

Smart Digital :: KI-generierter Podcast über die Vielfalt digitaler Erlebnisse

Entdecken Sie im Smart Digital Podcast die faszinierende Welt von Experience Design, kreativer Strategie und menschlicher Psychologie. Tauchen Sie ein in inspirierende Gespräche, geführt von KI-generierten Persönlichkeiten, die gemeinsam die Zukunft von Design, Technologie und Kommunikation gestalten.

Folge 1: Erfolgreiche Chatbot-Strategie in Handelsunternehmen

<https://open.spotify.com/show/3DOLAfYZDlvkKYqcl1B6yQ?si=45969af867504ad7>

Länge: 36 Min.

Zusammenfassung:

KI-generiertes Interview zur erfolgreichen Umsetzung einer Chatbot-Strategie

Das fiktive Unternehmen ClassicTrade hat mit "Claire", einem wegweisenden Chatbot, eine neue Ära im Kundenservice eingeleitet. Diese Entwicklung markiert einen Wendepunkt für das Unternehmen, indem sie die Interaktion mit Kunden durch intelligente und angepasste Kommunikation transformiert. "Claire" steht im Zentrum dieser Veränderung, bietet Antworten in Echtzeit und personalisiert das Einkaufserlebnis auf eine Weise, die traditionelle Grenzen überschreitet.

Die Geschichte von ClassicTrade und der Persona des CEO illustriert, wie die Integration von Chatbot-Technologie nicht nur die Kundenbindung stärkt, sondern auch das Unternehmenswachstum fördert. Ein Blick hinter die Kulissen zeigt, wie ein Chatbot zum Schlüssel für zufriedene Kunden und einen effizienten Betrieb wird.

Hinweis: Die im Dialog präsentierten Stimmen sind konzeptuell ausgearbeitete Personas, die mit Hilfe von KI erstellt wurden. Generated with [ElevenLabs](#)

.....

<!-- ANFANG -->

Intro-Musik

Interview

Ben Steinmann (Host):

Herzlich willkommen zu einer neuen Episode des Smart Digital Podcasts, dem Schaufenster für die neuesten Entwicklungen und Durchbrüche in Technologie, Design und Strategie. Ich bin Ihr Gastgeber, Ben Steinmann. In jeder Folge begrüßen wir führende Denker und Macher aus verschiedenen Branchen, um Einblicke in ihre Arbeit und die Auswirkungen auf unsere Welt zu gewinnen. Heute haben wir das Vergnügen, Jonathan Frei zu sprechen, CEO von ClassicTrade, einem Unternehmen, das für seine bahnbrechenden Ansätze im Handelssektor bekannt ist. Jonathan, willkommen im Podcast, und danke, dass du heute Zeit gefunden hast.

Jonathan Frei (CEO von ClassicTrade):

Hallo Ben, und danke für die Einladung. Es ist toll, dabei zu sein und die Chance zu haben, über ClassicTrade und die aktuellen Veränderungen zu sprechen.

Ben Steinmann:

Bevor wir uns den spannenden Themen zuwenden, würde ich gerne ein wenig über ClassicTrade erfahren. Könntest du unseren Zuhörern einen Einblick geben, was ClassicTrade ausmacht und welche Rolle du in dieser spannenden Unternehmensgeschichte spielst?

Jonathan Frei:

Selbstverständlich. Seit über einem Jahrzehnt hat sich ClassicTrade von seinen traditionellen Wurzeln im Fashion-Sales zu einem Pionier der digitalen Transformation gewandelt. Als CEO führe ich nicht nur; ich bin Teil eines engagierten Teams, das gemeinsam diese Evolution vorantreibt. Unser Ziel ist es, durch den Einsatz von Spitzentechnologien und innovativen Lösungen nicht nur das Kundenerlebnis zu revolutionieren, sondern auch unsere Betriebsabläufe zu optimieren. Dabei geht es uns um mehr als Effizienz und Innovation; es geht um den Aufbau einer Gemeinschaft und die Schaffung von Werten, die sowohl unsere Kunden als auch unsere Mitarbeiter inspirieren und empoweren. Wir sind bestrebt, das traditionelle Verständnis von Einzelhandel zu überschreiten und ClassicTrade als Synonym für zukunftsfähigen Handel zu etablieren, der auf den Prinzipien der Nachhaltigkeit, Kundennähe und gemeinschaftlichen Erfolgs basiert.

Ben Steinmann:

Das klingt nach einer beeindruckenden Mission. Ich bin gespannt, mehr darüber zu erfahren, wie ihr diese Transformation in die Praxis umsetzt und welche Rolle Technologien dabei spielen.

Jonathan Frei:

Der Schritt hin zu einer stärker technologiegetriebenen Herangehensweise in unserem Unternehmen war ein entscheidender Moment für uns. Es ging darum, unsere Prozesse zu digitalisieren und innovative Wege zu finden, um das Kundenerlebnis zu verbessern und effizienter zu gestalten. In diesem Zusammenhang haben wir uns intensiv mit den Möglichkeiten auseinandergesetzt, die die aktuelle Technologielandschaft bietet – von automatisierten Systemen bis hin zu fortschrittlichen Analysetools. Dieser ganzheitliche Ansatz hat uns schließlich auch auf das Potenzial von künstlicher Intelligenz und ähnlichen Technologien

aufmerksam gemacht, die in der Lage sind, unsere Interaktionen mit Kunden zu transformieren und zu bereichern.

Ben Steinmann:

Interessant. Wie hat sich diese Erkenntnis konkret bei ClassicTrade manifestiert? Welche Technologien habt ihr eingeführt, um diese Transformation voranzutreiben?

Jonathan Frei:

Eine der Schlüsseltechnologien, die wir in Betracht gezogen haben, war die Nutzung von Chatbots. Die Entscheidung, diesen Weg zu gehen, basierte auf der Einsicht, dass wir neue Methoden benötigten, um unseren Kunden rund um die Uhr zur Seite zu stehen und gleichzeitig unsere internen Abläufe zu entlasten. Die Idee, Chatbots zu implementieren, entstand aus der Notwendigkeit, unsere Servicequalität zu erhöhen und ein reaktionsschnelles, personalisiertes Kundenerlebnis zu bieten, das den modernen Erwartungen gerecht wird.

Ben Steinmann:

Das Einbringen von Technologie, insbesondere in den Bereich des Kundenservices, scheint bei ClassicTrade eine durchdachte Entscheidung zu sein. Angesichts der ständigen Weiterentwicklung im Bereich der künstlichen Intelligenz sind Lösungen wie Chatbots zunehmend im Fokus von Unternehmen, die ihren Kundenservice modernisieren wollen. Wie kam ClassicTrade dazu, Chatbots als Teil dieser digitalen Transformation einzusetzen? Kannst du uns mehr darüber erzählen, wie und wann ihr diese Entscheidung getroffen habt und welche konkreten Auswirkungen die Einführung von Chatbots auf das Unternehmen und eure Kunden hatte?

Jonathan Frei:

Absolut. Unsere Reise mit Chatbots begann vor etwa drei Jahren, als wir erkannten, dass der traditionelle Kundenservice nicht mehr ausreichte, um den wachsenden Anforderungen unserer Kunden gerecht zu werden. Die Digitalisierung hatte die Erwartungen verändert, und Kunden suchten nach schnelleren, nahtloseren Wegen, um ihre Anliegen gelöst zu bekommen. Dabei sind wir auf die Möglichkeiten gestoßen, die Chatbots bieten, insbesondere im Bereich der künstlichen Intelligenz.

Die Einführung von Chatbots bei ClassicTrade war ein sorgfältig geplanter Prozess. Wir wollten sicherstellen, dass die Technologie nicht nur ein zusätzlicher Kanal wird, sondern wirklich einen Mehrwert für unsere Kunden und unser Unternehmen bietet. Zu Beginn haben wir mit einem Pilotprojekt gestartet, um die Akzeptanz bei unseren Kunden zu testen und Feedback zu sammeln. Die Ergebnisse waren überwältigend positiv, was uns bestärkte, diese Technologie weiter auszubauen.

Die Auswirkungen der Chatbots auf unser Unternehmen waren vielfältig. Auf der Kundenseite haben wir eine signifikante Verbesserung der Zufriedenheit und des Engagements festgestellt. Anfragen können jetzt rund um die Uhr bearbeitet werden, was besonders wichtig ist, da wir Kunden in verschiedenen Zeitzonen bedienen. Intern hat die Einführung der Chatbots unsere Mitarbeiter entlastet. Sie können sich nun komplexeren Anfragen widmen, während Routineanfragen effizient von den Bots bearbeitet werden.

Die Entscheidung, Chatbots zu nutzen, steht im Einklang mit unserer Philosophie, innovative Technologien einzusetzen, um das Einkaufserlebnis unserer Kunden zu verbessern und unsere internen Prozesse effizienter zu gestalten. Es geht nicht nur darum, mit dem Trend zu gehen, sondern wirklich zu verstehen, wie solche Technologien einen echten Unterschied machen können.

Ben Steinmann:

Das klingt nach einer Win-Win-Situation für ClassicTrade und eure Kunden. Kannst du ein konkretes Beispiel geben, wie die Implementierung eines Chatbots einen Unterschied in der Kundeninteraktion oder einem internen Prozess gemacht hat?

Jonathan Frei:

Sicher. Ein gutes Beispiel wäre unser Online-Return-Prozess. Früher erforderte die Bearbeitung von Rücksendungen viel manuelle Arbeit, was zu Verzögerungen führte. Seit wir unseren Chatbot "Claire" eingeführt haben, können Kunden ihre Rücksendungen viel schneller und einfacher abwickeln.

Ben Steinmann:

Du meinst Claire ist der Name der KI bzw. des Chatbots?

Jonathan Frei:

Genau, Claire ist der Name unseres kundenseitigen Chatbots. Wir haben viel Zeit darauf verwendet, einen Namen zu wählen, der zugänglich und freundlich klingt, um die Hemmschwelle für unsere Kunden zu senken, mit einem automatisierten System zu interagieren. Der Name „Claire“ erschien uns als eine hervorragende Wahl, da er sowohl diese Wärme als auch eine gewisse Persönlichkeit vermittelt. Es war uns wichtig, dass unsere Kunden das Gefühl haben, mit jemandem zu sprechen, der ihnen wirklich helfen möchte, auch wenn es sich um einen Chatbot handelt. Diese Personalisierung hat einen großen Beitrag dazu geleistet, dass unsere Kunden die Interaktion mit Claire positiv aufnehmen und sich gut betreut fühlen. In dem konkreten Anwendungsfall führt "Claire" den Nutzer durch den gesamten Prozess, sammelt notwendige Informationen und aktualisiert automatisch unser Lagerverwaltungssystem. Das hat nicht nur die Arbeitslast unserer Kundendienstmitarbeiter reduziert, sondern auch die Kundenzufriedenheit erheblich verbessert.

Ben Steinmann:

Die Erfolgsgeschichte von Claire beim Vereinfachen des Rückgabeprozesses ist wirklich beeindruckend und zeigt, wie sehr Chatbots das Kundenerlebnis verbessern können. Kannst du uns noch von einer weiteren Situation erzählen, in der Claire einen signifikanten Unterschied gemacht hat, vielleicht in einem anderen Bereich des Kundenservices oder der Kundeninteraktion?

Jonathan Frei:

Natürlich. Ein weiteres Beispiel, das mir in den Sinn kommt, ist unsere Produktberatung. Vor der Einführung von Claire hatten Kunden oft Schwierigkeiten, aus unserem umfangreichen Sortiment genau das zu finden, was ihren Bedürfnissen

entspricht. Die Suche nach dem richtigen Produkt konnte zeitintensiv und manchmal frustrierend sein.

Mit Claire haben wir diesen Prozess erheblich vereinfacht. Kunden können jetzt einfach ihre Wünsche oder Bedürfnisse in natürlicher Sprache ausdrücken, und Claire leitet sie durch unser Sortiment, indem sie gezielte Fragen stellt. Auf Basis der Antworten empfiehlt der Chatbot dann Produkte, die den Bedürfnissen der Kunden entsprechen. Das hat nicht nur zu einer höheren Kundenzufriedenheit geführt, sondern auch die Konversionsrate auf unserer Webseite verbessert.

Zudem hilft Claire uns dabei, wertvolle Einblicke in die Präferenzen und Bedürfnisse unserer Kunden zu gewinnen. Jedes Gespräch mit dem Chatbot wird analysiert, um unser Produktangebot und unsere Marketingstrategien weiter zu optimieren. So schaffen wir ein noch personalisierteres Einkaufserlebnis und stärken die Bindung zu unseren Kunden.

Ben Steinmann:

Jonathan, du hast von der Nutzung natürlicher Sprache gesprochen. Könntest du genauer erklären, was damit gemeint ist und wie es sich auf die Interaktion mit eurem Chatbot auswirkt?

Jonathan Frei:

Natürlich, Ben. Mit natürlicher Spracheingabe meinen wir, dass Kunden sich einfach und ungezwungen ausdrücken können, als würden sie mit einem echten Menschen sprechen. Statt sich an vordefinierte Befehle oder Schlagwörter halten zu müssen, können sie ihre Wünsche oder Bedürfnisse ganz frei formulieren. Unser Chatbot versteht dann diese natürliche Sprache und kann entsprechend darauf reagieren, was die Interaktion für den Kunden viel intuitiver und angenehmer macht.

Ben Steinmann:

Das klingt wirklich toll. Die Nutzung von Chatbots wie Claire bietet ClassicTrade also nicht nur die Möglichkeit, den Kundenservice zu verbessern, sondern auch, tiefere Einblicke in das Kundenverhalten zu erhalten. Das scheint ein entscheidender Vorteil in der heutigen Geschäftswelt zu sein, in der die Personalisierung und das Verständnis für den Kunden immer wichtiger werden.

Jonathan Frei:

Richtig.

Ben Steinmann:

Das bringt mich direkt zu einem weiteren wichtigen Punkt. Jonathan, du hast bereits die Verbesserung der Kundenzufriedenheit und die Effizienzsteigerung im internen Prozess durch die Nutzung von Chatbots erwähnt. Könntest du uns noch mehr darüber erzählen, wie die Einführung von Chatbots in die Gesamtstrategie von ClassicTrade passt? Welche langfristigen Ziele verfolgt ihr damit?

Jonathan Frei:

Die Implementierung von Chatbots ist ein zentraler Baustein unserer digitalen Transformationsstrategie. Unser oberstes Ziel ist es, ClassicTrade als führendes Unternehmen im Bereich des digitalen Handels zu etablieren, das für ein außergewöhnliches Kundenerlebnis und Innovation steht. Chatbots wie Claire spielen dabei eine Schlüsselrolle, indem sie uns ermöglichen, diesen Anspruch in die Tat umzusetzen.

Langfristig zielen wir darauf ab, unsere Marktpräsenz zu erweitern und unsere Marke als Synonym für Kundenzufriedenheit und technologische Innovation zu etablieren. Durch die Automatisierung von Routineanfragen und die Bereitstellung eines nahtlosen, personalisierten Kundenservice rund um die Uhr stellen wir sicher, dass unsere Kunden jederzeit und überall die Unterstützung erhalten, die sie benötigen. Dies stärkt nicht nur die Kundentreue, sondern positioniert uns auch als Vorreiter in der Nutzung künstlicher Intelligenz im Einzelhandel.

Ein weiteres strategisches Ziel ist die kontinuierliche Verbesserung unserer Dienstleistungen und Produkte durch die Nutzung der Daten, die wir durch Interaktionen mit Chatbots sammeln. Die Analyse dieser Daten ermöglicht es uns, Trends und Kundenbedürfnisse frühzeitig zu erkennen und darauf zu reagieren. So können wir unser Angebot stetig optimieren und Innovationen vorantreiben, die uns einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.

Ben Steinmann:

Das ist eine klare Vision, Es scheint, als hättet ihr bei ClassicTrade nicht nur die unmittelbaren Vorteile der Chatbot-Technologie erkannt, sondern auch deren Potenzial, eure langfristigen Unternehmensziele zu unterstützen und zu fördern. Es ist faszinierend zu sehen, wie Technologien wie diese das Kundenerlebnis transformieren und gleichzeitig dazu beitragen können, das gesamte Geschäftsmodell strategisch weiterzuentwickeln.

Bevor wir zu den Herausforderungen und der Entstehungsgeschichte übergehen, würde ich gerne noch einen Aspekt vertiefen. Wie trägt die Implementierung von Chatbots bei ClassicTrade konkret zur Optimierung der Customer Experience, also des direkten Kundenerlebnisses bei? Ich meine, wenn man es ganzheitlich betrachtet, also von der ersten Wahrnehmung der Marke, der Awarenessphase, der Informationsgewinnung, der Entscheidung, also dem Purchase bis hin zur Unterstützung nach dem Kauf? Und vielleicht darüber hinaus. Wie sorgt ihr für eine nahtlose Kundenbetreuung über die gesamte sehr breite Customer Journey hinweg?

Jonathan Frei:

Das ist eine ausgezeichnete Frage. Ein Kernstück unserer Strategie und trifft den Nagel auf den Kopf, Ben. Bei ClassicTrade haben wir Claire mit dem Ziel entwickelt, nicht nur eine Support-Lösung zu sein, sondern einen integralen Bestandteil der gesamten Customer Journey darzustellen.

In der Awareness-Phase nutzt Claire fortschrittliche NLP-Algorithmen, um komplexe Kundenanfragen zu verstehen und präzise Informationen über unser Produktportfolio

bereitzustellen. Dieser erste Berührungspunkt hilft, das Vertrauen und das Interesse der Kunden zu wecken, indem es zeigt, dass wir ihre Bedürfnisse ernst nehmen.

Beim Übergang zur Entscheidungsfindung analysiert Claire die Präferenzen und Anforderungen des Nutzers, um maßgeschneiderte Empfehlungen anzubieten. Das umfasst nicht nur Produktvorschläge, sondern auch Vergleiche, Bewertungen und detaillierte Produktinformationen, die eine informierte Kaufentscheidung unterstützen.

Nach dem Kauf aktiviert Claire unser umfassendes Support-Netzwerk, um sicherzustellen, dass die Kunden bei jeglichen Fragen oder Problemen sofortige Hilfe erhalten. Das beinhaltet Unterstützung bei der Einrichtung des Produkts, Antworten auf häufig gestellte Fragen und Hilfe bei eventuellen Problemen. Dieser proaktive Ansatz fördert nicht nur die Kundenzufriedenheit, sondern auch die Kundenbindung, indem er zeigt, dass wir auch nach dem Kauf für unsere Kunden da sind.

Darüber hinaus spielt Claire eine Schlüsselrolle in unserem Feedback-Loop. Durch gezielte Nachfassaktionen sammelt der Chatbot wertvolles Kundenfeedback, das in Echtzeit analysiert wird, um unser Angebot ständig zu verbessern und zukünftige Produktentwicklungen zu informieren.

Indem wir diese Technologie über die gesamte Customer Journey hinweg einsetzen, schaffen wir ein kohärentes und zufriedenstellendes Erlebnis, das nicht nur die unmittelbaren Bedürfnisse unserer Kunden adressiert, sondern auch eine langfristige Beziehung und Loyalität fördert. Es geht darum, unseren Kunden zu zeigen, dass ClassicTrade mehr als nur ein Anbieter ist – wir sind ein vertrauenswürdiger Partner auf ihrer Shopping-Reise.

Ben Steinmann:

Die tiefgreifende Wirkung, die Chatbots auf das Kundenerlebnis bei ClassicTrade haben, hebt deutlich hervor, wie zentral sie für eure digitale Strategie geworden sind. Angesichts der beeindruckenden Ergebnisse interessiert es mich besonders, mit welchen Herausforderungen ihr auf dem Weg dorthin konfrontiert wart. Die Einführung einer solch fortschrittlichen Technologie verläuft selten ganz reibungslos. Könntest du uns einen Einblick geben, welche Schwierigkeiten beim Aufbau und der Integration eures Chatbot-Systems auftraten? Welche Schritte habt ihr unternommen, um diese Hürden zu meistern, und welche Partner standen euch zur Seite, um den Erfolg sicherzustellen?

Jonathan Frei:

Mit deiner Anmerkung liegst du natürlich richtig. Nichts geht wirklich reibungslos vonstatten. Insbesondere, wenn es sich um so tiefgreifende Prozessänderungen handelt.

Die Einführung von Chatbots bei ClassicTrade war ein längerer Prozess, der sorgfältige Planung und Überlegung erforderte. Eines der größten Hindernisse war in der Tat die Auswahl der richtigen Plattform. Angesichts der Vielzahl an verfügbaren Technologien und Anbietern wollten wir eine Lösung finden, die nicht nur zu unseren kurzfristigen Zielen passt, sondern auch die Flexibilität bietet, mit uns zu wachsen

und sich anzupassen. Die Skalierbarkeit war damit eines der größten Herausforderungen.

Am Anfang wussten wir nicht, wohin die Reise gehen soll. Oder welchem Umfang beispielsweise regelbasierte oder intelligente Chatbotssysteme bieten und welche Kosten auf uns zukommen könnten.

Wir standen vor der Herausforderung, einen Chatbot zu entwickeln, der natürlich und hilfreich kommunizieren kann, ohne die menschliche Note zu verlieren. Dabei war es entscheidend, ein Gleichgewicht zwischen automatisierter Effizienz und persönlicher Kundenerfahrung zu finden.

Ein weiteres Hindernis war die Integration des Chatbots in unsere bestehenden Systeme und Prozesse. Es war wichtig, dass der Chatbot nahtlos mit unserem CRM-System, unserer Datenbank und anderen Technologieplattformen zusammenarbeitet, um eine konsistente und informative Kundenerfahrung zu gewährleisten.

Um diese Herausforderungen zu bewältigen, haben wir eng mit einem Team aus internen IT-Spezialisten und externen Beratern zusammengearbeitet. Wir haben mehrere Anbieter und Plattformen evaluiert, Prototypen entwickelt und ausgiebig getestet, bevor wir uns für eine Lösung entschieden haben. Dieser kooperative Ansatz hat es uns ermöglicht, von verschiedenen Perspektiven und Expertisen zu profitieren und letztendlich eine Lösung zu implementieren, die unseren Anforderungen entspricht.

Die Implementierung war ein iterativer Prozess, der ständiges Lernen und Anpassen erforderte. Rückmeldungen von Kunden und Mitarbeitern waren dabei unerlässlich, um den Chatbot kontinuierlich zu verbessern und zu optimieren. Letztendlich hat uns diese Erfahrung gelehrt, dass die erfolgreiche Implementierung von Chatbots nicht nur eine Frage der Technologie ist, sondern auch eine des Verständnisses für unsere Kunden und deren Bedürfnisse.

Ben Steinmann:

Das ist eine wertvolle Erkenntnis. Die Bedeutung der sorgfältigen Planung, der Zusammenarbeit mit Experten und der Bereitschaft, von Rückmeldungen zu lernen, kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden. Es zeigt, dass hinter jeder erfolgreichen Technologieeinführung viel mehr steckt, als man auf den ersten Blick vielleicht vermuten würde. Und dieser Prozess endet erfahrungsgemäß nicht.

Jonathan Frei:

Ganz genau, Die Reise der digitalen Transformation, insbesondere wenn es um Technologien wie Chatbots geht, ist tatsächlich ein kontinuierlicher Zyklus der Verbesserung und Anpassung. Es ist ein dynamischer Prozess, der uns dazu zwingt, agil zu bleiben und unsere Strategien regelmäßig zu überdenken. Dieser Ansatz ermöglicht es uns, nicht nur auf Veränderungen im Markt oder bei den Kundenerwartungen zu reagieren, sondern auch proaktiv Innovationen zu gestalten

und einzuführen. Die kontinuierliche Optimierung ist der Schlüssel, um nicht nur Schritt zu halten, sondern auch als Vorreiter in unserem Sektor zu agieren.

Ben Steinmann:

Jonathan, du hast die Bedeutung der Zusammenarbeit mit Experten erwähnt, um die Herausforderungen bei der Implementierung von Chatbots zu überwinden. Gibt es einen speziellen Partner, mit dem ihr zusammengearbeitet habt, der euch nicht nur technologische Unterstützung, sondern auch kreative, strategische Ansätze bieten konnte? Wie hat dieser Partner dazu beigetragen, die Interaktionen mit eurem Chatbot auf ein höheres Niveau zu heben?

Jonathan Frei:

Ja, tatsächlich haben wir einen bemerkenswerten Partner an unserer Seite gehabt, der maßgeblich zu unserem Erfolg beigetragen hat. Bei der Suche nach dem richtigen Partner haben wir Wert darauf gelegt, jemanden zu finden, der über technisches Know-how hinausgeht und uns helfen kann, ein wirklich einzigartiges Kundenerlebnis zu schaffen.

Wir haben uns letztendlich für eine Zusammenarbeit mit einer Beratungsagentur entschieden, die sich auf Experience Design und Verhaltensökonomik spezialisiert hat. Dieser Partner brachte eine frische Perspektive in das Projekt ein, indem sie uns half, die Interaktionen aus der Sicht des Kunden zu betrachten und zu verstehen, wie wir diese Erfahrungen emotional ansprechender und intuitiver gestalten können.

Durch die Anwendung von Prinzipien der Verhaltensökonomik, konnten wir besser verstehen, wie Entscheidungen unserer Kunden beeinflusst werden, und haben diese Erkenntnisse genutzt, um den Chatbot so zu gestalten, dass er die Nutzer auf natürliche und effektive Weise durch ihre Customer Journey führt. Unser Partner hat uns auch dabei unterstützt, kreative und strategische Ansätze zu entwickeln, um das Engagement zu erhöhen und eine tiefere Bindung zu unseren Kunden aufzubauen.

Die Zusammenarbeit war ein echter Dialog, in dem wir gemeinsam Konzepte entwickelt und iterativ getestet haben, um sicherzustellen, dass der Chatbot nicht nur funktionale, sondern auch emotionale Bedürfnisse erfüllt. Diese Partnerschaft hat es uns ermöglicht, ein Kundenerlebnis zu schaffen, das weit über das hinausgeht, was wir allein hätten erreichen können, und hat "Claire" zu einem wesentlichen Bestandteil der Customer Journey bei ClassicTrade gemacht.

Ben Steinmann:

Lass uns kurz auf den Begriff "Verhaltensökonomik" eingehen, da hier sicherlich einige Rückfragen kommen werden.

Jonathan Frei:

Die Konzentration auf den Einfluss der Verhaltensökonomik bei der Implementierung eines Chatbots verdeutlicht, wie tiefgehend und strategisch die Anwendung psychologischer Prinzipien sein kann, um Kundeninteraktionen zu verbessern und Geschäftsziele zu erreichen. Durch die Integration dieser Erkenntnisse in die Reaktionen und das Verhalten des Chatbots konnte ClassicTrade einen deutlichen

Mehrwert schaffen, sowohl in Bezug auf das Kundenerlebnis als auch auf die Geschäftsergebnisse.

Die Nutzung der Verhaltensökonomik ermöglichte es, die Entscheidungsprozesse der Kunden besser zu verstehen und zu antizipieren. So konnten Reaktionen und Inhalte des Chatbots gezielt darauf ausgerichtet werden, positive Emotionen zu wecken, Vertrauen aufzubauen und die Kunden durch ihre Kaufentscheidungen zu führen. Dieser Ansatz betont die Bedeutung des Verstehens menschlicher Verhaltensweisen und der Anpassung technologischer Lösungen an diese Erkenntnisse, um ein ansprechenderes und wirksames Kundenerlebnis zu schaffen.

Die Agentur spielte eine entscheidende Rolle dabei, nicht nur die theoretischen Grundlagen der Verhaltensökonomik zu liefern, sondern auch praktische Anleitungen und kreative Lösungen zu entwickeln, die direkt in die Gestaltung und Programmierung des Chatbots "Claire" einfließen. Durch diesen kooperativen und iterativen Prozess konnten ClassicTrade und die Agentur sicherstellen, dass der Chatbot authentisch auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden eingeht, indem er nicht nur funktionale Anfragen effizient bearbeitet, sondern auch eine emotionale Resonanz und Bindung mit den Nutzern erzeugt.

Diese Herangehensweise illustriert den Wert der Verhaltensökonomik als Werkzeug, um technologische Anwendungen wie Chatbots zu verfeinern und zu optimieren. Sie zeigt, dass der Erfolg solcher Technologien nicht allein von ihrer technischen Leistungsfähigkeit abhängt, sondern auch davon, wie gut sie die menschlichen Aspekte des Kundenerlebnisses adressieren und bereichern können. Durch die geschickte Kombination von verhaltenswissenschaftlichen Einsichten mit technologischer Innovation konnte ClassicTrade einen Chatbot schaffen, der nicht nur ein Hilfsmittel ist, sondern ein integraler Bestandteil der Kundenreise, der das Erlebnis und die Zufriedenheit der Nutzer spürbar verbessert.

Ben Steinmann:

Das zeigt wieder einmal, wie wichtig es ist, über den technischen Tellerrand hinauszublicken und in die Qualität der Kundeninteraktionen zu investieren. Euer Ansatz, Expertise in Experience Design und Verhaltensökonomik einzubeziehen, hat sicherlich dazu beigetragen, dass euer Chatbot mehr ist als nur ein weiterer Kundenservice-Kanal. Herzlichen Dank, für diese tiefen Einblicke in euren Prozess und die strategische Denkweise hinter eurer Entscheidung.

Jonathan Frei:

Und lass mich bitte hinzufügen, dass dieser integrative Ansatz uns ermöglicht, nicht nur die Technologie hinter unseren Chatbots kontinuierlich zu verbessern, sondern auch ein tieferes Verständnis für unsere Kunden und deren Bedürfnisse zu entwickeln. Es ist diese Verbindung zwischen technischer Innovation und menschlichem Verständnis, die ClassicTrade dazu befähigt, echte Werte zu schaffen und positiv auf das Kundenerlebnis einzuwirken. Diese Philosophie ist der Kern dessen, was wir tun, und leitet uns in unserer täglichen Arbeit und in der Art und Weise, wie wir Feedback sammeln und auswerten.

Ben Steinmann:

Hervorragend. Echte Insights.

Jonathan Frei:

Ja, unbezahlbar.

Ben Steinmann:

Nun zu einem weiteren wesentlichen Aspekt – dem Umgang mit Kundenfeedback und der Messbarkeit der Erfolge eurer Chatbots. Könntest du uns erläutern, wie ClassicTrade die Perspektive der Kunden auf Chatbots analysiert? Wie werden Erfolgsgeschichten und positives Kundenfeedback gesammelt und ausgewertet, um das Angebot kontinuierlich zu verbessern?

Jonathan Frei:

Natürlich. Die Sammlung und Analyse von Kundenfeedback ist für uns ein zentraler Bestandteil, um den Erfolg von Claire und die Wirksamkeit unserer Chatbot-Strategie insgesamt zu messen. Von Anfang an haben wir Mechanismen integriert, die es uns ermöglichen, kontinuierlich Daten zu sammeln und aus diesen zu lernen.

Einer der Wege, wie wir Feedback sammeln, ist durch direkte Befragungen innerhalb des Chatbot-Dialogs. Nach Abschluss eines Gesprächs mit Claire bitten wir die Kunden um eine kurze Bewertung ihrer Erfahrung. Dies gibt uns sofortiges Feedback darüber, wie zufrieden die Kunden mit der Unterstützung durch den Chatbot waren.

Zusätzlich analysieren wir die Chat-Protokolle, um zu verstehen, bei welchen Themen die Kunden am häufigsten Unterstützung suchen und wo möglicherweise Verständnisschwierigkeiten auftreten. Diese Analysen ermöglichen es uns, die Antworten von Claire kontinuierlich zu verfeinern und die Nutzerführung zu optimieren.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Auswertung quantitativer Daten. Wir messen die Nutzungsfrequenz des Chatbots, die durchschnittliche Dauer der Interaktionen und die Konversionsrate nach der Nutzung des Chatbots. Diese Kennzahlen helfen uns, die direkte Auswirkung von Claire auf unsere Geschäftsziele zu bewerten.

Erfolgsgeschichten und besonders positives Kundenfeedback heben wir intern und in unseren Marketingmaterialien hervor. Solche Geschichten sind nicht nur ein Beweis für den Erfolg unseres Ansatzes, sondern dienen auch als Motivation für unser Team und als Inspiration für weitere Verbesserungen.

Durch die Kombination dieser Methoden können wir ein umfassendes Bild davon erhalten, wie unsere Kunden die Interaktion mit Claire erleben und welche Auswirkungen dies auf ihr Einkaufserlebnis hat. Diese Erkenntnisse sind entscheidend dafür, unsere Strategie kontinuierlich anzupassen und das Kundenerlebnis bei ClassicTrade zu optimieren.

Ben Steinmann:

Ihr nutzt also den Chatbot selbst, um konkrete Feedbackmethoden anzuwenden oder sogar zu erweitern. Es wäre interessant zu erfahren, wie tief Claire direkt in den Prozess der Datensammlung und -analyse involviert ist.

Jonathan Frei:

Ja, genau. Das ist eine der Stärken, die Claire in unser Feedback- und Analyse-System bringt. Claire ist nicht nur auf der Frontend-Seite aktiv, um mit Kunden zu interagieren, sondern spielt auch eine zentrale Rolle bei der Sammlung und Voranalyse von Kundenfeedback.

Eines der innovativsten Features, das wir integriert haben, ist die Fähigkeit von Claire, unmittelbar nach Abschluss eines Kundengesprächs um Feedback zu bitten. Dies geschieht in einer sehr natürlichen und unaufdringlichen Weise, was die Bereitschaft der Kunden erhöht, ihre Erfahrungen zu teilen. Darüber hinaus ist Claire programmiert, spezifische Keywords und Sentiments in den Antworten zu erkennen, die uns wertvolle Hinweise auf die Kundenstimmung und -zufriedenheit geben.

Diese Informationen werden dann in Echtzeit in unsere Analysetools eingespeist, wodurch wir nicht nur ein kontinuierliches Monitoring haben, sondern auch schnell auf Trends reagieren können. Durch die direkte Integration dieser Funktionen in den Chatbot können wir eine dynamischere und reaktionsschnellere Feedbackschleife aufbauen, die es uns erlaubt, das Kundenerlebnis konstant zu verbessern.

Zusätzlich nutzen wir Claire, um gezielte Umfragen durchzuführen, basierend auf dem Kontext der vorherigen Interaktionen mit dem Kunden. Das hilft uns, tiefergehende Einblicke in spezifische Aspekte der Customer Journey zu gewinnen und unsere Services noch besser auf die Bedürfnisse unserer Kunden abzustimmen.

Ben Steinmann:

Das ist wirklich eine innovative Nutzung der Chatbot-Technologie, indem Claire direkt in den Feedbackprozess eingebunden wird, schafft ihr nicht nur eine effiziente Feedbackschleife, sondern verbessert auch das Engagement und die Zufriedenheit eurer Kunden.

Eine beeindruckende Demonstration, wie Technologie genutzt werden kann, um das Kundenerlebnis auf das nächste Level zu heben.

Ein fortschrittlicher Ansatz zur Datenanalyse und insgesamt zum Feedbackmanagement.

Jonathan Frei:

Absolut.

Ben Steinmann:

Jonathan, wir haben heute viel über die aktuellen Erfolge und die strategische Nutzung von Chatbots bei ClassicTrade gesprochen. Bevor wir unser Gespräch abschließen, würde ich gerne noch einen Blick in die Zukunft werfen. Basierend auf deinen Erfahrungen und Einsichten, wie siehst du die Entwicklung von Chatbot-Technologien und deren Einsatzmöglichkeiten? Gibt es spezielle Trends

oder innovative Anwendungsfälle, die du für besonders vielversprechend hältst, um das Kundenerlebnis weiter zu verbessern und zu transformieren?

Jonathan Frei:

Die Zukunft der Chatbot-Technologie und künstlichen Intelligenz im Allgemeinen ist unglaublich spannend, Ben. Wir stehen erst am Anfang dessen, was möglich ist, und die Möglichkeiten zur Weiterentwicklung sind praktisch grenzenlos. Eine der Entwicklungen, die ich für besonders interessant halte, ist die Verbesserung der natürlichen Sprachverarbeitung (NLP) und des maschinellen Lernens. Diese Fortschritte werden es Chatbots ermöglichen, noch nuancierter und menschenähnlicher zu kommunizieren, was die Kundeninteraktionen weiter personalisieren und verbessern wird.

Zudem sehe ich großes Potenzial in der Integration von Chatbots in neue Bereiche und Plattformen, wie zum Beispiel soziale Medien, virtuelle Assistenten und sogar IoT-Geräte. Dies wird Unternehmen wie ClassicTrade ermöglichen, Kunden dort zu erreichen und zu unterstützen, wo sie sich am meisten aufhalten und interagieren.

Ein weiterer spannender Trend ist die zunehmende Verschmelzung von Chatbots mit Augmented Reality und Virtual Reality, um immersive Shopping-Erlebnisse zu schaffen. Man stelle sich vor, ein Kunde kann durch die neuen Anwendungen ein Produkt virtuell erleben und gleichzeitig in Echtzeit Fragen stellen und Unterstützung von einem Chatbot erhalten. Dies könnte die Art und Weise, wie wir online einkaufen, grundlegend verändern.

Schließlich glaube ich, dass wir einen stärkeren Fokus auf ethische Überlegungen und Datenschutz sehen werden, wenn es um die Entwicklung und Implementierung von Chatbots geht. Es ist entscheidend, dass wir als Unternehmen Vertrauen aufbauen und die Privatsphäre unserer Kunden respektieren, während wir gleichzeitig innovative Lösungen anbieten.

Ben Steinmann:

Das klingt nach einer Zukunft, in der Chatbots und KI eine noch zentralere Rolle in unserem Alltag und unseren Interaktionen mit Marken und Unternehmen spielen werden. Vielen Dank, dass du diese faszinierenden Einblicke mit uns geteilt hast. Es war ein inspirierendes Gespräch, und ich bin gespannt, wie sich ClassicTrade und die Branche insgesamt weiterentwickeln werden.

Das bringt uns auch zum Ende unserer heutigen Diskussion. Ich möchte mich herzlich bei unserem Gast, Jonathan Frei, für die Einblicke in die transformative Reise von ClassicTrade und die faszinierende Welt der Chatbots bedanken. Jonathan, es war eine Freude, dich hier zu haben.

Jonathan Frei:

Danke, Ben. Es war mir eine Ehre, unsere Erfahrungen und Zukunftsvisionen mit euren Zuhörern zu teilen. Ich freue mich schon darauf zu sehen, wie sich die Technologie und insbesondere Chatbots weiterentwickeln werden.

Ben Steinmann:

Und natürlich ein riesiges Dankeschön an unsere Zuhörerinnen und Zuhörer fürs Dabeisein. Eure Neugier und euer Interesse treiben uns an, spannende Themen rund um Technologie und ihre Auswirkungen auf unsere Arbeits- und Lebenswelt zu erkunden. Vergesst nicht, unseren Podcast zu abonnieren, damit ihr keine Episode verpasst. Und falls ihr tiefer in die Materie eintauchen wollt, das Script zu dieser Sendung erhaltet ihr, wie immer, bei Zuschrift an unsere E-Mail-Adresse, podcast@smartdigital.de.

Bis zum nächsten Mal bei Smart Digital, wo wir weiterhin die Grenzen des Möglichen ausloten. Bleibt neugierig und inspiriert.

Auf Wiederhören!

Euer Ben.

Outro-Musik

<!-- ENDE -->

© 2024 | smartdigital powered by chabooka.com