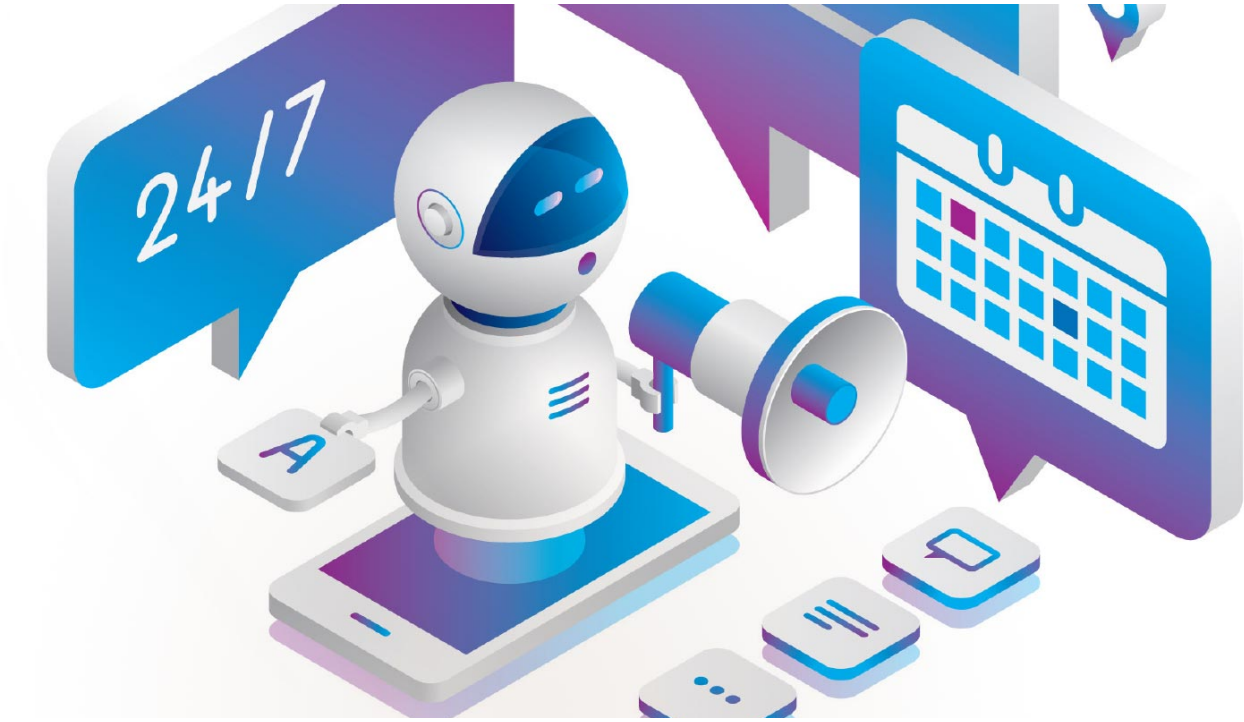


Chatbots: Zweck, Nutzen und Anwendung

Immer mehr Unternehmen widmen sich dieser – zwar nicht neuen, aber dank der rasanten Digitalisierung immer professionelleren – Form des digitalen Kundendialogs. Was sind Chatbots eigentlich? Welche Arten unterscheidet man? Welchen Nutzen haben Chatbots? Wo überall können sie eingesetzt werden?

Es gibt vier wichtige Fragen, die in diesem Artikel behandelt werden.

1. Was sind Chatbots eigentlich?
Chatbots sind vorab programmierte Abläufe, die einen meist analog geführten Dialog digital abbilden. Sie nehmen sozusagen erwartbare Handlungen des Nutzers vorweg. Warum das immer besser funktioniert und akzeptiert wird, liegt unter anderem an folgenden Faktoren:

voranschreitende Digitalisierung und immer schneller lernende Systeme,
sich laufend ändernde Kundenbedürfnisse,
steigender Wettbewerbsdruck und
der unternehmerische Drang, rasch und direkt mit dem Kunden zu kommunizieren.

Chatbots werden vorwiegend in den Bereichen Kundenservice, Marketing und Vertrieb eingesetzt. Sie gewinnen in jüngster Zeit ebenso für andere Aufgabenstellungen im Unternehmen an Bedeutung. So z. B. im Recruiting, um Erstgespräche im Falle von vielen Bewerbern rascher abwickeln zu können oder um Bewerber bei mehreren ausgeschriebenen Stellen rascher vorqualifizieren zu können.

2. Welche Arten von Chatbots unterscheidet man?
Chatbots lassen sich z. B. nach ihren Möglichkeiten zur Interaktion unterscheiden. Die FAQ-Bots werden meist über Schlagwörter oder Auswahlmenüs gesteuert und dienen hauptsächlich der Anzeige von Informationen. Die Script-Bots arbeiten entlang vordefinierter Dialogbäume und führen Prozesse aus. Die NLP-Bots, das Kürzel steht für „natural language processing“, verfügen über eine natürliche Sprachverarbeitung und ein Kontextgedächtnis. Die Virtual Agents – hier bewegen wir uns im Bereich von Künstlicher Intelligenz (KI) – sind Bots mit äußerst flexiblen Dialogstrukturen und einem perfekten Gedächtnis.

3. Welchen Nutzen haben Chatbots?
Chatbots bieten auf beiden Seiten – Unternehmen und Kunde – interessante Ansätze.

Aus Sicht des Unternehmens:

Entlastung der Mitarbeiter: Mitarbeiter verbringen oft viel Zeit mit wiederkehrenden Routineaufgaben, die von einem automatisierten System rascher und zuverlässiger erledigt werden können. Terminverwaltung, Anmeldungen zu Veranstaltungen oder Erinnerungs-Nachrichten sind hier typische Beispiele.
Zeit- und Kosteneinsparungen: Gerade bei Routinetätigkeiten gibt es immer wieder Spitzenauslastungen. Mitarbeiter können aber einerseits nicht endlos aufgestockt werden und haben andererseits ihre Arbeitszeiten einzuhalten.
Kundendaten analysieren und präsentieren: Nachdem Chatbots sehr gut darin sind, Routinetätigkeiten rasch abzuarbeiten, fallen auch die Analyse und Aufbereitung von Kundendaten in diesen Bereich
Mehr Interessenten, bessere Umwandlung: Wie bereits erwähnt, wollen Menschen aktiv und möglichst rasch mit einem Unternehmen kommunizieren können. Einer Intercom-Umfrage zu Folge steigt die Umwandlung von Interessenten in Kunden auf bis zu 82 Prozent, wenn zuvor ein Live Chat stattfand, und mehrere kurze Live Chats steigern die Umwandlungsrate sogar auf bis zu 250 Prozent.
Zufriedenere Mitarbeiter und zufriedenere Kunden: Mittels Chatbots kann eine schnelle und exzellente Betreuung der Kunden sicher-gestellt werden. Die Folge sind zufriedenere Kunden. Und die Mitarbeiterzufriedenheit erhöht sich ebenfalls, da gewisse Routinearbeiten nicht mehr gemacht werden müssen.

Aus Sicht der Kunden:

4/7-Erreichbarkeit: Kunden wollen ihre Frage dann stellen, wenn sie ein Problem haben, wenn sie nach einer Lösung suchen oder einfach nur eine simple Auskunft benötigen. Sie tun das ungeachtet der Tageszeit und egal ob es ein Wochentag oder Wochenende ist. Und sie wollen das von überall tun können, also mobil kommunizieren.
Direkt und persönlich: Chatbots wecken in uns mitunter den Spieltrieb. Die kurze und knackige dialogische Kommunikation animiert Nutzer stärker zur Interaktion als z. B. überbordend lange Online-Formulare.
Einfache Handhabung: Da sich Chatbots z. B. auf einer Website nahezu überall platzieren lassen, hat der Kunde nicht das Problem, auf eine Kontaktseite zu springen oder lange nach einer Service-Nummer zu suchen.

4. Wo überall können Chatbots eingesetzt werden?

Die Einsatzgebiete von Chatbots sind mannigfaltig und hängen auch von der Art und Umsetzung des Bots ab. Regelbasierte Chatbots sind dabei in ganz anderen Bereichen im Einsatz als hochwertige Bots mit KI.
Hier ein paar Beispiele: Vorqualifizieren von Interessenten (Leads), Mitarbeitersuche und -gewinnung, Support-Anfragen-System, Kundenbetreuung, Kaufberatung, Termin- und Reservierungsanfragen, Umfragen (z. B. Bewertung von XYZ), Tests (Eignungstests usw.), Newsticker (Blog, Nischen), Ticketbuchungen, Notdienst (Schlüsseldienst, Installateur) u.v.a.m.

Chatbots sind drauf und dran wesentliche Teile der (Kunden-)Kommunikation nachhaltig zu verändern. Eine gründliche Beratung und die richtige Strategie sind dabei wesentliche Erfolgsbausteine.

Foto: iStock.com/miakievy