10 % der Klasse)
- Mentor am Founder Institute, bei NLA Accelerator, Mindbox, Insurtech Hub München
- Gründungsmitglied des KI Bundesverbands e. V
- Mitglied von France Digitale



Fabian Beringer
Gründer & CEO bei e-bot7
Forbes 30 unter 30

[www.linkedin.com /in/fabianberinger](http://www.linkedin.com/in/fabianberinger)

- Vorstand und Gründungsmitglied des KI Bundesverbands e. V.
- Mentor bei NLA Accelerator, Mindbox, Insurtech Hub München
- Mitglied von France Digitale
- Serial Entrepreneur

Quellen

Deloitte

(2013)

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/nl/Documents/technology/deloitte-nl-paper-digital-transformation-of-customer-services.pdf>

Gartner (2017)

https://www.gartner.com/imagesrv/summits/docs/na/customer-360/C360_2011_brochure_FINAL.pdf

Nielsen (2017)

<https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/millennials-on-millennials-report-aug-2017.pdf>

Pewresearch

(2017)

<https://www.pewresearch.org/internet/2017/05/03/the-future-of-jobs-and-jobs-training/>

Statista (2016)

<https://www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/>