



Geschäftliche Herausforderungen

Vodafone GmbH möchte durch die Einführung eines innovativen Messaging-Dienstes über mehrere digitale Plattformen den Kundenservice beschleunigen und verbessern.

Transformation

Als zweitgrößtes Telekommunikationsunternehmen in Deutschland ist Vodafone stolz, bereits einen hochwertigen Kundenservice zu erbringen – dennoch wollte das Unternehmen die Bearbeitung hoher Kontaktvolumen verbessern. Unter Verwendung der IBM Watson Assistant-Technologie startete Vodafone seinen personalisierten Chatbot-Assistenten namens TOBi für die Kundenbetreuung in vier verschiedenen Kommunikationskanälen.

Ergebnisse

Prozessiert 100 % aller Messaging-Nachrichten

und 30 % aller Dialoge mit einer Problemlösungsquote von 70 % bei der ersten Kontaktaufnahme.

Versteht mehr als 100 Anliegen

und kann Fotos empfangen sowie Spracheingaben verarbeiten

Beschleunigt den Kundenservice

über mehrere Plattformen in allen Märkten (Festnetz, Mobil, KabelTV)

Vodafone GmbH

Das ist TOBi: ein intuitiver Chatbot, der den Kundenservice revolutioniert

Vodafone ist einer der führenden Telekommunikations- und Technologiedienstleister in Deutschland. Als Gigabit-Unternehmen trägt das Unternehmen wesentlich zur Entwicklung der Infrastruktur Deutschlands bei. Die Kabel des Unternehmens erstrecken sich in Deutschland auf nahezu 24 Millionen Haushalte und darunter erbringt es für über 11 Millionen Haushalte Gigabit-Services. Das Unternehmen erreicht 78 Millionen Menschen und das Vodafone NB-IoT-Netz für die industriellen und geschäftlichen Sektoren ermöglicht auf 85 % der Gesamtfläche Deutschlands eine IoT-Konnektivität. Vodafone betreibt seit Mitte 2019 das erste 5G-Netzwerk Deutschlands. Die 5G-Dienste des Unternehmens werden bis 2020 rund 10 Millionen und bis 2021 20 Millionen Menschen zur Verfügung stehen.

„Ich wollte das Messaging als Service-Kanal für Kunden einrichten, damit sie schnell mit Vodafone in Kontakt treten und mitteilen können: ‚Hallo, ich habe ein Problem und benötige schnell Informationen.‘“

–Jörg Knoop, Technology Digital Incubator, Vodafone GmbH

Teilen



Den Kundenservice in das digitale Zeitalter bringen

Kunden kennen die Erfahrung von Anrufen bei der Serviceline eines Unternehmens und endlose Gespräche mit interaktiven Sprachdialogsystemen (IVR) nur allzu gut. Unabhängig davon, wie deutlich sie den Grund für den Anruf nennen, werden die Anrufer häufig an die falschen menschlichen Sachbearbeiter weitergeleitet – Zeit wird verschwendet, Kunden sind frustriert.

Das große deutsche Telekommunikationsunternehmen Vodafone war sich dieser Herausforderung im Kundendienst sehr bewusst. Das Unternehmen entschied sich dazu, Möglichkeiten zu entwickeln, mit denen der Kundenservice in das digitale Zeitalter gebracht und die Zukunft von Vodafone Deutschland transformiert werden könnte. Jörg Knoop, Technology Digital Incubator von Vodafone, brachte die Idee ein, den sprachbasierten Kundenservice auf digital umzustellen.

„Callcenter nutzen Sprachdialogsysteme, mit denen das Problem nur schwer gelöst werden kann und die oftmals als Hindernis zwischen Kunde und Agent gesehen werden – und wir alle kennen diese Albträume, in denen man 15 Minuten wartet, ohne dass eine Lösung in Sicht wäre“, erklärt Knoop. „Ausgehend von dieser Erkenntnis wusste ich, dass Messaging die ideale Antwort wäre.“

Knoop ist davon überzeugt, dass das Messaging eine Form von Kundenservice ist, welche die Kunden

seit Langem bevorzugen, und fügt hinzu: „Wir nutzen Messaging jeden Tag, mit unserer Familie, Freunden, Support-Gruppen, ganz gleich wem, doch was große Marken oder Unternehmen anbelangt, sind wir bei Weitem noch nicht so weit.“

Mit einem fertigen Konzept machte sich Vodafone daran, die verschiedenen Chatbot-Anbieter zu sichten. Aus den Kontakten mit einem IBM Watson-Team entwickelte sich eine Partnerschaft. Gemeinsam machten sich beide Unternehmen daran, einen KI-basierten digitalen Service zum Leben zu erwecken.

Digitale und menschliche Aspekte vermischen

Die erste Version des deutschen TOBi von Vodafone, der Name steht rückwärts ausgesprochen für intelligenter Bot (ibot), ging im April 2018 für SMS an den Start. Der Watson-basierte digitale Serviceassistent wurde unter Verwendung der neuesten, führenden KI-Technologie von IBM entwickelt. TOBi bearbeitet Kundenanliegen und löst die Probleme entweder direkt oder leitet die Mitteilungen nahtlos an das richtige Mitarbeiterteam weiter. Der Live-Chatbot versteht mehr als 100 technische und kaufmännische Anliegen entlang aller Märkte und Kundengruppen von Vodafone. TOBi erweitert sein Wissen kontinuierlich durch jedes Gespräch.

Durch die Automatisierung des Kundenservice beabsichtigte Vodafone nicht, seine menschlichen Agenten vom direkten Kundenkontakt abzuziehen. Das Unternehmen schuf TOBi vielmehr, um Seite an Seite mit menschlichen Agenten zu arbeiten und

ihnen die Möglichkeit zu geben, sich in Spezialisten- und Sachbearbeiter-Rollen hinein zu entwickeln. Zunächst gab es Zweifel an den Fähigkeiten des Chatbots, doch die Stimmung änderte sich schnell, nachdem TOBi vom Start weg bereits 16 Prozent aller Gespräche direkt geklärt hatte. Die Fähigkeit des Bots, als Concierge zu fungieren und die entsprechenden Kundengespräche an spezifische Agenten weiter zu leiten, stärkte zusätzlich das Vertrauen in den Bot.

„Von Beginn an waren Kundenbetreuer in die Entwicklung von TOBi einbezogen. Der größte Durchbruch aber war, als 15 dieser Agenten als Bot-Trainer zu arbeiten begannen“, sagt Knoop. „Alle sahen, dass diese Service-Agenten TOBi das Wissen um die Kundenbedürfnisse beibrachten, und genau das wurde zum Treiber für die Akzeptanz.“

TOBi bietet nicht nur ein erstaunlich authentisches Gesprächserlebnis. Da er auch Bilder aus Whatsapp-Nachrichten empfangen kann, vereinfacht und beschleunigt der Bot auch das Bewerten und Lösen von Geschäftsvorfällen.

Peter Droste, Product Owner von TOBi bei Vodafone erklärt hierzu: „Ein Kunde kann ein Foto oder einen Screenshot wie eine Rechnung oder einen rot blinkenden Router einsenden, und TOBi erkennt dies. Diese Komponente war für uns völlig neu, aber sehr beeindruckend. TOBi kann zudem Sprachnachrichten von Kunden verstehen, was das Ganze noch unterhaltsamer macht.“

TOBi hat zweifelsohne eine sympathische, quirlige Identität, die ein lächelndes Gesicht und einen rot leuchtenden Helm beinhaltet, den die meisten Menschen charmant

finden. Droste sagt hierzu: „Es ist spannend zu sehen, wie Kunden TOBi mit seinen intelligenten Dialogfähigkeiten und coolen Merkmalen akzeptieren.“

„Direkt nach dem Start klärte TOBi bereits 16 Prozent aller Gespräche. Innerhalb eines Jahres haben wir diesen KPI [Key Performance Indicator] auf 28 Prozent erhöht“

– Jörg Knoop, Technology Digital Incubator, Vodafone GmbH

Es ist an der Zeit, den Hörer aufzulegen

TOBi hat die Erwartungen mehr als erfüllt: Der Bot hat den Kundenservice von Vodafone erfolgreich transformiert, da die Wartezeiten kürzer sind und durchgehend ein hochwertiger Service erbracht wird. Der Chatbot bearbeitet 100 Prozent aller Messaging-Konversationen bei einer Automatisierungsquote von 28 Prozent – in naher Zukunft wird dieser Wert voraussichtlich auf 40 Prozent steigen – und trägt so bereits erheblich zur Senkung der End-to-End-Prozesskosten bei.

Dank der hohen Nutzerakzeptanz, starker Ergebnisse und kontinuierlicher Verbesserungen konnte Vodafone TOBi auch rasch für weitere Messaging-Dienste einführen: Für Facebook, Apple Business Chat und – als erster

Telekommunikationsdienstleister weltweit – für WhatsApp. Der Anteil an Vodafone-Benutzern, die sich für das Messaging anstelle von Anrufen beim Callcenter entschließen, hat sich nahezu verdoppelt.

„Wir haben eine spezielle Kennzahl, um zu messen, ob Kunden nach einem Gespräch mit TOBi innerhalb von sieben Tagen zurückrufen müssen. Von den 28 Prozent an Gesprächen, die TOBi klärt, melden sich Kunden in Zweidrittel der Fälle nicht erneut. Falls doch, rufen sie wahrscheinlich wegen einem anderen Thema nochmals an“, sagt Knoop.

Derzeit machen die digitalen Messaging-Kanäle 15 Prozent des Kontaktvolumens von Vodafone aus. Das Unternehmen geht davon aus, dass die Zahl innerhalb des laufenden Jahres auf 30 Prozent ansteigen wird, während das Team kontinuierlich daran arbeitet, TOBi zum Zentrum für Geschäftszintelligenz zu machen. Knoop erklärt, dass es auch künftig Anrufe bei der Vodafone-Hotline von Vodafone geben werde, dass TOBi jedoch schon bald den Mittelpunkt des Sprachdialogsystems bilden werde, und letztlich in die Webseite und in die My Vodafone App als Such-Tool-Option integriert werden würde.

Obwohl es immer wieder Hindernisse auf dem Weg gegeben habe, hebt Knoop hervor, dass die gemeinsame Vision mit dem IBM Team und die agile Zusammenarbeit den Unterschied machten. „Wir wussten gemeinsam, was wir erreichen wollten und dass es kleine Schritte brauchen würde“, sagt er. „Es gab mehrere schwere Wochen und Wochenenden, doch letztlich wurde immer abgeliefert.“

Knoop fügt hinzu, dass das Team weiterhin an der Idee arbeiten werde, dem Bot eine lebensechte Persönlichkeit mit der richtigen Art von Humor zu geben und erklärt hierzu: „das Erstellen einer konsistenten Persönlichkeit für TOBi über alle Kanäle ist etwas brandneues, doch wir werden das näher untersuchen.“

„Wir haben ein tolles deutsches IBM-Team, das mit Vodafone zusammenarbeitet. Die Geschwindigkeit und Qualität, in der sie die Dinge liefern, ist unglaublich. Ich habe noch nie solche Fortschritte in einer so kurzen Zeit gesehen. Es ist spannend, und wir fangen gerade erst an.“

– Jörg Knoop, Technology Digital Incubator, Vodafone GmbH

Lösungskomponenten

- IBM® Cloud™
- IBM iX®
- IBM Watson®
- IBM Watson Assistant

Den nächsten Schritt machen

Um mehr über die Lösungen von IBM zu erfahren, die in dieser Story vorgestellt werden, können Sie sich an Ihren IBM Vertreter oder IBM Business Partner wenden.

© Copyright IBM Corporation 2019. IBM Corporation, IBM Watson New Orchard Road, Armonk, NY 10504, USA. Hergestellt in den USA, September 2019. IBM, das IBM Logo, **ibm.com**, IBM Watson und Watson sind Marken der International Business Machines Corporation in den USA und/oder anderen Ländern. Weitere Produkt- und Servicenamen können Marken von IBM oder anderen Unternehmen sein. Eine aktuelle Liste der IBM Marken finden Sie auf der Webseite www.ibm.com/legal/copytrade.shtml. Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen sind nur zum Datum der Erstveröffentlichung des Dokuments aktuell und können jederzeit ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Nicht alle Angebote sind in allen Ländern verfügbar, in denen IBM tätig ist. Die genannten Leistungsdaten und Kundenbeispiele sind lediglich zur Veranschaulichung genannt. Die tatsächlichen Leistungsergebnisse können je nach Konfigurationen und Betriebsbedingungen variieren. DIE INFORMATIONEN IN DIESEM DOKUMENT WERDEN AUF DER GRUNDLAGE DES GEGENWÄRTIGEN ZUSTANDS (AUF „AS-IS“-BASIS) OHNE JEDLICHE AUSDRÜCKLICHE ODER STILLSCHWEIGENDE GEWÄHRLEISTUNG ZUR VERFÜGUNG GESTELLT, EINSCHLIEßLICH, ABER NICHT BESCHRÄNKT AUF DIE GEWÄHRLEISTUNGEN FÜR DIE HANDELSÜBLICHKEIT, DIE VERWENDUNGSFÄHIGKEIT FÜR EINEN BESTIMMTEN ZWECK ODER DIE FREIHEIT VON RECHTEN DRITTER. Gegenstand und Umfang der Leistungen bestimmen sich ausschließlich nach den jeweiligen Verträgen.

