

# Machen Sie Ihren virtuellen Assistenten zum **„Mitarbeiter des Jahres“**

Virtuelle Assistenten (VA) können dazu beitragen, Ihre Kosten zu senken, das Kundenerlebnis zu verbessern und die Lenkung von Anrufen zu optimieren.

## Die Schaffung einer intelligenten Ressource, die Ihre Kunden lieben werden

Intelligente virtuelle Assistenten gibt es in unterschiedlicher Form und Größe – von einfachen Webchat-Boxen bis hin zu aufwändig gestalteten Avataren, die zahlreiche Sprachen sprechen und in der Lage sind, eine ganze Bandbreite menschlicher Emotionen auszudrücken. Darüber hinaus können sie eingesetzt werden, um unterschiedlichste Aufgabenbereiche abzudecken – von der Bereitstellung einer intelligenten Schnittstelle auf der FAQ-Seite Ihrer Homepage über die Vereinfachung der Navigation auf Ihrer Website bis hin zur Beantwortung komplexer Kundenanfragen oder der Unterstützung von Produktverkäufen.



In nur wenigen Wochen könnten Sie Ihren neuen „Mitarbeiter des Jahres“ erschaffen – und nicht nur für dieses, sondern auch für jedes weitere Jahr.

Virtuelle Assistenten können alles sein – von autonomen Such- oder Chatfenstern bis hin zu einer hochentwickelten Omnichannel-Plattform, welche die Daten aus Ihren CRM-, ERP-, Finanz- und/oder Analytiksystemen integriert, um eine deutlich erweiterte Funktionalität, eine umfassendere Kundenerfahrung und maximalen ROI zu liefern.

Mit einer derart vielfältigen Palette an Optionen kann schnell Verunsicherung darüber entstehen, wie die Einführung eines VA wertschöpfend für Ihr Unternehmen und Ihre Marke eingesetzt werden kann, und wie dessen Integration in Ihr Contact Center, Ihre Informationssysteme und das Kundenerlebnis realisiert werden kann. Um Sie zu unterstützen, bietet Ihnen dieser Guide einen detaillierten Überblick darüber, wie Nuance bei der Implementierung der virtuellen Assistentin Nina mit führenden Unternehmen zusammenarbeitet, welche Vorteile dies bietet und wie Sie in nur wenigen Wochen Ihren neuen „Mitarbeiter des Jahres“ erschaffen können – und zwar nicht nur in diesem, sondern auch in jedem weiteren Jahr.

## Was ist Nina?

Nina ist eine virtuelle Assistentin, die für ein intuitives, freundliches und professionelles automatisiertes Erlebnis zahlreiche Kanäle hinweg entwickelt wurde: Desktop- und mobile Browser, mobile Apps, Textnachrichten, Facebook-Messenger, SMS, Smart-Home-Lautsprecher und Sprachdialogsysteme (IVR). Indem sie erstklassige Technologien zum Verstehen natürlicher Sprache nutzt, ist Nina in der Lage, nicht nur die Worte, die Ihr Kunde spricht oder tippt zu verstehen, sondern auch die hinter dessen Anfrage stehende Intention.

Dieser Grad an Intelligenz verschlankt die Interaktion und ermöglicht es Nina, die Fragen von Kunden schnell zu beantworten, sie zu Produkten zu führen oder bei komplexen Aktionen Schritt für Schritt anzuleiten. Hochentwickelte kommunikative Fähigkeiten ermöglichen es Nina darüber hinaus, natürliche, menschenähnliche Unterhaltungen zu führen, auf die sich die Kunden gerne einlassen – sei es, um deren Anfragen zu spezifizieren, weitere Schritte zu besprechen oder eine bestimmte Aufgabe auszuführen.

Nina liefert ein einheitliches Erlebnis, egal für welchen Kanal sich der Kunde entscheidet, und bleibt dabei schnell und benutzerfreundlich – selbst wenn sich der Kunde zwischen verschiedenen Kanälen bewegt. Nina steigert die Kundenzufriedenheit und senkt durch die personalisierten Interaktionen, welche individuelle Probleme schnell lösen, gleichzeitig die Kosten. Nina kann in kostengünstigen Servicekanälen hohe Volumina abfertigen. Auf diese Weise ist es Live Agenten möglich sich auf umsatzstarke Kunden und komplexere Interaktionen zu fokussieren.

Außerdem wurde Nina entwickelt, um ein zukunftsfähiges Fundament für intelligente Automatisierung zu bilden.

- Proaktives Targeting ermöglicht es Unternehmen, ihre Kunden zur richtigen Zeit mit der richtigen Botschaft anzusprechen. Integriertes starkes Branding und Best Practices ermöglichen es, dass die Targeting Engine in der Lage ist, zu entscheiden, wann Nina angeboten wird – zum Beispiel, wenn ein Seitenbesucher im Checkout-Vorgang stecken geblieben ist.
- Ein hochentwickeltes Werkzeugset für extrem schnelle Optimierung – da die Interaktionsdaten automatisch im Sinnzusammenhang gebündelt und zurück ins System geleitet werden, ist es dem virtuellen Assistenten möglich, kontinuierlich zu lernen und schon bald komplexere Kundeninteraktionen zu handhaben.
- Die Digital Engagement Platform von Nuance wägt die Vorteile des maschinellen Lernens gegen menschliches Wissen und Können ab. Dies ermöglicht es geschulten Agenten, in den seltenen Fällen, in denen Nina keine Antwort parat hat, die Interaktion zu übernehmen, und gewährleistet eine Echtzeit-Reaktion auf die sich ändernden Marktbedingungen.
- Investitionen in Nina lassen sich mühelos von einem Kanal auf den anderen ausdehnen und schaffen so nicht nur eine einheitliche Omnichannel-Erfahrung, sondern verringern auch die Gesamtbetriebskosten.

Nina erfüllt die Bedürfnisse großer global agierender Unternehmen mit strengen Anforderungen an nahtlose Übergänge zwischen automatisierten und von Menschen unterstützten Interaktionen, Datensicherheit, Systemintegration, Sprachfähigkeiten etc. Nina ist PCI-konform und verfügt über unternehmensweite SLAs; Nina lässt sich problemlos in eine breitgefächerte Palette von Drittsystemen integrieren, einschließlich CRM- und Wissensmanagementlösungen, und unterstützt mehr als 20 unterschiedliche Sprachen in über 25 Regionen weltweit.

### Globale Reichweite



Nina unterstützt mehr als 20 unterschiedliche Sprachen in mehr als 25 Regionen weltweit.

## Wo kann ich Nina verwenden und in welche Art von Informationssystemen kann ich sie einbinden?

Für den Einsatz von virtuellen Assistenten gibt es drei zunehmend anspruchsvolle Kategorien, in denen Nina einen Mehrwert generieren kann:

- Allgemeine Fragen, die weder die Backend-Daten eines Unternehmens noch eine Authentifizierung des Benutzers erfordern, jedoch für gewöhnlich übermäßig viel Zeit und Mühe in Anspruch nehmen, wenn der Anwender sie auf der Internetseite finden will – dazu zählen beispielsweise Kontaktinformationen, Anfahrtsbeschreibungen zu Niederlassungen, Geschäftszeiten, Öffnungszeiten etc. – und dazu führen, dass die Kunden gezwungen sind, diese Anfragen zu eskalieren und ans Contact Center weiterzuleiten.
- Suchanfragen, die für ein optimales Ergebnis auch Backend-Daten involvieren können, bei denen jedoch der Anwender anonym bleibt – wie z.B. Informationen zu Hotelbuchungen (Preise, Verfügbarkeit), Warenbestände, Preisgestaltung etc.

- Anfragen, die sowohl Backend-Daten als auch Authentifizierung für hochgradig personalisierte Interaktionen erfordern – wie etwa Banktransaktionen, Zugriff auf Krankenakten etc.

#### Mit welchem Kanal beginnt man?

Für viele Verbraucher ist das Internet die erste Anlaufstelle für Fragen – vermehrte Anrufweiterleitung verbessert den ROI, da das Internet ein kostengünstiger Kanal ist. Da Nina auch ohne Backend-Integration signifikante Vorteile bietet, besteht der erste Schritt für zahlreiche Unternehmen darin, die virtuelle Assistentin auf ihrer Internetseite oder in ihrer mobilen App bereitzustellen, um so ihre vorhandene Internetpräsenz zu verbessern.

- Nina eignet sich für eine Vielzahl von Anwendungen, vom einfachen textbasierten Chatbot bis hin zu einem omnipräsenten Avatar, der auf mehreren stark frequentierten Seiten Ihrer Homepage oder mobilen Anwendung auftaucht und als erster Kontaktpunkt für Ihre Kunden fungiert – ihre Anfragen beantwortet oder ihnen sofort hilft, die gewünschte Information zu erhalten, ohne dass sie erst mühsam nach FAQs oder anderen relevanten Seiten suchen müssen.
- Die Targeting Engine erlaubt es Nina, basierend auf einer Vielzahl von Parametern – darunter die auf der Website verbrachte Zeit, Seitenverlauf, spezifische Business Rules – dem Verbraucher proaktiv zur Verfügung zu stehen.
- Dies kann insbesondere dann hilfreich sein, wenn Ihre Internetseite lange oder komplexe FAQs hat, die es den Besuchern erschweren, sich zurechtzufinden oder in denen die Suche zeitaufwändig ist, oder aber, wenn Sie die Anwender in einem bestimmten Flow halten wollen, sie z. B. zum einem Checkout führen wollen, während sie nach Antworten auf Fragen suchen, die sie andernfalls zum Abbruch veranlassen würden.
- Oder aber Sie könnten Nina in Ihr Contact Center integrieren, um einen Live-Chat anzubieten, damit, wenn ein Kunde Hilfe von einem Live-Chat-Agenten wünscht (oder die virtuelle Assistentin nicht in der Lage ist, seine Anfrage mit Sicherheit zu beantworten), Details der Konversation zwischen Nina und dem Kunden automatisch an den geeigneten Agenten weitergeleitet werden, um diesem bei der Lösung der Frage behilflich zu sein.
- Sie könnten Ninas Spielraum aber auch erweitern, indem sie die virtuelle Assistentin internen Mitarbeitern zugänglich machen – beispielsweise, um eine Quelle für Unternehmensinformationen zu bieten, wie etwa Fragen zu Schulungen, an wen man sich wenden muss, um bestimmte Ressourcen zu erhalten etc.

#### Integration mit CRM

Um Ninas Intelligenz optimal auszuschöpfen, benötigt die virtuelle Assistentin Zugang zu einem noch breiteren Datenspektrum. Der nächste Schritt wird daher häufig sein, die virtuelle Assistentin in Backend-Systeme einzubinden, wie etwa Kontaktmanagement, CRM oder eine Marketing-Automatisierungslösung wie Salesforce.com. Auf diese Weise kann Nina, wenn sich ein Kunde auf Ihrer Internetseite oder in Ihrer mobilen Anwendung einloggt, auf Informationen über ihn zugreifen und ein interaktiveres, personalisierteres oder auch proaktiveres Servicelevel bereitstellen. Ein Beispiel:

- Der virtuelle Assistent einer Fluggesellschaft oder eines Reiseunternehmens könnte wissen, dass ein Kunde, der ihn kontaktiert, einen Flug für die nächsten Tage gebucht hat und vermutlich herausfinden möchte, ob sein Flug pünktlich sein wird oder vielleicht abgesagt wurde – in diesem Fall könnte der virtuelle Assistent die Unterhaltung beginnen, indem er fragt, ob der Kunde seine Flugdaten überprüfen möchte.
- Oder wenn sich jemand bei einer Mietwagenfirma in sein Konto einloggt und der virtuelle Assistent weiß, dass der Kunde seinen Mietwagen schon bald zurückgeben muss, könnte der VA fragen, ob der Kunde Informationen darüber haben möchte, wie und wo das Fahrzeug zurückgegeben werden muss oder ob er vielleicht die Mietdauer verlängern möchte – ein Szenario, in dem auch die Einbindung in Finanzsysteme von Vorteil wäre.



Nina kann auch in bestehende Authentifizierungs- und Verifizierungssysteme integriert werden, um sicherzustellen, dass eine Person auch tatsächlich diejenige ist, für die sie sich ausgibt – ohne dass dafür zu irgendeinem Zeitpunkt die Unterhaltung mit der virtuellen Assistentin unterbrochen werden muss.

#### ERP, Finanz- und andere Daten

Der dritte große Bereich für die Backend-Integration sind ERP- (Enterprise Resource Planning), Finanz- und/oder andere Informationssysteme.

- Die Integration mit dem ERP-System ermöglicht es Kunden – entweder anonym oder über ihren Account – Informationen wie z. B. Produktpreise und -verfügbarkeit, Rabatte, Lieferzeitpläne und mehr zu überprüfen.
- Die Einbindung in Finanzsysteme hilft bei der Auftragsabwicklung, beim Sales Enablement, Upselling und der Steigerung der durchschnittlichen Größe des Warenkorbs. Sie kann außerdem die finale Abwicklung des Warenkorbs erhöhen, indem sie den Kunden bei der Navigation durch schwierige Teile der Internetseite unterstützt oder ihnen beim Ausfüllen komplexer Bestellformulare zur Seite steht.
- Darüber hinaus kann die Kundenerfahrung durch standortbasierte Daten verbessert werden. Wenn zum Beispiel der virtuelle Assistent eines Telekommunikationsanbieters weiß, dass es in dem Bereich, in dem der Kunde ansässig ist, eine Serviceunterbrechung gibt, kann er ihn proaktiv über den Fortschritt bei der Behebung des Problems informieren und darüber, wann der Dienst wieder funktionieren und verfügbar sein wird.

#### Bereitstellung einer einheitlichen Erfahrung in der Omnichannel-Welt

Über die Unterstützung dieser sehr unterschiedlichen Anwendungsarten hinaus ist Nina in der Lage, über verschiedene Kanäle hinweg ein einheitliches Kundenerlebnis zu liefern, ohne dass dafür verschiedene Anwendungen erstellt oder kodiert werden müssten – und reduziert somit die Gesamtbetriebskosten.



**Automatisierter Webchat:** Außerdem hilft Nina sicherzustellen, dass die Probleme von Kunden auf dem Kanal, den sie als erstes gewählt haben, schnell und einfach behoben werden können, indem sie eine Concierge-ähnliche Erfahrung bietet, ohne dass eine Neugestaltung der Internetseite erforderlich wird.



**Mobile Anwendungen:** Die Einbindung von Nina in eine native App verbessert die Auffindbarkeit, steigert die Lösungsraten, fördert die wiederholte Verwendung und lässt Ihre App lebendig werden.



**Textnachrichten:** Nina schafft einen natürlichen, wechselseitigen und automatisierten Dialog, in welchem Sie mit dem Kunden durch proaktive Erinnerungen oder Antworten auf an Sie gesandte Nachrichten interagieren können.



**Messenger Apps:** Wenn Sie Nina in neue Kanäle wie den Facebook-Messenger einbinden, können Nutzer sich einfach und dialogorientiert über einen Kanal ihrer Wahl mit Ihrer Marke in Verbindung zu setzen.



**SmartHome-Lautsprecher:** Wenn Sie Nina in Geräte wie den Amazon Echo oder Google Home einbinden, können Ihre Kunden durch Sprachsteuerung mit Ihnen in Kontakt treten.

Die Nuance Digital Engagement Platform ermöglicht eine „Einmal konzipieren - überall einsetzen“-Lösung, mit der Unternehmen ihre Investition einfach und kosteneffizient auf eine Vielzahl von Kanälen ausdehnen und automatisierte sowie durch Menschen unterstützte Kundenerfahrungen ständig optimieren können. Damit verringern sie kostspielige einmalige Kanal-Implementierungen und mehrfache Backend-Integrationen.



## Was geschieht bei einem typischen Einsatz?

Obwohl jedes Unternehmen anders ist und es Nina nicht „von der Stange“ gibt, arbeitet das Professional Services Team in einem gemeinsamen kooperativen Prozess an jedem Einsatz der virtuellen Assistentin.

1

### Ihre Ziele

Am Anfang steht die Vereinbarung darüber, was Sie erreichen wollen. Was sind Ihre aktuellen Probleme und wie können wir Sie bei deren Lösung unterstützen? Möchten Sie den Umsatz steigern, den Kundendienst verschlanken oder Ihren Kunden mehr Möglichkeiten bieten, mit Ihnen in Kontakt zu treten?

2

### Ihre Anwendungsfälle

Um Ihre Ziele zu erreichen, erarbeitet das Team mit Ihnen Definitionen der Anwendungsfälle, der Verfahren und des Gesprächsflusses auf der Grundlage Ihres individuellen Problems, zum Beispiel:

- Wenn Sie eine intelligente Schnittstelle für Ihre FAQ brauchen, kann das einfach durch die Definition von Antworten auf eine Reihe von typischen Fragen erfolgen, die sich auf relativ gleichbleibende Inhalte beziehen.
- Wenn es darum geht Ihr Contact Center von Anrufen zu entlasten, kann man sich genauer ansehen, warum Ihre Endkunden Ihr Contact Center anrufen und wie Nina Ihnen dabei helfen kann, das gleiche Ergebnis auf Ihrer Website zu erzielen – zum Beispiel, indem man dem Kunden eine einfachere Möglichkeit zur Beantwortung seiner Fragen bietet oder ihn durch verständliche Schritt-für-Schritt-Verfahren führt.

3

### Ihr Avatar

Parallel dazu bespricht das Professional Services Team mit Ihnen und Ihrem Branding Team, wie Ihre virtuelle Assistentin aussehen wird. Möchten Sie einen Avatar, soll dieser auf verschiedenen Seiten eingebettet sein oder darüber wandern, welchen Tonfall soll er haben etc.?

4

### Integrationen

Neben der Festlegung von Inhalt, Branding und Persönlichkeit Ihrer intelligenten Assistentin unterstützt Sie das Professional Services Team auch bei der kompletten technischen Integration. Möchten Sie zum Beispiel transaktionsorientierte Anwendungsfälle erstellen, wie etwa dem Kunden das Bezahlen einer Rechnung oder die Kontoüberprüfung zu ermöglichen, arbeitet das Team mit Ihnen daran APIs zu definieren und zu erstellen, die sicheren Zugriff auf und Kontrolle über den erforderlichen Informationsfluss ermöglichen.

5

### Ihr natürliches Sprachmodell

Sobald Ihre Anwendungsfälle und Inhalte definiert sind, verwendet das Team das Modell einer natürlichen Sprache, um beispielsweise große Mengen von Chatprotokollen oder Arbeitsblättern zu importieren. Damit Kunden die Möglichkeit haben sich individuell auszudrücken und Ihre virtuelle Assistentin exakte Antworten gibt, werden gemeinsame Themen, Probleme und Ausdrücke zusammengefasst und überprüft. Dann wird automatisch das erste Sprachmodell erzeugt.

Zusätzlich zu diesem Sprachmodell können die Aspekte, wie sich Nina verhält – wie sie reagiert, wenn sie einen Kunden nicht versteht, wie sie ihn bittet, seine Anfrage anders zu formulieren und was sie im Anschluss tut, wie etwa einen Live-Chat anzubieten oder nach einer Telefonnummer zu fragen – ganz individuell angepasst werden. Nina kann auch automatisch verschiedene Modi wählen, je nachdem, wie sich ein Kunde verhält – ob er zum Beispiel kontaktiert werden möchte oder Frustration, Kritik, Unzufriedenheit, Respektlosigkeit etc. zum Ausdruck bringt oder wenn die Beantwortung der gestellten Frage nicht im Rahmen der Möglichkeiten der virtuellen Assistentin liegt.

6

### Vorproduktion, Test und Optimierung

Je nach Komplexität Ihrer Anwendung kann bereits nach 4–6 Wochen eine funktionsfähige Version Ihrer virtuellen Assistentin vorliegen, die entweder für ein Iterationsverfahren der Vorproduktion sowie Tests genutzt oder auch schon für die ersten Gespräche eingesetzt werden kann – unter der Aufsicht eines menschlichen Trainers.

7

### Go-live

Am Ende dieser Optimierung kommen Sie an einen Punkt, an dem Kunden tatsächlich mit Ihrer virtuellen Assistentin kommunizieren können und der Betrieb auf der Website aufgenommen werden kann. Das Professional Services Team stimmt Nina dann ungefähr einen weiteren Monat lang ab, damit sie weitere Ausdrücke lernen kann, die Ihre Kunden gegebenenfalls verwenden.



### Ständige Optimierung

Während der gesamten Lebensdauer Ihrer virtuellen Assistentin erhalten Sie Anleitung und Unterstützung durch das Professional Services Team, das mit Best Practices aus der gesamten installierten Basis von Nina dem System eine ständige Verbesserung und Entwicklung ermöglicht – durch regelmäßige Prüfung von Gesprächen, Berichte und Unterstützung beim Hinzufügen von neuem Content (z. B. im Zusammenhang mit betrieblichen oder Verfahrensänderungen, der Einführung neuer Produkte etc.).

## Welche Art von Ergebnissen kann ich erwarten?

Gegenwärtig bietet Nina den Kunden führender globaler Unternehmen in Bereichen wie Luftfahrt, Automobilindustrie, Bildung, Unterhaltung, Finanzdienstleistungen, Gesundheitsfürsorge, Fertigung, Pharmaindustrie, Technologie, Telekommunikation und Reisen intelligente Unterstützung und Hilfe. Über alle diese Branchen hinweg erzielt Nina in der Regel Werte von 75–85 % bei der First Contact Resolution (FCR) (die gleichen Werte, wie bei Live-Gesprächen mit Menschen) und 40–70 % bei der Zahl der vermiedenen Anrufe.

Zu den vielen Unternehmen, die von erweiterten Funktionen von Nina profitieren, gehören unter anderem Coca-Cola, Jetstar, Swedbank, Australian Tax Office und Windstream. Bei Jetstar führt Nina beispielsweise im Schnitt mehr als 250.000 Gespräche pro Monat, wodurch Mitarbeiter für untypische Anfragen frei werden, und erzielt eine FCR von 85 % sowie eine Verringerung von Anrufen um 20 % pro 1.000 Passagieren. Beim Australian Taxation Office absolvierte Alex innerhalb der ersten 18 Monate über 2 Millionen Gespräche und erzielte 88 % FCR. So werden 9,7 Millionen Dollar an Verwaltungsaufwand jährlich einspart.

[www.nuance.com/nina](http://www.nuance.com/nina)

Detailliertere Einblicke, was Nina für Ihre Kunden und Ihr Geschäft tun kann, erhalten Sie auf unserer [Website](#).



### Über Nuance Communications, Inc.

Nuance Communications definiert die Beziehung zwischen Mensch und Technik neu. Mit seinen Stimm- und Sprachangeboten schafft das Unternehmen eine menschenähnlichere Konversation mit den vielen Systemen, Geräten, elektronischen Produkten, Apps und Dienstleistungen, die uns heute umgeben. Tagtäglich erleben Millionen von Menschen und Tausende Unternehmen Nuance Communications über intelligente Systeme, die in der Lage sind, zu hören, zu verstehen, zu lernen und sich an ihr Alltags- und Berufsleben anzupassen. Für weitere Informationen besuchen Sie bitte [nuance.com](http://nuance.com).