

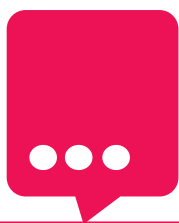


Foto: shutterstock / Zapp2Photo



„Sprachassistenten bieten eine direktere Schnittstelle von der Info zum Kunden als Telefon, Websites oder Apps“

Nils Boeffel,
Berater und IT-Experte
Enable2Grow, Berlin
www.enable2grow.com



„Hallo, lieber Kunde“

Hype oder bereits mehr? Chatbots und Sprachassistenten sollen Handel und Service verändern. Noch spielen die Händler mit den Möglichkeiten – und fehlen Erfahrungen

Hallo“, meldet sich H&M auf der bei Teenagern beliebten Chat-Plattform Kik per Textnachricht, „Lust auf Styles?“ Danach entspinnt sich ein Dialog aus Bild- und Textnachrichten. Die Interessentinnen grenzen in mehreren Schritten und anhand von vorgestellten Bildern ihren Geschmack ein und bekommen daraufhin ein Angebot aus dem H&M-Shop. Gefällt dieses nicht, versucht es der digitale Chatter von H&M noch einmal. Erster Eindruck: macht Spaß, der Schwatz.

H&M ist nicht die einzige Marke, die zurzeit mithilfe von Chatbots und Dialogsystemen Kontakt mit ihren Kunden aufnimmt. Ebenfalls auf Kik beantwortet Kosmetikanbieter Sephora Fragen zum Make-up. Beim Facebook Messenger sortiert Prospektdienstleister Kaufda die Warenwelt, nennt Produkte oder Händler.

Botcap hilft dort bei der Auswahl von Häkelmützen. Die Fluggesellschaften KLM und Austria Airlines bestätigen hier Flüge, reservieren Sitze, beantworten Fragen. Die Antworten wirken meistens, als hätten Menschen sie getippt.

Immer mehr junge und mobile Internet-Nutzer sprechen überdies ihre Suchanfragen direkt bei Google ein, Smartphones gehorchen bei weiteren Funktionen ebenfalls aufs Wort. Selbst die Lautsprecher Echo und Echo Dot von Amazon, die jetzt in Deutschland angeboten werden, nehmen gesprochene Befehle an, steuern elektronische Geräte oder lösen Bestellungen aus. „Amazon zeigt mit Echo, dass Sprachsteuerung kein Nerd-Thema mehr ist, sondern in den Alltag integriert werden kann“,

81 %
der Teenager nutzen Chat- und Messenger-Dienste. Nur 9 % schreiben noch Mails

Quelle: Social-Media Atlas, Faktenkontor

sagt Balázs Turán, Mitgründer von Creative Digital Engineers, einem Start-up, das Chatbots aufbaut. „Chatbots und Spracheingabe vereinfachen und verändern das Suchverhalten und die Kommunikation im E-Commerce.“

Der Handel wird gesprächiger: „Conversational Commerce“ heißt ein Trend, der auf Spracheingabe und Dialog in Echtzeit basiert, weitere Kommunikationskanäle eröffnet und Händlern die Möglichkeit gibt, einen Teil ihrer Kundenansprache zu automatisieren. „Viele Fragen, die Kunden stellen, sind nicht komplex und wiederholen sich“, erläutert Fabian Beringer, Gründer von E-bot7, ebenfalls ein Spezialist für Sprachassistenten. „Chatbots können diese Fragen inzwischen beantworten und

Spracheingabe: Amazon setzt Standards

Amazons Programm **Alexa** nimmt gesprochene Befehle an. In die Lautsprecher Echo und Echo Dot (Bild) integriert ist das System eine bisher einzigartige Handelsanwendung: Die Geräte nehmen Bestellungen auf, steuern Musikplayer, Leuchten und andere Elektronik, die online mit Alexa verbunden sind. **Apple (Siri)**, **Google (Alo)** und **Microsoft (Cortana)** lizenzieren ver-

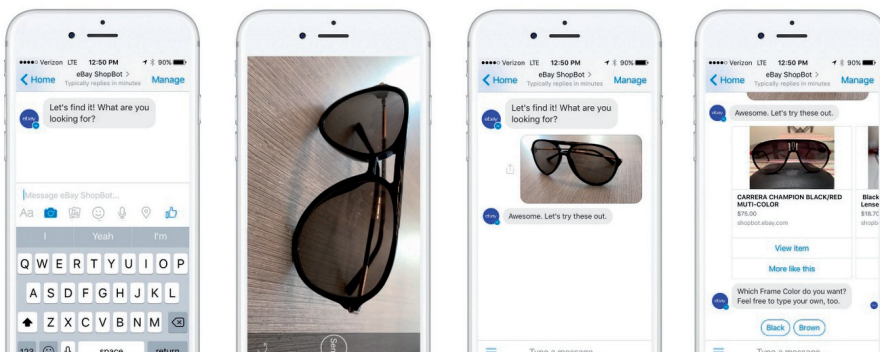


gleichbare Technologie, die auf Sprache reagiert und zum Beispiel Suchanfragen beantwortet oder Maschinen bedient.

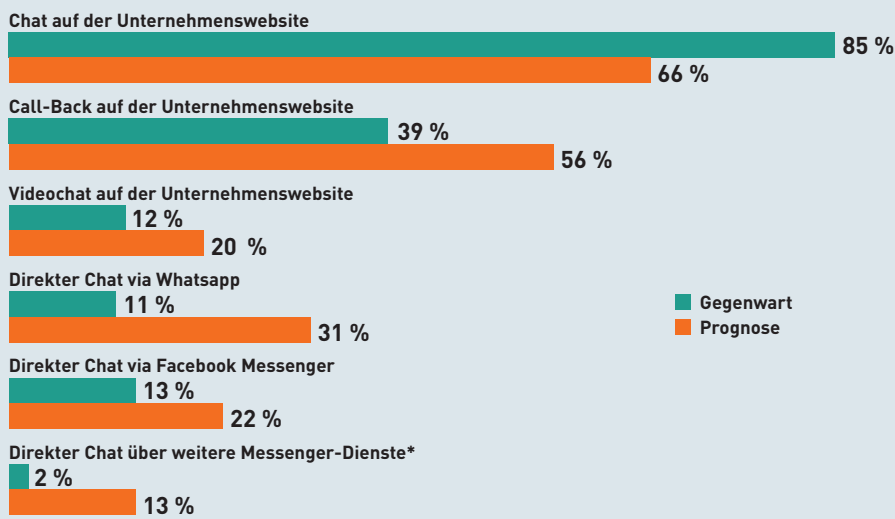
Texteingabe: Händler lieben Facebooks Messenger

Mit dem Messenger von Facebook tauschen pro Monat mehr als eine Milliarde Menschen Text- und Videonachrichten aus. Daher setzen immer mehr Fach- und Online-Händler sowie Dienstleister

auf der App Chatbots auf: **Uber** vermittelt so Auto- und Taxifahrten, **KLM** und **Austrian Airlines** Flüge, **FTI** und **TUI** Reisen. **Kaufda** hilft Usern, Produkte oder Händler aufzuspüren.



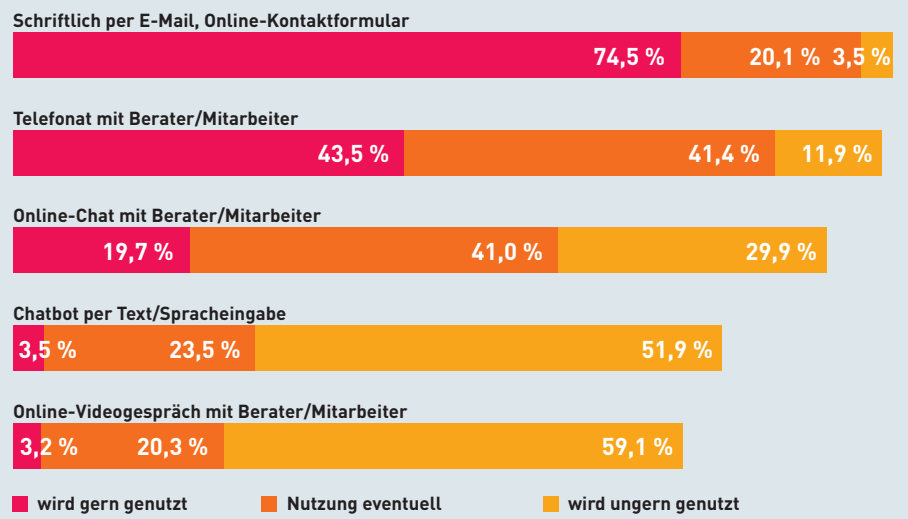
These 1: Weg von der Website hin zum Messenger



↑ Statt auf Web- und Shop-Sites wollen rund 60 Prozent der Kunden über Chat-Kanäle angesprochen werden. Einer anderen Studie zufolge ...

INTERNET WORLD Business 4/17
Quelle: ECC Köln, 2016, * z.B. Snapchat, Telegram, Threema

These 2: E-Mail und Anruf beliebter als Chatbots



↑ ... sind erprobte Kontaktkanäle wie E-Mail oder Telefon aber derzeit doch noch beliebter als Bots und Chats

INTERNET WORLD Business 4/17
Quelle: Fittkau&Maaf Consulting, Basis: Online-Einkäufer

Dialoge führen. Werden die Anfragen komplexer, geben sie das Gespräch an einen Mitarbeiter ab.“

Bis zu 60 Prozent der Kundenkommunikation sollen Sprachassistenten übernehmen können, das Einsparpotenzial in den Serviceabteilungen wird auf bis zu 80 Prozent geschätzt. Und so basteln neben Händlern und Markenherstellern viele Unternehmen aus fast allen Branchen an Chatbots und Sprachservices oder geben diese in Auftrag.

Von 111 Minuten, die sie täglich online sind, verbringen die Deutschen **42 Min. mit Facebook**

Quelle: Onlinestudie ARD/ZDF

Sprachassistenten brauchen Ziele und Strategien

Doch die digitalen Helfer, die menschliche Mitarbeiter an Telefonen und Mailaccount ersetzen sollen, erfüllen nicht alle Erwartungen. Noch sind Chatbots eher Spielereien und erste Experimente. Es fehlen Strategien zum Einsatz und vor allem valide Bewertungen von Aufwand und Nutzen. Und so wächst auch schon Kritik: Die meisten Sprachassistenten reagieren bisher nur auf festgelegte Signalwörter und helfen nach vorgegebenen Regeln. Schon Synonyme verwirren, führen zu keinen oder gar falschen Antworten. Auf

die Eingabe „blaue Schuhe“ sagt etwa der Kaufda-Bot nicht, dass es dazu keine Angebote gibt, sondern verweist auf Möbelhäuser vor Ort.

„Spracherkennung ist noch nicht befriedigend gelöst, die Systeme beschränken sich auf eingegrenzten Kontext“, sagt Nils Boeffel von der Strategieberatung Enable2-Grow. „Im Handel sind Chatbots heute oft nur verkappte Suchen, sie helfen bei ersten Schritten und einfachsten Fragen.“ Ohne weiteren praktischen Nutzen sinkt aber der Reiz des Neuen. Und so verlieren die Nutzer schnell das Interesse – selbst an so verspielten Mode- und Kosmetik-Dialogen wie denen von H & M oder Sephora.

Conversational Commerce basiert einerseits auf den Fortschritten in den Bereichen Sprach- und Bilderkennung sowie auf künstlicher Intelligenz. Computer erkennen heute selbst Dialekte und Schreibfehler, sortieren Bilder zu Themen. Aus der Verwertung unzähliger Daten, etwa zu Kauf- und Nutzerverhalten, wiederkehrenden Anliegen oder soziodemografischen Angaben können außerdem Modelle und Entscheidungsbäume konstruiert werden, die digitalen Sprechern als Reaktionsmuster dienen und sich an

den Alltag anpassen lassen. Ziel: selbstlernende Technik und Sprachsysteme.

Andererseits nimmt die Nutzung von Smartphones weiter zu, sind immer mehr Menschen ständig online und direkt ansprechbar. Messenger-Dienste und Kommunikationstools ersetzen immer öfter Anrufe, SMS, Mails sowie soziale Netze. Vor allem junge Nutzer sind, wenn sie sich mit dem Smartphone beschäftigen, bis zu 80 Prozent ihrer Zeit in diesen Kanälen aktiv. Unter den meistgenutzten Apps sind sieben Messenger-Dienste.

Messenger helfen beim Bekanntmachen von Bots

Um ihren kostenlosen Service zu monetarisieren, öffnen Anbieter wie Facebook, Snapchat, Wechat, Whatsapp, Slack, Telegram und Threema ihre Schnittstellen und ermöglichen die Integration weiterer Dienstleistungen, Funktionen und Inhalte – Chatbots etwa oder andere Dialog- und Sprachsysteme. „Messaging-Plattformen sorgen für den Durchbruch von künstlicher Intelligenz“, beobachtet Sylvia Feja. Sie ist bei Novomind, einem Hersteller von Shop-Software, verantwortlich für E-Communication oder Sprachassistenten.

Das Hamburger Unternehmen bietet schon seit Jahren diverse Dialogformate und -formulare für den Kundenservice ▶

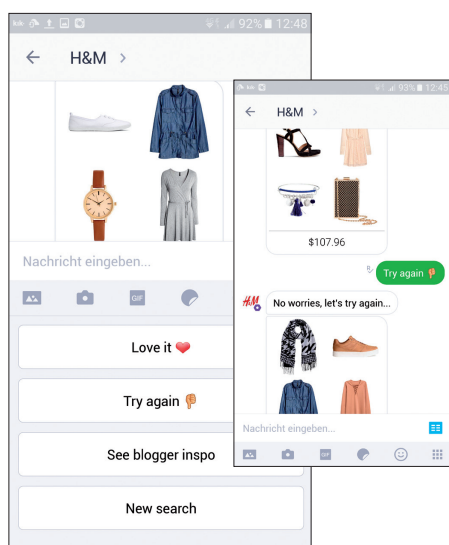


„Bots, die einen Mehrwert bieten, werden länger und ausdauernder genutzt“

Jutta Eschweiler,
Leiterin Marketing und
Face Communication
TWT Interactive,
Düsseldorf
www.twt.de

Kik Messenger – die Chat-Alternative zu Facebook

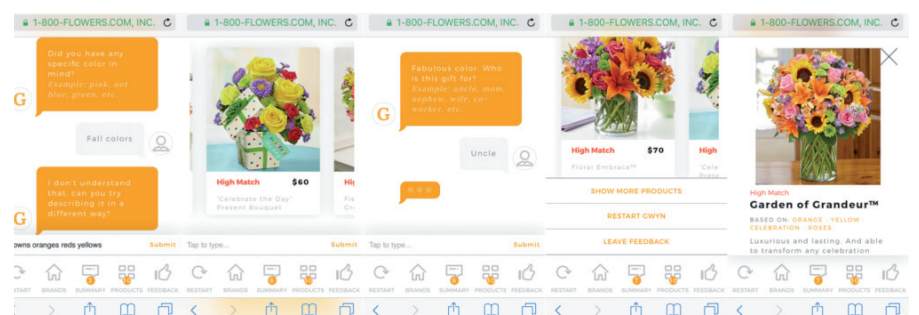
Rund 250 Millionen Menschen, bevorzugt Teenager, chatten auf Kik. Daher haben Mode- und Kosmetikanbieter wie **H & M** oder **Sephora** hier einfache Bots integriert und führen ihre jungen Kunden zu Angeboten. Kik funktioniert auch auf PCs und Notebooks. Weitere Alternativen zu Facebooks Messenger sind Chat-Dienste und Kommunikationstools wie Slack, Telegram, Whatsapp und – insbesondere in Asien – Wechat.



Beraten und mehr: Watson von IBM

Das Technologieunternehmen IBM hat mit Watson eine Cloud-basierte künstliche Intelligenz entwickelt, auf der bereits etliche sprachgesteuerte Services aufbauen. So liefert **1800-Flowers.com**

mithilfe eines Watson-Bot Sträuße aus und der Werkstattfilialist **Sears Auto** arbeitet an einer automatisierten Beratung und lässt Watson den Reifen zum Fahrstil von Kunden aussuchen.



von Shops und Finanzdienstleistern an, integriert diese jetzt aber nicht mehr nur direkt auf den Web- und Shop-Sites. „Chatbots sind effektiv, wenn sie an den richtigen Stellen eingesetzt werden. Im Kundenservice können sie ihre größte Stärke, die Dialogfähigkeit, ausspielen.“

Doch dafür sollten sie möglichst anpassungs- und sogar lernfähig sein: „Chatbots sind nicht mehr teuer und helfen, im Kundenservice Kosten zu sparen“, weiß Jutta Eschweiler, die beim Dienstleister TWT Interactive die Abteilung Face Communication leitet. „Die richtig teuren Sprachassistenten sind allerdings die, die lernen und dafür auch Kundendaten verarbeiten.“

Der Aufbau eines Chatbots, der einfache Fragen beantwortet, und die Integration in einen Messenger kostet circa 5.000 Euro. Hinzu kommen monatliche Lizenzgebühren für den Einsatz oder Erfolgsprovisionen. Lernende Systeme sind aufwendiger, müssen zu Anfang intensiv und im Einsatz weiter trainiert oder an Forderungen angepasst werden. Das macht sie teuer, die Kosten gehen, wenn auch nicht mehr in die Millionen, so doch in die Hunderttausende: Bei durchschnittlichen Lohnkosten von 120 Euro pro Tag arbeitet dafür ein Servicemitarbeiter mehrere Jahre, und zwar weitgehend eigenständig und flexibel in der Wortwahl.

Nur etwa jede 2. Marke beantwortet Kundenfragen innerhalb einer Stunde

Quelle: L2 Social Platform

assistenten lernt Parlamind noch in Kooperation mit Menschen, spart aber schon 37 Prozent der Arbeitszeit ein. Absehbar ist, dass solche Sprach- und Dialogsysteme in den nächsten Monaten billiger und noch raffinierter werden.

Eine weitere technische Hürde, um Messenger-Dienste heute schon als Kauf- oder Service-Unterstützung einzuplanen, stellen diese selbst dar: Sie bieten zwar den direkten Draht zum Kunden, doch nicht jeder verarbeitet Bild- und Videodaten gleich gut. Und die Systeme sind abgeschottet. Selbst WhatsApp, das seit der Übernahme 2014 zu Facebook gehört, ist weiterhin eine eigenständige Plattform. Das aber zwingt Unternehmen, mehrere Chatbots für diverse Plattformen aufbauen zu lassen oder einen Teil ihrer Kunden nicht mehr anzusprechen.

Facebook ist sicher mit einer Milliarde Zugriffen pro Monat die am weitesten verbreitete Nachrichten-App, doch junge Zielgruppen favorisieren Snapchat oder Kik. In Asien wiederum gehört Wechat zum Pflichtprogramm und Berufstätige koordinieren ihre Aktivitäten mit Slack. „Wir sehen zwar den Trend, dass Kunden für die Kommunikation mit Händlern und Unternehmen ihren favorisierten Messenger-Kanal wählen, aber viele Unternehmen in Deutschland wollen aus Datenschutzgründen den Chatbot auf ihrer Website aktivieren“, erklärt E-bot7-Gründer Fabian Beringer. „Chatbots sollten daher plattformübergreifend funktionieren.“ Diese Forderung aber erfüllen nicht alle Dienstleister, was die digitalen Sprachassistenten zudem verteuert.

Bei US-amerikanischen und chinesischen Messenger-Anbietern ist nicht nur der laschere Datenschutz zu bedenken – die Händler folgen zwar ihren Kunden, aber die eigene Online-Präsenz verliert an Bedeutung: Kaufentscheidungen und Service werden anderswo erbracht. GAFA (die mächtigen Plattformen Google, Apple, Facebook und Amazon) gewinnt weiter an Einfluss und weitere Einnahmemechanen: Bislang kosten die Dialoge von Sprachassistenten in ihren

Globale Gesellschaften managen mehrere 1000 Anfragen pro Tag

Schätzung: E-Bot7



„Intelligenz und Deep Learning durch Daten verbessern die Kommunikation mit Chatbots“

Balázs Turán, Mitgründer Creative Digital Engineers und Hallobot.de, Karlsruhe www.hallobot.de

Kanälen nicht einmal den Bruchteil eines Euro- oder Dollarcent. Das aber wird sich ändern, nimmt die Zahl der Gespräche und Geschäftsabschlüsse zu. Jeder Dialog bringt GAFA außerdem mehr Einsicht in das Kauf- und Nutzungsverhalten. So halten die Plattformen potenzielle Konkurrenten auf Abstand. „Google, Amazon, Facebook und Apple können Spracherkennung gut weiterentwickeln, weil sie über immer mehr Nutzerdaten, das technische Know-how und vor allem ausreichende Mittel verfügen“, sagt Berater Boeffel. Sprachtechnologien beobachten und die einzelnen Schritte der Kunden bis zur Entscheidung kritisch analysieren, heißen daher Erfolg versprechende Strategien für den Conversational Commerce. Händler sollten gut überlegen, wo und wie digitale Chatter im Shop den größten Nutzen bringen. ■



Susanne Vieser internetworld.de/vs

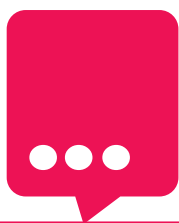


„Antwortet er angepasst, kann ein Bot bis zu 60 Prozent der Kundenanfragen abwickeln. Dafür muss die FAQ-Datenbank dialogfähig sein“

Sylvia Feja, Abteilungsleiterin E-Communications Novomind, Hamburg www.novomind.com

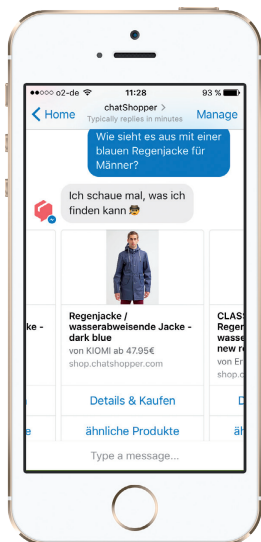
Plattformen begrenzen den Einsatz von Bots

„Im Schnitt entfallen heute rund 50 Prozent des Kundenservices auf E-Mail- oder Telefonkontakte“, berichtet Tina Kluewer, Mitgründerin und technische Leiterin von Parlamind, von eigenen Marktanalysen. „Der Anteil von Chatbots in der Kundenkommunikation wächst und liegt zurzeit bei rund sieben Prozent.“ Parlamind hat eine intelligente Software entwickelt, die an E-Mail-Accounts angebunden wird, dort mitliest und Texte für Nachrichten oder Antworten vorschlägt. Das Programm könnte zwar auch Chatbots steuern, doch Umfragen zufolge setzen die meisten Kunden noch immer auf die bewährten Kommunikationskanäle. Wie andere Sprach-



Schlauer Service im Shop-System

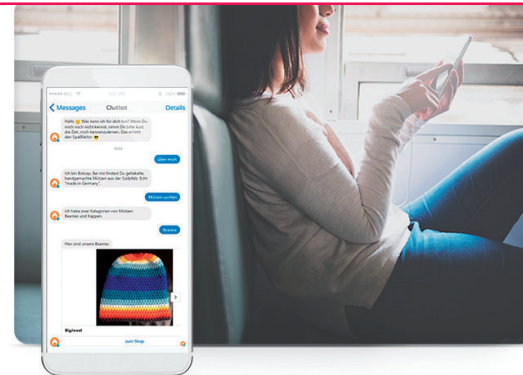
Chatbots und die Automatisierung des Kundenservices beschäftigen auch Hersteller von Shop-Systemen: **Commercetools.com** arbeitet zurzeit an der Integration von Alexa Voice Services, dem Facebook Messenger und der App Chatshopper. Konkurrent **Novomind.com** bietet schon



lange diverse automatisierte Dialogformate für den Kundenservice an, hat auch plattformübergreifende Chatbots im Programm und arbeitet an weiteren lernenden Kommunikationstools für seine Shop-Software. Die Novomind-Tools kommen bei 30 Versicherungen, Banken und Händlern wie Otto zum Einsatz.

Start-ups helfen bei Chats und Ansprache

Immer mehr junge Unternehmen empfehlen sich als Entwicklungshelfer für die automatisierte Kundenkommunikation: So bauen **Chatshopper.com** und **Hallobot.de** lernende Chatbots für Messenger-Dienste auf. **E-bot7.com** oder **Smooch.com** konstruieren diese plattformübergreifend und integrieren sie in Websites. Sie experimentieren zudem mit Sprachein-



gabe. **Parlamind.com** entwickelt indes lernende Programme zur Unterstützung des Kundenservices per Mail und Bot.