

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IM CONTACT CENTER:

HEUTE SCHON DAS MORGEN ERLEBEN

Wir stehen am Beginn einer KI-Revolution. Die Technologie wird immer leistungsfähiger und kaum eine Branche kann sich dieser Entwicklung entziehen. Grundsätzlich geht es nicht um die Frage, ob, sondern wie Künstliche Intelligenz (KI) zum Einsatz kommt. Als Ersatz oder Unterstützung von Agenten im Contact Center? Wann und wo sind automatisierte Geschäftsprozesse im Kundenservice überhaupt sinnvoll? Welchen Mehrwert bietet KI tatsächlich im Contact Center? Was müssen Dienstleister bei der Implementierung beachten?

Technologien der Künstlichen Intelligenz

Obwohl virtuelle Assistenten wie Amazons Alexa oder Apples Siri unstrukturierte Anfragen in natürlicher Sprache „verstehen“ und einem menschlichen Assistenten ähnlich beantworten, wird nach Ansicht von Experten Künstliche Intelligenz (KI) menschliche Agenten keineswegs unnötig machen. Eher schon werden virtuelle Agenten auf absehbare Zeit mit ihren menschlichen Kollegen zusammenarbeiten und diese beim Kundenservice unterstützen. Dies belegen unter anderem aktuelle Studien, denen zufolge ausschließlich automatisierte Kundenserviceprozesse zumindest im derzeitigen Stadium keineswegs zur bevorzugten Kontaktmethode zählen ([ContactBabel, 2019, „The Inner Circle Guide to AI, Chatbots and Machine Learning“](#)).

KI wird gemeinhin als Oberbegriff für Lösungen verwendet, die durch das „Verständnis“ komplexer, natürlicher Sprachanforderungen menschliche Wahrnehmung simulieren. Innerhalb des Contact Centers umfasst KI Technologien wie maschinelles Lernen, Speech-to-Text, Deep Learning, Analyse, Chatbots und das Verständnis natürlicher Sprache. All diese Technologien sind eng miteinander verbunden und stehen im direkten Austausch, um Ergebnisse zu erzielen, die denen von (menschlichen) Agenten ähneln und sie im Idealfall sogar übertreffen. Dabei werden vier Funktionen, die sogenannten vier As, unterschieden:

ANALYSE: Im Gegensatz zum Menschen benötigt KI extrem große Datensätze, um Muster zu finden und optimal zu bearbeiten. Tools wie Spracherkennung und optische Zeichenerkennung (OCR) ermöglichen den Vergleich von Daten. Durch maschinelles Lernen können KI-Systeme die

Genauigkeit und die Effektivität der Ergebnisse verbessern.

ANTICIPATION: Basierend auf der Kundenhistorie und einer Wissensdatenbank kann KI menschliche Handlungen prognostizieren und daraus resultierend proaktiv reagieren – beispielsweise Angebote abgeben. **AUGMENTATION:** KI sammelt relevante Informationen aus zahlreichen Quellen in Echtzeit und stellt sie Agenten oder Selfservices zur Verfügung, um zum Beispiel die richtigen Geschäftsprozesse einzuleiten. **AUTOMATISIERUNG:** KI erkennt Emotionen während der Kundeninteraktion und signalisiert bei Bedarf, ob ein persönlicher Agent benötigt wird.

Vorteile von Künstlicher Intelligenz im Contact Center

Zweifelloos lässt sich ein KI-basiertes Contact Center zur Effizienzsteigerung nutzen, indem bestimmte Geschäftsprozesse im Unternehmen automatisiert werden. Wie oben dargestellt (Antizipation) können Unternehmen mithilfe von KI das Verhalten und die Absichten von Kunden verstehen und entsprechend proaktiv reagieren. „Wir wissen, wie wichtig es ist, Kunden zuzuhören, um sie zu verstehen“, sagt Kevin Ming, Ph.D., AI Insights Lead von Enghouse Interactive. Nur auf dieser Basis könnten bessere Entscheidungen mit Hinblick auf einen wirklich kundenorientierten Service getroffen und damit Umsatz und Wachstum gesteigert werden.

Gemeinsam mit IBM entwickelt Enghouse Interactive auf Basis der KI-Plattform „Watson“ eine Contact-Center-Lösung. Das System führt Analysen durch – insbesondere sprachbasiert –, wie etwa für Ton, Emotionen, Persönlichkeit und häufig erwähnte Themen. Dabei werden Daten von Kunden bzw. Kommunikatoren KI-basiert analysiert, zum

Beispiel aus Anrufen, E-Mails oder Chat, die aus Contact Center-Daten von Kundeninteraktionen generiert werden. Führungskräfte können sich über das KI-basierte Dashboard informieren: *Wann kommunizieren welche Kunden (Alter, Nationalität, Geschlecht)? Worüber kommunizieren diese Kunden (z. B. Reisen, Reparaturen etc.)? Warum kommunizieren Kunden (z. B. Beschwerden, Service etc.)? In welcher Form kommunizieren diese Kunden (Kanal, Emotionalität etc.)?* Übersichtliche Diagramme informieren über Produkte und Kundenverhalten/-daten. Auf einen Blick erhält der Anwender ein Ranking der Beliebtheit des gesamten Produktangebots, zum Beispiel Buchungen von Flügen oder Hotels, Mietwagen, zugehöriger Service etc. Zudem stellt das KI-System Informationen bereit, die Auskunft über die von Kunden eingeschätzte Qualität der angebotenen Produkte geben, wie etwa Stornierungen, Beschwerden oder Lob. Außerdem können Kundenunzufriedenheiten wahrgenommen werden, denen der Dienstleister proaktiv entgegenwirken und damit Abwanderungen von Kunden vermeiden kann.

Ersatz oder Unterstützung von/für Agenten?

Nach einer aktuellen in Großbritannien durchgeführten Studie des britischen Contact-Center-Experten ContactBabel glauben 85 Prozent der befragten Contact-Center-Betreiber,

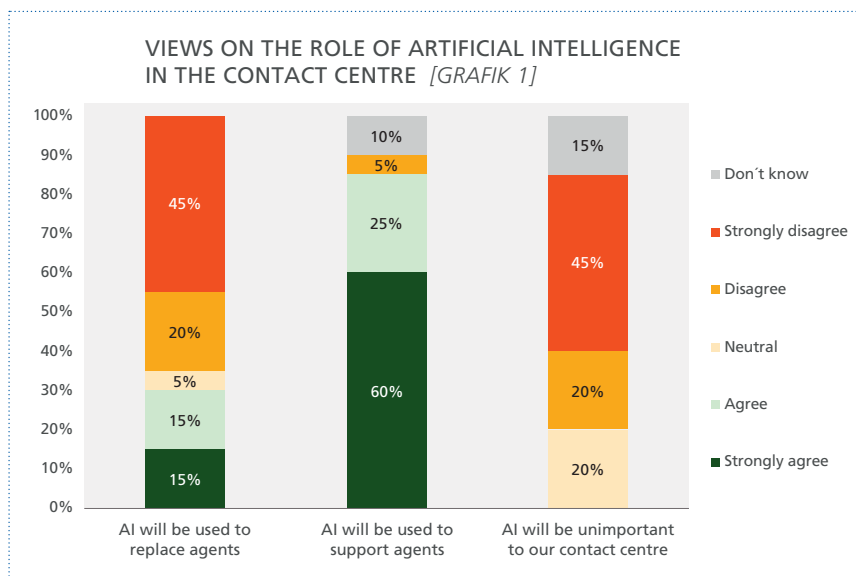
dass Agenten durch KI unterstützt werden können (siehe GRAFIK 1 – VIEWS ON THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE CONTACT CENTRE). Lediglich jeder Dritte ist der Meinung, dass KI-Systeme Agenten komplett ersetzen können. 83 Prozent waren zudem der Meinung, dass ihre Kunden zwar durchaus bereit sind, automatisierte Serviceprozesse zu nutzen, wenn sie denn schnelle Hilfe versprechen, gleichwohl aber immer im Zweifelsfall auf einen persönlichen Agenten zurückgreifen wollen. „Bei komplizierten Situationen oder zu großen emotionalen Herausforderungen ist meist der Eingriff von Personen unerlässlich“, bestätigt auch Alex Black, CTO bei Enghouse Interactive.

Die häufig geäußerten Befürchtungen, Technologie ersetze prinzipiell Menschen, teilt Black nicht. Der Enghouse-CTO ist von den Vorteilen überzeugt, die der intelligente Einsatz von KI im Contact Center mit sich bringt. „Wenn sich Mitarbeiter beispielsweise nicht mehr mit routinemäßigen und profanen Interaktionen beschäftigen müssen, werden sie mehr Zeit für komplexere und schwierigere Interaktionen haben oder können sich mit anderen, sinnvolleren Tätigkeiten befassen“, sagt Alex Black. Außerdem dürfe nicht vergessen werden, dass KI-Systeme wie etwa Chatbots nur funktionieren, wenn sie von Menschen programmiert und verwaltet werden.

Grundsätzlich sieht Enghouse Interactive das große Potenzial von KI-Systemen in der intelligenten Einbindung in bestehende Geschäftsprozesse und nicht darin, Agenten durch Roboter zu ersetzen.

Selfservice im Zusammenspiel mit (menschlichen) Agenten

Enghouse Interactive stellt seit vielen Jahren Selfservice-Lösungen wie zum Beispiel Sprachdialogsysteme (IVR) bereit. Dabei kommen unter anderem Sprachverarbeitungssysteme zum Einsatz, um die Interaktion mit dem Kunden wie ein Gespräch mit einer natürlichen Person zu gestalten. Nach Angaben von Enghouse-CTO Alex Black „werden wir bald in der Lage sein, einen Großteil aller routinemäßigen Interaktionen relativ



→ einfach zu automatisieren“. Allerdings, so Black, gebe es viele Situationen, die deutlich komplexer sind oder stärkere emotionale Auswirkungen haben und daher persönliche Betreuung benötigen. So empfiehlt sich eine Automatisierung von Stewardessen im Flugzeug wegen der für diesen Job erforderlichen Empathie eher nicht.

Hauptgrund für den Verzicht auf Selfservice ist, so eines der Ergebnisse der oben genannten ContactBabel-Studie, dass viele Konsumenten einem automatisierten Service weniger vertrauen als einem persönlichen Agenten. Hinzu kommt laut Studie, dass die automatisierten Funktionen oft nicht das bieten, was die Kunden gerne möchten (siehe GRAFIK 2 – REASONS FOR ABANDONING SELF-SERVICE SESSIONS). Etwa, weil sie eine Bestätigung wünschen oder mehrere Fragen haben. KI kann hier Abhilfe schaffen, und zwar durch die Erkennung natürlicher Sprache mittels NLU (Natural Language Understanding), welche die Genauigkeit und Benutzerfreundlichkeit der Spracherkennung erheblich verbessert. Aufgabe eines solchen KI-Systems ist es, die Absicht des Kunden zu verstehen und entsprechende Lösungsvorschläge auszuarbeiten.

Automatisierung von Webchat und E-Mail

Laut ContactBabel verursacht die Beantwortung einer E-Mail mindestens genauso viel Zeit und Arbeit und damit Kosten wie ein Telefongespräch. Gleichzeitig aber lässt der Automatisierungsgrad bei digitalen Kanälen zu wünschen übrig. Ein Ausbau in diesem Bereich durch KI-gesteuerte Prozesse könnte den Service verbessern und die Kosten senken. Da KI natürliche Sprachverarbeitung verwendet, können E-Mails in einer Form erstellt werden, als wären sie von Menschenhand geschrieben. Und dies in sehr kurzer Zeit. Denn es gilt zu bedenken, dass Kunden schnell ungeduldig werden, wenn sie länger als einen Tag auf die Beantwortung einer E-Mail warten müssen. Auch beim Webchat besteht im Contact Center erhebliches Potenzial. Laut ContactBabel-Studie dauern Webchats deutlich länger als Telefonate mit Kunden. Automatisierte Chatbots können hier die Kommunikation optimieren.

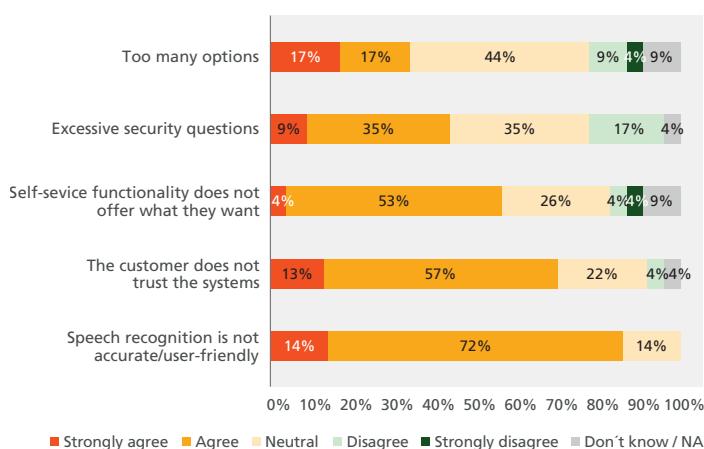
KI-unterstützte Echtzeit-Sprachanalyse im Contact Center

KI-gestützte Echtzeit-Sprachanalysesysteme sind insbesondere für Unternehmen von enormer Bedeutung, die am Telefon beraten und gegebenenfalls rechtsverbindliche Verträge abschließen wollen, wie etwa Versorgungs-, Finanz- oder Telekommunikationsunternehmen. Solche KI-Systeme prüfen, ob alle erforderlichen Wörter und Bestandteile eines Vertrages dem Kunden mitgeteilt wurden, damit es zum gültigen Vertragsabschluss kommen kann. Intelligente Sprachanalyselösungen sind zudem echte Frühwarnsysteme. Sie erkennen unter Anwendung maschinellen Lernens vordefinierte Wörter, Phrasen und teils auch den Kontext innerhalb kürzester Zeit und unterstützen den Agenten mit den richtigen Informationen, wenn er zum Beispiel zu schnell und/oder zu laut spricht oder aber ähnliche Themen bereits in früheren Gesprächen angesprochen wurden (siehe GRAFIK 3 – USEFULNESS OF REAL-TIME ANALYTICS). In der Schulung von Agenten bieten KI-gestützte Sprachanalysesysteme wertvolle Dienste. Sie überwachen und bewerten jeden Anruf automatisch und durch maschinelles Lernen wird ein riesiger Datenpool genutzt, um Verhaltensmuster und -merkmale von Agenten und Kunden im Interesse des Services entsprechend zu optimieren.

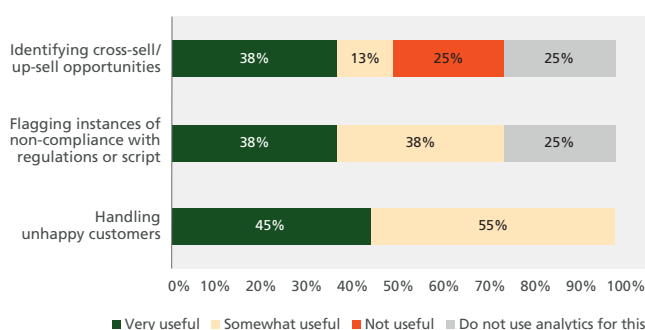
KI-optimierte Geschäftsprozesse

Mithilfe von robotergesteuerter Prozessautomatisierung (RPA) imitieren digitale Softwareagenten mit hoher Präzision und Geschwindigkeit menschliche

REASONS FOR ABANDONING SELF-SERVICE SESSIONS [GRAFIK 2]



USEFULNESS OF REAL-TIME ANALYTICS [GRAFIK 3]





KI-Implementierung im Contact Center: So vermeiden Sie Fallstricke

CHATBOT

Die meisten Bots liefern keine wertvollen Ergebnisse, weil sie kein definiertes Ziel haben – mit der Folge, dass sie weder trainiert noch weiterentwickelt werden können und somit wertlos werden. Um im Kundenservice eine wirklich tragende Rolle spielen zu können, müssen Chatbots Zugriff auf Informationen und Daten haben.

INTEGRATION

Roboter sind keineswegs Herr jeglicher Interaktion. Sie haben kein Einfühlungsvermögen und können auch komplexe Sachverhalte mehr schlecht als recht handhaben. Daher muss der fließende und problemlose Wechsel vom Chatbot zum persönlichen Agenten während der Kundenkommunikation unbedingt sichergestellt sein.

TRAINING

Wenn KI und Chatbots immer besser werden sollen, müssen sie permanent geschult werden. Behandeln Sie Ihr KI-System so wie Ihre (menschlichen) Agenten. Trainieren Sie es und prüfen Sie seinen Fortschritt, um die Servicequalität zu steigern.

HUMAN TOUCH

KI kann nicht nur Selfservice-Routinen optimieren, sondern ist in der Lage, das Agentenprofil an das Profil eines Kunden anzupassen. Es erkennt, welcher (menschliche) Agent am besten zu einer bestimmten Kundenanfrage passt und kann somit einen erheblichen Beitrag zum Kundenerlebnis beitragen.

WISSENSMANAGEMENT

Jeder Roboter ist immer nur so gut wie das Wissen, das ihm zur Verfügung steht. Stellen Sie sicher, dass im Contact Center dieses Wissen erfasst und an das Knowledge Management System (KMS) übermittelt wird, damit Kunden, Chatbots und (menschliche) Agenten profitieren können.

HACKING

KI-Systeme sind nicht automatisch gegen Hackerangriffe geschützt. Schützen Sie daher Ihre KI mit entsprechenden Sicherheitsmaßnahmen, damit Dritte keine Kontrolle zum Beispiel über Ihre Chatbots übernehmen können – zum Schaden Ihrer Kunden und zum eigenen Nachteil.

→ Interaktionen. RPA dient vor allem der Unterstützung von Agenten im Frontend und ist ein zentraler Knotenpunkt im Kundenkontaktprozess, denn KI-basierende RPA-Agenten können Daten eingeben, Prozesse auslösen und Arbeit an andere Roboter oder Menschen weitergeben. Routineaktivitäten wie Adressänderungen oder die Überprüfung von Kundenkontoinformationen werden ebenso erledigt wie das proaktive Versenden von Updates an Kunden. Mithilfe von RPA müssen sich Agenten während eines Kundengesprächs nicht mehr in diverse Anwendungen einloggen. Das KI-gestützte System stellt sicher, dass gerade benötigte Informationen oder Kundendaten aus der jeweiligen Datenbank kommen und dort auch korrekt wiedereingestellt werden. Durch das Verständnis natürlicher Sprache kann RPA Prognosen erstellen, unter Verwendung von Wissensdatenbanken Anfragen bewerten und dem Agenten Lösungsvorschläge unterbreiten. Ebenso ist RPA darauf ausgelegt, Prozesse im Kundengeschäft wie Lieferungen, Zahlungen und Versand selbstständig, schnell und fehlerlos abzuwickeln.

Implementierung: Vorgehensweise und Fallstricke

Laut Gartner sollen bis 2020 bereits 85 Prozent aller Kundeninteraktionen ohne menschlichen Agenten abgewickelt werden – für manchen Marktbeobachter sicher eine wage-mutige Prognose. In jedem Fall aber sollten Dienstleister, die mithilfe eines KI-Systems die Geschäftsprozesse und den Kundenservice in ihrem Contact Center verbessern möchten, vor der Implementierung folgende Fragen beantworten: *Welche Probleme liegen vor und können diese mit KI bewältigt werden? Was genau soll verbessert werden? Gibt es auf dem Markt KI-Installationen, die ähnliche Probleme bereits gelöst haben? Wie lange dauert die Implementierung und welche Auswirkungen hat das auf den laufenden Prozess? Muss die bisherige IT-Infrastruktur geändert/ersetzt werden? Gibt es im Unternehmen eine ausreichende Datenmenge, um das KI-System effektiv trainieren zu können?*

Wie bei jeder Implementierung von Technologie so besteht auch bei jener von KI ein gewisses Risiko. Um Fallstricke zu vermeiden (siehe Kasten S. 59) sollten Erwartungen und Planung sorgfältig abgewogen werden. So gibt es womöglich Situationen in der Kundenkommunikation, in denen KI selbst mit der ausgefeiltesten Spracherkennung einen persönlichen Berater nicht ersetzen kann. Zu bedenken ist auch, dass KI im Contact Center relativ neu, daher entsprechendes Know-how Mangelware und mehr Unterstützung seitens Dritter nötig ist, als dies bei traditionellen IT-Implementierungen üblich ist. Da KI Lernelemente umfasst und damit Wandlungen unterzogen ist, können sich im Laufe der Zeit auch manche Geschäftsprozesse ändern. Der

Früher oder später wird KI in jede Art von Kundeninteraktion involviert sein: Der Aufstieg der Roboter wird langsam, aber unaufhaltsam sein.

Schlüssel zum Erfolg ist daher das Testen des KI-Projekts. Experten wie Alex Black von Enghouse Interactive raten dringend dazu, KI nicht als punktuelle Lösung zu betrachten, also zum Beispiel nur, um Selfservice effizienter zu gestalten. Der KI-Implementierung, so der CTO von Enghouse Interactive, muss immer eine klare Strategie zugrunde liegen – hinsichtlich des Nutzens der Kunden, aber auch der eigenen Geschäftsprozesse.

Ausblick

Aus Sicht von Branchenexperten wie ContactBabel und Enghouse Interactive besteht kein Zweifel, dass sich KI im Contact Center mehr und mehr durchsetzen wird. Die Frage ist aber „Wie“. Die Technologie sollte vor allem dort Einsatz finden, wo sie tatsächlich bessere Dienste leistet als ein Mensch. Denn schließlich telefonieren Kunden nicht deshalb gerne, weil sie eine freundliche Stimme hören wollen, sondern weil sie mit dieser Kommunikationsform erfahrungsgemäß bislang zumindest am effektivsten zu einer Problemlösung kommen.

Während also einfache Fragen überwiegend automatisiert werden können, werden viele Kunden dennoch einen persönlichen Berater bevorzugen, wenn es um komplexe und emotionale Vorgänge geht. Aber auch hier spielt KI eine wichtige Rolle, indem sie Wünsche und Absichten des anrufenden Kunden erkennt und dem Agenten Vorschläge für entsprechende Maßnahmen signalisiert. Früher oder später wird KI in jede Art von Kundeninteraktion involviert sein: Der Aufstieg der Roboter wird langsam, aber unaufhaltsam sein. 🌐 **INFO:** www.enghouseinteractive.de

AUTORIN: ASTRID POCKLINGTON,
MARKETING DIRECTOR ENGHOUSE INTERACTIVE