

Deshalb ist KI im CX-Bereich die Lösung für Kostenkontrolle und zufriedene Kunden

Die Welt der KI hat jede Menge Potenzial: Neue Tools und Technologien eröffnen Unternehmen ganz neue Möglichkeiten, Geschäfte zu machen. Gleichzeitig trägt die wirtschaftliche Unsicherheit dazu bei, dass die Budgets schrumpfen, Personal abgebaut wird und das Erfordernis besteht, Kosten zu sparen, ohne dabei auf Wachstum zu verzichten.

Aus dem [CX-Trends-Bericht 2023](#) geht hervor, dass zwei Drittel der Branchenexperten glauben, dass KI und Bots in den nächsten Jahren erhebliche Kosteneinsparungen ermöglichen werden.

Neue KI-Tools für Kundenservice haben das Potenzial, solche Einsparungen möglich zu machen – sie sind jedoch keine schnelle Lösung, vor allem nicht, wenn sie in Organisationen mit Silostrukturen eingesetzt werden.

Wenn Unternehmen die richtige KI strategisch zur Verbesserung der Customer Experience einsetzen, ist sie ein leistungsstarkes Tool zur Kostenkontrolle und zur Stärkung der Kundenbindung.





„Das Problem ist, die richtige KI zu finden. Viele KI-Lösungen auf dem Markt sind teuer und mit hohen IT-Kosten, langwieriger Implementierung und spezialisierten Ressourcen verbunden. Wenn eine Lösung darüber hinaus übereilt ausgewählt wurde, ist es kein Wunder, dass CX-Verantwortliche und hochrangige Führungskräfte mit den Ergebnissen ihrer Investition nicht zufrieden sind.“

Caitlin Keohane

Senior Vice President, Global Customer Advocacy, Zendesk

Die Auswahl der richtigen KI

Wo KI versagen kann	Für CX konzipierte KI
<p>Implementierung in Silos In Silos isolierte Lösungen behindern den Geschäftsbetrieb. Sie mindern die Produktivität und führen zu Datenverlusten. Ohne die Einbindung des gesamten Kundenservice-Betriebs bringt eine isolierte KI mehr Probleme als Vorteile.</p>	<p>Reduziert das Ticketvolumen und bietet dabei erstklassigen Service KI-basierte Bots halten Anfragen mit geringem Wert von Kundendienst-Mitarbeitern fern, damit sie sich auf Aufgaben mit höherer Priorität konzentrieren können. KI-gesteuertes Wissensmanagement fördert Self-Service und spart Ihrem Team Zeit, was wiederum zu einer Verringerung des Ticketvolumens führt.</p>
<p>Die Verantwortung liegt an der falschen Stelle Wenn die Verantwortung für die Effektivität der KI beim Unternehmen statt beim Anbieter liegt, verlängert sich die Zeit bis zur Bereitstellung und die Gesamtkosten steigen, da hohe IT-Ausgaben und spezialisierte Ressourcen erforderlich sind.</p>	<p>Steigert die Produktivität der Kundendienst-Mitarbeiter ohne, dass zusätzliches Personal erforderlich ist Automatisierte Arbeitsabläufe wie Triage, Makros und Stimmungsanalyse ersparen Kundendienst-Mitarbeitern repetitive, zeitraubende Aufgaben und ermöglichen einen besseren Wissenstransfer sowie eine stärker personalisierte CX.</p>
<p>Nicht für CX konzipiert Auf großen Sprachmodellen basierte KI mag hervorragend für die Erzeugung natürlich wirkender Antworten geeignet sein – ihr fehlt jedoch der Kontext, um spezifische Fragen zu Ihrem Unternehmen zu beantworten, was Kunden in die Irre führt.</p>	<p>Hilft Unternehmen, flexibel zu bleiben und Kosten zu mindern, selbst wenn sich die Geschäftsanforderungen ändern Da sich KI-Tools kontinuierlich verbessern und mit der Zeit immer intelligenter werden, können Unternehmen aller Größen und Wachstumsphasen sofort von ihnen profitieren, ohne zusätzlichen Aufwand zu betreiben.</p>

Lesen Sie weiter, um zu erfahren, wie Sie KI-Tools einsetzen können, um Ihren Kunden besseren Service zu bieten, Ihr Support-Team zu stärken und gleichzeitig Ihr Budget im Griff zu behalten.





01 Anzahl der eingehenden Supportanfragen mindern und dennoch erstklassigen Service bieten

Geschrumpfte Budgets und Personalknappheit können schnell dazu führen, dass Kundenservice-Teams durch eine Flut von Anfragen überfordert werden. Es ist keine leichter Job, und ineffektive Tools können ihn noch schwerer machen. Das wiederum kann Folgen haben, die sich auf das gesamte Unternehmen auswirken.

Schlechte Tools führen am Ende zu einer schlechten Customer Experience. Die meisten Menschen sind zum Beispiel mit dem Einsatz von Bots in ihren Servicekonversationen grundsätzlich einverstanden, aber viele berichten, dass sie mit dem Serviceniveau an sich unzufrieden sind. Schlechte Bots führen zu schlechteren Ergebnissen für Ihre Kunden und Ihr Unternehmen: Angesichts der wettbewerbsintensiven CX-

Landschaft von heute, in der großartige Bots für alle verfügbar sind, können es sich die wenigsten Unternehmen leisten, das falsche Tool zu wählen.

In diesem Bereich kann KI das Ticketvolumen mindern, ohne die Servicequalität zu beeinträchtigen:

Das Schlüsselwort heißt Bots. Wie bereits erwähnt, führen schlechte Bots zu einer schlechten Customer Experience.

Aber was macht einen schlechten Bot aus? Normalerweise ist es eine Mischung aus mangelhaften Antworten, falschen Informationen und der Unfähigkeit, eine Konversation nahtlos an einen Kundendienst-Mitarbeiter weiterzuleiten.

„Für Marken ist es wichtig, präzise Antworten zu geben und zu wissen, wann Kundendienst-Mitarbeiter für komplexere persönliche Gespräche einbezogen werden müssen. ChatGPT ist gut darin, allgemeine, sehr dialogorientierte Antworten zu finden, hat aber nicht ausreichend Kontext, um Fragen zu Ihrem Unternehmen zu beantworten – das ist ein Problem, vor allem für Kunden, die verlässliche Informationen erwarten.“

Cristina Fonseca, Vice President, Product, Zendesk

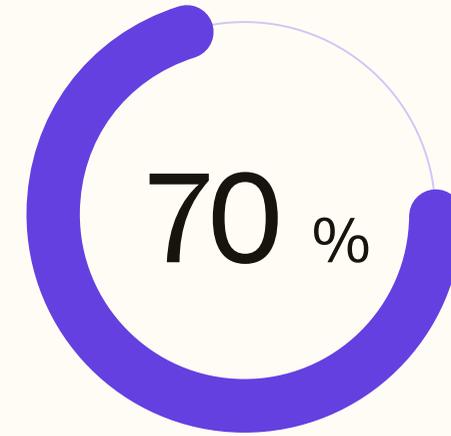
Gute Bots bearbeiten weniger komplexe Interaktionen mit geringem Wert, aber ermöglichen bei Bedarf auch eine nahtlose Übergabe an einen Kundendienst-Mitarbeiter. So können sich Kundendienst-Mitarbeiter auf hochwertige und komplexe Interaktionen konzentrieren, die sich direkt auf den Umsatz oder die Kundenbindung auswirken – und das führt wiederum zu besseren Geschäftsergebnissen.

Bots sollten außerdem in der Lage sein, sich mit anderen Geschäftssystemen zu verbinden (z. B. mit Ihrer Wissensdatenbank, Ihrer E-Commerce-Plattform oder Ihrer Plattform für die Terminplanung). Sie sollten sich in Ihren hochwertigen Kanälen wie Messaging oder E-Mail einsetzen lassen, unabhängig davon, ob es sich dabei um Social-Kanäle wie WhatsApp oder Ihr eigens entwickeltes Web- und Mobile-Messaging handelt.



Diese Bots können sofort einsatzbereit sein, sodass sich die Antworten per Mausclick konfigurieren lassen und keine Programmierung erforderlich ist. Wenn Sie jedoch ein ausgeklügeltes System benötigen, können Sie auch Daten aus Ihrem gesamten Unternehmen integrieren, um eine maßgeschneiderte, automatisierte Experience zu ermöglichen.

Wissensmanagement. Ein gesunder Kreislauf von Content-Erstellung, -Nutzung und -Integration in Kombination mit KI-Tools kann die Anzahl eingehender Supportanfragen erheblich mindern. KI kann dabei helfen, Lücken in den Artikeln der Wissensdatenbank zu erkennen, und empfehlen, welche Inhalte erstellt und welche aktualisiert werden sollten. Die Überwachung der KI durch einen Menschen, der sein eigenes Fachwissen einbringt, trägt zur Risikominderung bei und hilft bei der Content-Erstellung. Solche Artikel können Kunden den Self-Service erleichtern oder ihnen bei der Interaktion mit Bots angezeigt werden.



der Verbraucher, die Support in Anspruch nehmen, wünschen sich, dass KI eine stärker personalisierte und effektivere Customer Experience schafft.

Proaktives Messaging. Hervorragender Kundenservice bedeutet nicht nur, auf eingehende Anfragen zu reagieren, sondern auch, die Bedürfnisse der Kunden rechtzeitig und auf persönliche Art und Weise zu erfüllen. Durch proaktive Kontaktaufnahme mit Kunden und den Einsatz automatisierter Auslöser zur Personalisierung der Experience können eingehende Anfragen von kostenintensiveren Kanälen abgelenkt werden, da Probleme direkt angegangen werden und die Kunden die Möglichkeit haben, sich selbst zu helfen oder ihre Fragen mithilfe von Bots zu klären.

Im Fokus

Der deutsche Energieanbieter Enercity, arbeitet mit einer Kombination aus 126 Auslösern und dem Zendesk Answer Bot, um eine unkomplizierte, reibungslose und schnelle Kontaktaufnahme zu ermöglichen – rund um die Uhr und von überall aus – **und um die Zeit bis zur ersten Reaktion unter 18 Stunden zu halten.**

enercity

Da die Anzahl der App-Nutzer um 3250 % gestiegen war, griff NHS Digital zur Bewältigung auf Bots und Self-Service über das Help Centre zurück und verkürzte so sowohl die Bearbeitungszeit als auch den CSAT. **Jetzt lösen Answer bots 3,5 % der 70.000 monatlichen Tickets.**

NHS
Digital

Die Social-Plattform Discord kombiniert KI mit Self-Service und internen Arbeitsabläufen, um **10 % der Tickets zu vermeiden.**

 **DISCORD**



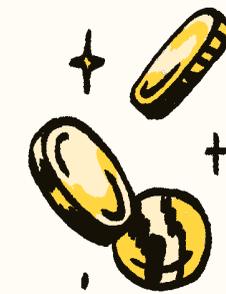
02 Produktivität der Kundendienst-Mitarbeiter ohne zusätzlichen Personalbedarf steigern

Wenn Sie Ihren Kundensupport skalieren müssen, ohne zusätzliche Mitarbeiter einzustellen, kann KI die Lücken schließen. Ähnlich wie eine Wissensdatenbank ist auch eine KI nur so hilfreich wie die Informationen und Daten, die in sie einfließen. Anstatt eine KI-Lösung durch Entwicklung Ihres eigenen Sprachmodells zu konstruieren, können Sie mit einer sofort einsatzbereiten Lösung, bei der diese schwere Arbeit bereits erledigt wurde, Zeit und Geld sparen.

Cristina Fonseca, KI-Expertin und VP of Product bei Zendesk, erklärt: „Unsere Lösungen kombinieren auf einzigartige Weise unsere gesamte leistungsstarke Support Suite, LLMs, die mit Conversational Service Tickets und Intents trainiert wurden, und schon bald die Leistungsfähigkeit von OpenAI und ChatGPT.“ „Kombinationen wie diese ermöglichen es Unternehmen, sich weniger auf die technischen Aspekte dynamischer KI-Bereiche zu konzentrieren und stattdessen die Customer Experience in den Mittelpunkt zu stellen.“

KI ist eine wichtige Strategie zur Kostenkontrolle für Unternehmen aller Größenordnungen

Anzahl von Mitarbeitern	1-250	250+
KI – Best Practice	<p>Bei effizienten Kundenservice-Teams führt eine sofort einsatzbereite Lösung dank der einfachen Einrichtung zu schnelleren Einsparungen und geringerer Komplexität.</p> <p>Der Aufbau einer durch KI optimierten Basis für Wissensmanagement hält Kunden davon ab, unnötige Tickets für häufig gestellte Fragen zu öffnen.</p> <p>Bots können eingesetzt werden, um Anfragen zu vermeiden, Fragen durch Erfassen von Daten einzuteilen und Tickets bei Bedarf nahtlos an einen Kundendienst-Mitarbeiter weiterzuleiten.</p>	<p>Größere Unternehmen verfügen über eine große Menge an Kundendaten, aber interne Silos können den Austausch dieser Informationen erschweren. Das kann negative Auswirkungen auf die Experience für Kunden und Kundendienst-Mitarbeiter haben.</p> <p>Ein einheitlicher, KI-gestützter Arbeitsbereich für Kundendienst-Mitarbeiter, der in die gesamte Architektur Ihres Unternehmens eingebunden ist, ermöglicht es, Kundendaten zu bündeln und effektiv zu nutzen.</p> <p>Der Schlüssel liegt darin, die richtigen Tools wie intelligente Omnichannel-Verteilung und relevante Makros einzusetzen, um Probleme schneller zu lösen, und gleichzeitig die KI weiter zu trainieren und so mit der Zeit zu verbessern. Das ermöglicht Zusammenarbeit und reduziert Kontextwechsel, die zu Produktivitätsverlusten führen könnten.</p>



Im Fokus

Das italienische BNPL-Unternehmen Scalapay verzeichnete bei seinen Geschäftskunden an der Kasse eine Konversionssteigerung um **11 % und 20 % weniger Kontaktaufnahmen**, während seine Endkunden vom Rund-um-die-Uhr-Self-Service und der automatischen Abwicklung profitieren.

♥ scalapay

Der Mixerhersteller Blendjet konnte seine **Produktivität um 30 % steigern**, indem er Zendesk mit seinem KI-Partner TypeGenie integrierte, um die Antworten der Kundendienst-Mitarbeiter zu automatisieren und gleichzeitig den Stil und Charakter der Marke beizubehalten.

@ **blendjet**[®]

Die Online-Lernplattform Udacity nutzte Zendesks Bot-Partner Ada, um einen maßgeschneiderten KI-basierten Bot zu entwickeln, der trotz doppeltem Datenverkehr die Kundenzufriedenheit ohne zusätzliche Mitarbeiter steigern konnte. Außerdem verzeichnete Udacity einen **Rückgang der Zeit bis zur ersten Antwort um 75 % und einen Anstieg der innerhalb von 24 Stunden gelösten Tickets um 60 %**. Insgesamt konnte Udacity durch die Effizienzsteigerung aufgrund der Einführung von KI 240.000 USD an jährlichen Personalkosten einsparen.

 UDACITY



03 Trotz veränderter Geschäftsanforderungen flexibel bleiben

Angesichts der Verschmelzung digitaler und physischer Customer Experiences und der rasanten technologischen Fortschritte ist es für Unternehmen von entscheidendem Vorteil, den Anschluss zu behalten. Daten belegen, dass 73 % der Kunden nach mehreren negativen Erfahrungen mit einem Unternehmen zu anderen Anbietern abwandern – und dass solche unbefriedigenden Erlebnisse durch die falsche CX-Lösung noch verstärkt werden können.

Aber das Wahre der Geschäftsstabilität, sei es durch Aufrechterhalten der Kosten oder sogar deren Minderung innerhalb der gesamten Organisation, kann eine große Belastung darstellen. Angesichts schrumpfender Budgets ist es nicht realistisch, in jede neue Technologie auf dem Markt zu investieren, egal wie vielversprechend sie auch erscheinen

mag. Und selbst wenn Sie investieren, können lange Vorlaufzeiten und komplexe Anpassungen von Prozessen und Arbeitsabläufen Ihr Unternehmen ausbremsen – und das in einer Zeit, in der jeder versucht, mit weniger mehr zu erreichen.

Die Lösung liegt nicht darin, immer mehr Tools zu einer bereits komplexen Produktpalette hinzuzufügen, sondern eine hochflexible, skalierbare Lösung zu finden, in die die beste KI für CX bereits integriert ist.

Wie genau kann das aussehen? Zuerst einmal sollte ein KI-basiertes CX-Tool innerhalb von Minuten einsatzbereit sein – und nicht erst nach Wochen. Es muss flexibel sein und sich an die individuellen Bedürfnisse Ihres Unternehmens

anpassen lassen. Es muss intelligente Triage und Verteilung nutzen, um sofort einsatzbereite automatisierte Arbeitsabläufe bereitzustellen, die den Anforderungen der verteilten Belegschaft von heute entsprechen. Und schließlich muss es tiefe, einfach zugängliche Einblicke und Analysen bieten, damit Ihre Administratoren die Service Experience optimieren können. Dies wiederum verschafft Ihrem Unternehmen Flexibilität bei hohem Druck, Veränderungen und Skalierungsbemühungen.

Echte Flexibilität

Durch Apps und Integrationen können Unternehmen aller Größenordnungen ihre Customer Experience im Zusammenspiel mit KI individuell gestalten.

Vor allem in Unternehmens- und Geschäftskontexten bietet unsere agile CX-Plattform Entwicklern die Möglichkeit, Zendesk individuell anzupassen und völlig einzigartige Arbeitsabläufe und Prozesse zu entwickeln.



Im Fokus

Digitec Galaxus ≈ **1,5 Millionen Tickets pro Jahr**, durch den Self-Service konnte eine erneute Erweiterung des CX-Teams vermieden werden (entsprechende Kostenersparnis), **94 % CSAT**, Automatisierung im Help Centre sorgt in der Praxis für komplexere persönliche Erfahrungen.

Digitec Galaxus AG

Die Videospiele-Entwicklerplattform Unity nutzte KI-Tools von Zendesk für schnelle Diagnosen und Anpassungen aufgrund von starkem Wachstum. Integrierte Automatisierung und eine erfolgreiche Self-Service-Strategie im Kundenservice führten zu **Kosteneinsparungen in Höhe von 1,3 Mio. USD**.



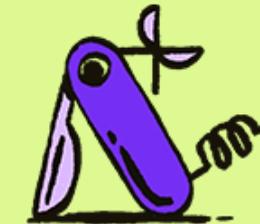
Unternehmen setzen auf Zendesk KI für besseren Service und Kosteneinsparungen

Caitlin Keohane, Senior Vice President,
Global Customer Advocacy, Zendesk

Während das Thema KI die Schlagzeilen beherrscht, haben Unternehmen ganz reale Schwierigkeiten, die Kosten angesichts wirtschaftlicher Unsicherheit niedrig zu halten. Sie möchten wissen: „Inwiefern betrifft mich dieses Thema? Kann KI wirklich den Umsatz fördern?“

Die Antwort lautet natürlich: Ja. Durchdacht und strategisch eingesetzt, hat KI das Potenzial, die Customer Experience im Kundenservice zum Besseren zu verändern. Sie kann Arbeitsabläufe automatisieren, die Kundendienst-Mitarbeiter ausbremsen, und für bessere Konversationen

sorgen, die Kunden positiv in Erinnerung bleiben. Und obwohl KI kein Wundermittel ist, das ganz einfach alles besser macht, könnte der Einsatz einer CX-Lösung mit integrierter KI die naheliegendste Lösung sein. Sie muss nicht mit neuen Modellen trainiert werden – Zendesk bietet ein komplexes, vortrainiertes Modell für Ihre jeweilige Branche an. Es ist in wenigen Minuten einsatzbereit und spart Ihnen Zeit und Geld. Zendesk KI ist ein leistungsstarkes Tool, mit dem Unternehmen ihren Kundenservice auf ein neues Niveau heben können – mit echten Lösungen, die über den üblichen Hype hinausgehen. Wir freuen uns darauf, sie mit Ihnen zu teilen.



In Zeiten extrem hoher Kundenerwartungen, Personalknappheit und wirtschaftlicher Unsicherheit hilft die Zendesk KI Kundenserviceteams, zu skalieren und dabei flexibel zu bleiben.

Klicken Sie [hier](#), um mehr darüber zu erfahren, wie KI Unternehmen hilft, Zeit zu sparen und Kosten zu senken.