

► Künstliche Intelligenz (KI) schafft handfesten Business Value. Bis 2021, so Gartner, können Unternehmen allein durch KI-Innovationen mit einem Wertwachstum um 2,9 Billionen Dollar rechnen. Die Marktforscher gehen davon aus, dass die Zusammenarbeit von Mensch und Künstlicher Intelligenz 6,2 Milliarden Stunden Arbeitsproduktivität schafft. Besonders die Anwendung von KI im Kundenservice stellt einen sehr starken wirtschaftlichen Hebel dar. So verbringen Mitarbeiter im Kundenservice laut einer Studie der Marktforscher von Aberdeen 13 Prozent ihrer Zeit mit der Suche nach Kundendaten. Für ein Contact Center mit 200 Agenten rechnen die Forscher das auf Kosten von 1,3 Millionen Dollar pro Jahr hoch – eine ineffiziente Nutzung von Ressourcen. Bedenkt man, dass in diesem Betrag die Beantwortung von Routinefragen – erfahrungsgemäß machen solche Anfragen etwa 50 bis 60 Prozent der Gesamtanfragen aus – noch nicht berücksichtigt ist, fällt das Ergebnis noch schlechter aus.

E-Mail-Verarbeitung intelligent automatisiert

Im zentralen Posteingang von Service-Centern treffen täglich Hunderte von E-Mails ein. Der Kundenservice hat alle Hände voll zu tun, das wachsende Volumen zu bewältigen: Anfragen in den vollen Postfächern gehen schnell unter, das manuelle Verteilen und Bearbeiten der E-Mails ist fehleranfällig und Antwortzeiten können kaum eingehalten werden. Kunden sind heute nicht mehr bereit, lange auf eine Antwort per E-Mail zu warten. Bei der steigenden Anzahl von Konsumenten und Interaktionen wird der Druck auf Unternehmen, eine kundenfreundliche Lösung zu finden, immer größer. Doch wie die Produktivität des Contact Centers erhöhen, ohne die Customer Experience negativ zu beeinflussen? Ein Ansatzpunkt ist der Einsatz von Intelligenter Automatisierung (IA) in der E-Mail-Verarbeitung. Ziele einer Intelligenten Automatisierung in der E-Mail-Verarbeitung sind, arbeitsintensive und zeitaufwändige Arbeitsabläufe schneller und weniger fehleranfällig zu gestalten und die durchschnittliche Bearbeitungszeit der Anfragen zu verkürzen. Gleichzeitig sollen die Mitarbeiter in einem Service-Center von Routineaufgaben entlastet werden und sich so auf komplexere Tätigkeiten beziehungsweise



Bild: Marek Ullasz 1294

DAS FUNDAMENT FÜR DEN BUSINESS VALUE LEGEN

Verbraucher wollen möglichst schnelle und kompetente Unterstützung bei ihren Anliegen. Um dies zu ermöglichen, können Unternehmen einzelne Prozesse in ihrer Kundenservice-Organisation intelligent automatisieren. Ziel ist es, mit der Kombination aus menschlichem Know-how und Künstlicher Intelligenz eine gesunde Balance zwischen Automatisierung und Service-Erfahrung zu erreichen. Das bringt sowohl den Kunden als auch dem Unternehmen Vorteile.

Autor:

Christian Ott

Redaktion:

Diana Künstler

Teilprozesse konzentrieren können, welche menschliche Fähigkeiten wie Empathie, Fachwissen und Urteilsvermögen voraussetzen.

Bevor eine KI-Lösung implementiert wird, ist immer eine Analyse bestehender Geschäftsprozesse notwendig, auf deren Grundlage dann ein Lösungskonzept für deren Optimierung durch KI entwickelt werden kann. Sinnvoll ist es, die KI-Modelle vorab mit entsprechendem „Lehrmaterial“ zu trainieren – zum Beispiel mit unterschiedlichsten Kundenanfragen, die im jeweiligen Service-Center vorkommen. Ebenfalls essenziell sind sogenannte User Acceptance Tests. Diese Tests stellen im Vorhinein sicher, dass die Lösung auch im Realbetrieb reibungslos funktioniert. Zudem erhält das Kundenservice-

WAS IST INTELLIGENTE AUTOMATISIERUNG?

► Intelligente Automatisierung (IA) bezieht sich auf einen Mix aus Technologien, die Unternehmen helfen, komplexe und volumenstarke Aufgaben zu automatisieren. In der Regel umfasst das eine Kombination aus Künstlicher Intelligenz (KI) und Robotic Process Automation (RPA). Durch die Integration kognitiver Technologien ist IA dazu in der Lage, den Inhalt von Dokumenten, wie Kunden-E-Mails, zu verstehen: Natürliche Sprachverarbeitung (Natural Language Processing, NLP) wird genutzt, um unstrukturierte Informationen aus unterschiedlichen Quellen zu lesen. Natürliches Sprachverständnis (Natural Language Understanding, NLU) extrahiert diese Inhalte und kann die dahintersteckenden Emotionen verstehen und die zugrunde liegenden Konzepte und Absichten selektieren. Anschließend lassen sich diese Informationen mithilfe von RPA zur Weiterverarbeitung in die entsprechenden Systeme verschieben.

Team so von Anfang an ein positives Erlebnis mit dem neuen digitalen Helfer. Konkret kann KI Folgendes im digitalen Posteingang leisten:

► **Kunden-E-Mails automatisch vorklassifizieren:** Je nach Größe und Ausrichtung des Unternehmens können die per E-Mail eingehenden Kundenanfragen einheitlich, sehr unterschiedlich oder auch in verschiedenen Sprachen verfasst sein. Mittels Natural Language Processing (NLP) können die E-Mails analysiert und die jeweilige Zielsprache bestimmt werden. Die KI versteht zudem die Inhalte in der jeweiligen Sprache und unterteilt diese in einzelne Bausteine (Adressat, Betreff, E-Mail-Text).

► **Kundenanliegen automatisch erkennen:** KI ist fähig, aus dem Kontext der Kundenanfrage herauszulesen, was das Anliegen ist (zum Beispiel Anfrage zu Produkt, Nachfrage zu bestehendem Auftrag oder Beschwerde). Dabei lernt KI mit jedem einzelnen Kundenkontakt dazu. Je nach Unternehmen sind Trefferquoten von bis zu 90 Prozent heute schon realistisch und lassen sich durch Deep-Learning-Techniken sogar noch optimieren.

► **Kundenanfragen automatisch zuweisen:** Sind die Sprache und das Anliegen der E-Mail bestimmt, kann die vorklassifizierte Kundenanfrage in der Folge automatisiert an den richtigen Service-Mitarbeiter weitergeleitet werden. Diese Zuteilung erfolgt basierend auf vordefinierten Parametern wie Kundensegment, Service-Kategorie, Priorität, Fähigkeiten und Verfügbarkeit der Mitarbeiter und dem eigentlichen Inhalt der Anfrage. Die Einordnung erfolgt auch unter Berücksichtigung der Sprache von Kunden und Service-Mitarbeiter. Die Fähigkeit automatisch Sprachen zu erkennen, ist vor allem in

international agierenden Service-Centern von großem Vorteil, da Anfragen direkt dem Agenten zugewiesen werden können, der die Sprache des Kunden spricht.

► **Kundendaten automatisch identifizieren:** Gleichzeitig identifiziert die Lösung relevante Daten, zum Beispiel die Kundennummer und extrahiert sie (Data Extraction). Mit solchen selektierten Informationen können in den vorhandenen Back-End-Systemen automatisch relevante Informationen über den Kunden gesucht und dem entsprechenden Service-Mitarbeiter ebenfalls beim Öffnen der zugewiesenen E-Mail zur Verfügung gestellt werden. Die Anfrage landet also automatisch im Postfach der richtigen Person und ein händisches Verteilen der Anfragen entfällt. Somit kann sich der Kundenservice auf das Wesentliche konzentrieren: die schnelle und kompetente Bearbeitung der Kundenanfragen.

► **Kundendienst automatisch unterstützen:** Je nach Kategorie und Inhalt der Kundenanfrage kann eine KI-Lösung eine Antwortvorlage sowie weitere benötigte Informationen bereitstellen. Der Mitarbeiter muss die Vorlage lediglich überprüfen und gegebenenfalls zusätzliche Informationen hinzufügen. Danach wird die Antwort per E-Mail an den Kunden geschickt. Bei einer erneuten Kontaktaufnahme durch den Kunden stellt die KI sicher, dass die E-Mail erneut beim gleichen Bearbeiter landet.

In Kombination: Menschen, Prozesse und Technologien

KI im digitalen Posteingang sorgt für effiziente Antwortprozesse und führt in Folge dessen zu Zeit- und Kostenreduktion. Service-Mitarbeiter müssen nicht mehr zwischen mehreren Systemen und Programmen wechseln und Informationen händisch filtern und eintragen. Auch Zusatzinformationen müssen nicht mehr selbstständig abgerufen werden, was bei großen Dateien und Datenmengen mehrere Minuten dauern kann. So ist eine Reduzierung der durchschnittlichen Bearbeitungszeit für E-Mails um bis zu 50 Prozent bereits heute realistisch. KI hilft den Mitarbeitern eines Contact Centers aber nicht nur Zeit einzusparen, sondern eröffnet ihnen dadurch auch die Möglichkeit, die eingesparte Zeit in eine bessere Kundenbeziehung zu investieren und so die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Wollen Unternehmen schneller und intelligenter als die Konkurrenz agieren, müssen sie einen möglichst großen Teil der Routineaufgaben automatisieren und die Kreativität der Mitarbeiter auf wichtigere Prozesse lenken. Dafür bildet Intelligente Automatisierung eine wichtige Basis. Sie automatisiert sich wiederholende, manuelle Aufgaben, reduziert Fehlerquoten, macht Abläufe effizienter und senkt dadurch Arbeitskosten. Mitarbeiter können verstärkt mit Aufgaben betraut werden, die den größten Mehrwert generieren, und Unternehmen Daten schneller verarbeiten und schneller reagieren. Das wiederum steigert die Kundenzufriedenheit. Mithilfe von Intelligenter Automatisierung können Unternehmen also die Lücke zwischen Kundenerwartung und Realität schließen. Sie kombiniert Menschen, Prozesse und Technologie und beschleunigt somit den Weg zum Erfolg.

Christian Ott, Director Global Solution Development Insurance bei Swiss Post Solutions (SPS)