DIE FOLGEN VON KI: ERSETZT SIE DEN MENSCHEN ODER ERGÄNZT SIE IHN?



ERSETZT KI BALD DEN MENSCHLICHEN MITARBEITER – ODER ERGÄNZT SIE IHN?

IFS WHITE PAPER

von Steve Morrell, Principal Analyst, ContactBabel

IFS



KÜNSTLICHE INTELLIGENZ
HILFE ODER BEDROHUNG?

AUFSTIEG DER MASCHINEN

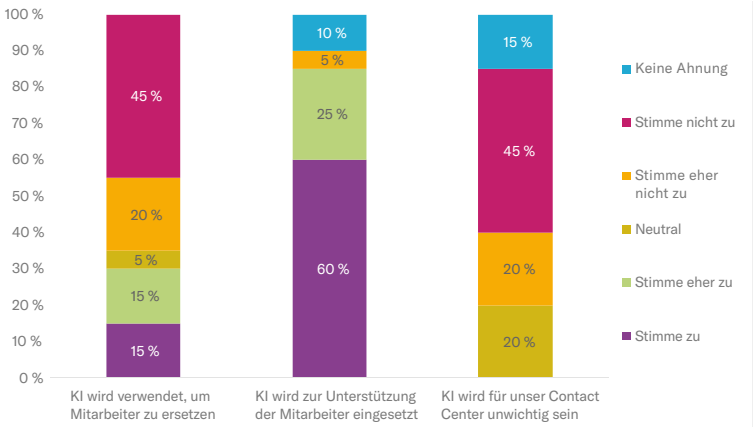
ERREICHEN WIR EINEN WENDEPUNKT, AN DEM UNSERE ARBEITSKRÄFTE LETZTENDLICH NICHT MEHR BENÖTIGT WERDEN?

Eines der größten Bedenken in Bezug auf die Folgen von KI sind die Auswirkungen auf die eigentlichen Mitarbeiter. Erreichen wir einen Wendepunkt, an dem unsere Arbeitskräfte letztendlich nicht mehr benötigt werden? Die jStudie von IFS untersucht diese Frage eingehend und bittet Befragte um ihre Meinungen zu einer Vielzahl von Themen im Zusammenhang mit KI und dem Arbeitsmarkt.

Die Umfrageteilnehmer äußerten große Meinungsverschiedenheiten darüber, ob die KI Agenten ersetzen würde, wobei 30 % weitgehend zustimmten, dass dies der Fall sein würde, und 45 % überhaupt nicht zustimmten. Über die Hälfte der Befragten aus großen Contact Centern mit mehr als 200 Plätzen war der Ansicht, dass KI menschliche Agenten ersetzen werde, während diejenigen in kleinen und mittleren Betrieben der Ansicht waren, dass dies nicht der Fall sein werde.

Einstimmigkeit wurde bei der Frage festgestellt, ob KI menschliche Agenten unterstützen würde, wobei 85 % mit „Ich stimme zu“ oder „Ich stimme voll und ganz zu“ antworteten. Über alle Größenbereiche hinweg bestand Einigkeit darüber, dass dies das wahrscheinlichste Ergebnis sein wird und dadurch Risiken minimiert, die Reaktionszeit beschleunigt und Kunden eine bessere Lösung ihrer Anfragen geboten werden kann.

65 % waren anderer Meinung oder waren überhaupt nicht der Meinung, dass KI für ihr Contact Center irrelevant wäre, mit dem allgemeinen Konsens, dass KI sich auf Contact Center aller Größen auswirken wird.



- Abbildung 1: Meinungen über die Rolle der künstlichen Intelligenz im Contact Center.

MEINUNG DES KUNDEN

SELF-SERVICE

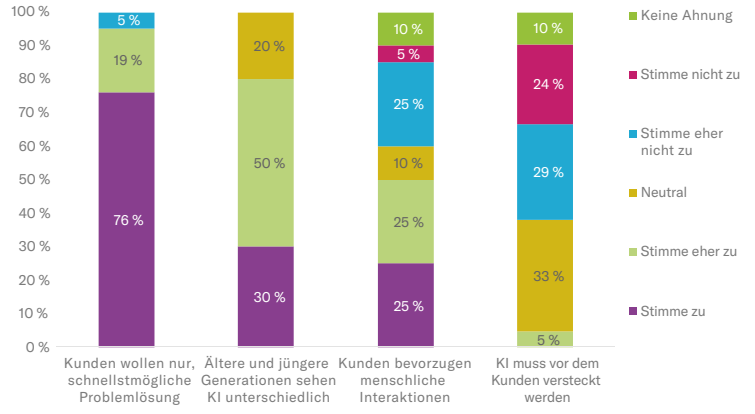
DIE EINFÜHRUNG VON WEB-SELF-SERVICE DEUTET DARAUF HIN, DASS KUNDEN NICHT-MENSCHLICHE HILFE AKZEPTIEREN, WENN DIES FÜR SIE AM BEQUEMSTEN IST.

Unter Unternehmen herrscht die weit verbreitete Überzeugung, dass Kunden kein Problem mit KI haben, wenn sie ihnen dabei hilft, ihr Problem so schnell und einfach wie möglich zu lösen. Die Einführung von Web-Self-Service deutet darauf hin, dass Kunden nicht-menschliche Hilfe akzeptieren, wenn dies für sie am bequemsten ist.

Es bestand auch allgemeine Einigkeit darüber, dass ältere Generationen viel mehr Überzeugungsarbeit benötigen würden, um sich mit KI zufrieden zu geben, als eine jüngere Generation. Diese sei es bereits gewohnt, im Alltag mit KI konfrontiert zu werden (z. B. über Smartphones oder andere virtuelle Assistenten zuhause).

Es herrschte auch weit verbreitete Zustimmung, dass KI nicht vor Kunden verborgen werden sollte.

Die Befragten sind sich nicht einig, ob Kunden immer menschliche Interaktionen bevorzugen, wobei es eine leichte Neigung hin zu dieser Ansicht gibt. Die nächste Frage befasst sich mit diesem Thema aus Sicht des Kunden.



- Abbildung 2: Meinungen darüber, wie Kunden künstliche Intelligenz im Contact Center wahrnehmen werden.

Um die Akzeptanz und Erwartung eines vollautomatisierten Kundenkontakts einzuschätzen, wurden Verbraucher in den USA gefragt, ob sie Automatisierung oder menschliche Unterstützung

vorziehen würden, wenn Aufwand, Zeit und Ergebnis des Kunden genau gleich sind. Angesichts des raschen Fortschritts und der schnellen Akzeptanz digitaler Kanäle waren die Ergebnisse ziemlich überraschend, da festgestellt wurde, dass Kunden es derzeit stark vorziehen, mit einem menschlichen Mitarbeiter zu sprechen.

In Bezug auf die Altersgruppe der Kunden legen ältere Personen einen größeren Wert auf menschlichen Kontakt, während jüngere Kunden am ehesten keine Präferenz haben oder sich für die Automatisierung entscheiden. Dies stimmt mit unseren Forschungsergebnissen überein, in denen der jüngere Teil der Kunden mehr Wert auf die eigene Zeit legt, während die ältere Bevölkerungsgruppe es bevorzugt, das Problem erst einmal von einem einzelnen Mitarbeiter lösen zu lassen.

In dieser Frage wurde hervorgehoben, dass das Ergebnis und der Aufwand / die Zeit des Kunden in jedem Fall identisch sind. Dennoch zeigen die Ergebnisse, dass der Kundenstamm derzeit noch nicht auf einem Stand ist, in dem Automatisierung im Allgemeinen als gleichwertig mit dem Kontakt zu Menschen angesehen wird, geschweige denn die bevorzugte Methode des Kontakts mit einem Unternehmen bildet.

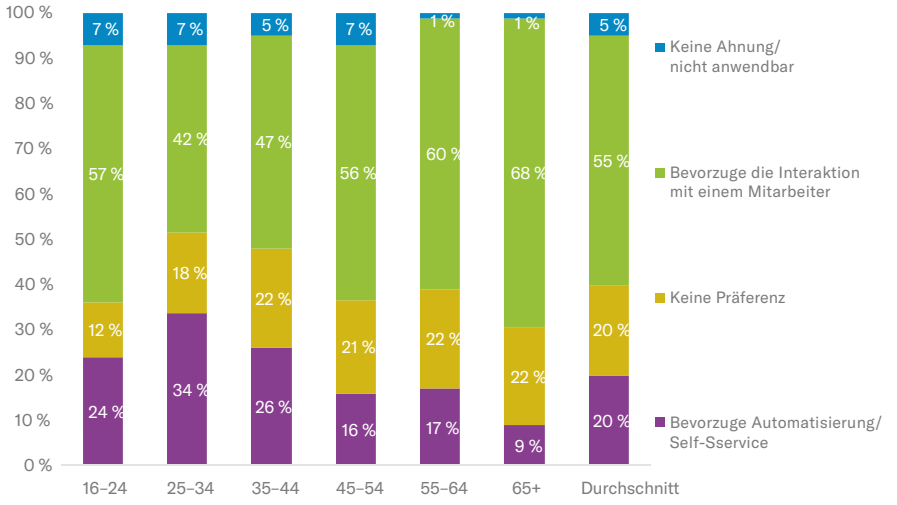


Abbildung 3: Würden Sie es vorziehen, mit einem Agenten zu sprechen oder eine automatische Abwicklung zu nutzen, wenn das Ergebnis und der Zeitpunkt identisch wären? (nach Altersgruppen)

Eine weitere Analyse dieser Daten ergab, dass 60 % der Männer lieber mit einem Mitarbeiter sprechen. Bei den Frauen sind es 51 %. Auf sozioökonomischer Ebene wurden nur sehr geringe Unterschiede festgestellt.

HINDERNISSE UND STOLPERSTEINE

Bei jeder Technologieimplementierung besteht das Risiko eines Ausfalls: Da KI viele unterschiedliche Bereiche abdeckt und von Geschäftsinhabern möglicherweise missverstanden wird, müssen Planung und Erwartungen sehr sorgfältig gehandhabt werden.

SELF-SERVICE

ES GIBT BEREICHE DER KUNDENINTERAKTION, IN DENEN KI EINEM MENSCHLICHEN AGENTEN NICHT EINMAL ANSATZWEISE DAS WASSER REICHEN KANN. MASCHINEN SIND EINFACH NICHT IN DER LAGE, EMPATHIE ZU EMPFINDEN, UND SELBST EINE AUSGEFEILTE STIMMUNGSERKENNUNG KOMMT DEM NUR NAHE, WAS EIN MENSCH AUF NATÜRLICHE WEISE VERMITTELN KANN.

- Die Erwartungen dazu, was die KI-Implementierung tatsächlich erreichen kann, müssen genauestens im Auge behalten werden. Die Geschäftsleitung erwartet eventuell, dass die Mitarbeiteranzahl sofort sinkt. In den meisten Fällen ist dies jedoch nicht der Grund, warum KI implementiert wird. Wenn Unternehmen sich auf einen genau definierten Anwendungsfall konzentrieren, kann das Risiko von Verzögerungen bei der Implementierung und von zu hohen Erwartungen an die KI verringert werden. Es ist jedoch wichtig, auch eine relativ bescheidene Implementierung von KI nicht als eine Einzellösung zu betrachten, sondern als einen einzelnen strategischen Schritt.

- Es gibt Bereiche der Kundeninteraktion, in denen KI einem menschlichen Agenten nicht einmal ansatzweise das Wasser reichen kann. Maschinen sind einfach nicht in der Lage, Empathie zu empfinden, und selbst eine ausgefeilte Stimmungserkennung kommt dem nur nahe, was ein Mensch auf natürliche Weise vermitteln kann. Anwendungsfälle für KI sollten sich auf Bereiche konzentrieren, in denen es eine Lücke in der Funktionalität gibt, anstatt zu versuchen, etwas Funktionierendes zu ersetzen.

- KI im Contact Center ist ein relativ neues Phänomen und da es so beliebt ist, mangelt es in der gesamten Branche an Fachkenntnissen, Unterstützung und Ressourcen. Unternehmenseigene Technologieabteilungen verfügen nur in seltenen Fällen über die erforderlichen Fähigkeiten, das Fachwissen und die entsprechende Erfahrung, sodass das Risiko einer suboptimalen Bereitstellung eventuell höher ist als bei anderen traditionelleren IT-Implementierungen und eher Unterstützung durch Dritte benötigt wird.

- Datenbestände von Unternehmen müssen vor der Implementierung von KI vorhanden sein, da dies eine Technologie ist, die auf großen, sauberen Datenpools beruht, auf denen trainiert und aus denen gelernt werden kann. Ohne dies ist es praktisch unmöglich, das Potenzial einer KI-Implementierung auszuschöpfen. Die Aufbereitung von Daten erfordert eine organisierte, verbundene Datenarchitektur, ein konsistentes Datenvokabular, die Möglichkeit, sicher und schnell auf diese Daten zuzugreifen, und die Fähigkeit, auf andere relevante Informationen (z. B. kundenbezogene Metadaten) zuzugreifen, um einen größeren Kontext einzubeziehen. Ohne dies wird es für einen maschinellen Lernprozess schwierig sein, sich selbst effektiv zu trainieren, oder für einen Chatbot, alle relevanten Daten zu nutzen, um zu einer korrekten Schlussfolgerung zu gelangen.

- Ein gut durchdachter und klarer Weg vom KI-fähigen Dienst zu einem menschlichen Agenten ist ein Muss. Wenn Sie einen frustrierten Kunden in einer Self-Service-Sitzung festhalten, besteht nicht nur die Gefahr, dass er sich nicht erneut für die Verwendung von Self-Service entscheidet, sondern führt auch zu negativen Auswirkungen für andere Unternehmen, die KI einsetzen. Dies geschah in den frühen Tagen des E-Mail-Supports: Kunden versuchten, mit einem oder zwei Unternehmen per E-Mail zu kommunizieren, und als sie tagelang keine (oder nie eine) Antwort erhielten, entschieden sie, dass sich der gesamte E-Mail-Supportkanal für sie nicht lohnt. Es dauerte viele Jahre, um diese Wahrnehmung zu ändern und sie dazu zu bringen, diesem Kanal wieder zu vertrauen.

- Es gab viele Schreckensmeldungen in den Medien über KI und Roboter, die für die Arbeitslosigkeit von Menschen sorgen. Sie sollten die Agenten darauf hinweisen, dass es bei jeder KI-Implementierung darum geht, ihre Arbeit interessanter und effektiver zu gestalten. Dazu bearbeitet die KI einfache und sich wiederholende Anfragen und stellt den Agenten mehr von denjenigen Informationen zur Verfügung, die sie zur effektiveren Unterstützung von Kunden benötigen. Während Agenten Experten für die Beantwortung von Kundenanfragen sind, wäre es zu viel verlangt, sie zu bitten, einen erheblichen Teil ihrer Zeit auch für die Kontaktpflege aufzuwenden. Daher sollten Unternehmen überlegen, wie sie Anreize für Power-User-Experten (sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens) für das Wissensmanagement und die Problemlösung schaffen können.

- Wissensmanagement ist in der KI-Welt keine Teilzeitbeschäftigung und nichts, was von Amateuren betrieben werden kann. Denken Sie über die Entwicklung von Vollzeit-Expertenrollen nach, um Wissensdatenbanken zu unterstützen und das Verständnis von Datenmodellen und -flüssen im gesamten Unternehmen zu ermöglichen. KI-Experten müssen sowohl Daten als auch reale Geschäfts- und Kundenprobleme verstehen, und eine solche Ressource ist eventuell schwierig zu finden.

ÜBER IFS

IFS™ entwickelt und liefert weltweit Business Software für Unternehmen, die Güter produzieren und vertreiben, Anlagen bauen und unterhalten sowie Dienstleistungen erbringen. Die Branchenexpertise der Mitarbeiter und das erklärte Ziel, jedem einzelnen Kunden einen echten Mehrwert zu verschaffen, machen IFS zu einem der anerkannt führenden und meist empfohlenen Anbieter auf ihrem Gebiet. Rund 4.000 Mitarbeiter und ein stetig wachsendes Partnernetzwerk unterstützen weltweit mehr als 10.000 Kunden dabei, neue Wege zu gehen und klare Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Weitere Informationen zu den Business-Software-Lösungen von IFS finden Sie auf ifs.com/de.

IFS APPLICATIONS

Erfolgreiche Hersteller benötigen Tools, die es ihnen ermöglichen, Veränderungen der Branche schnell aufzugreifen und aus diesen Mehrwert zu generieren. IFS Applications ist eine einzelne, integrierte, cloudfähige Lösung, die speziell auf die Anforderungen aller Arten von Fertigungsunternehmen zugeschnitten ist. Die multimodalen, globalen Fähigkeiten bieten Ihnen die Flexibilität, um jederzeit auf neue Produkte, Dienstleistungen und Kanäle zu reagieren.

IFS VOR ORT

ZENTRALEUROPA
+49 9131 77 340

FRANKREICH, BENELUX UND IBERISCHE HALBINSEL
+33 3 89 50 72 72

GROSSBRITANNIEN & IRLAND
+44 1494 428 900

OSTEUROPA
+48 22 577 45 00

NORDEN
+46 13 460 4000

AMERIKA
+1 888 437 4968

MITTLERER OSTEN UND AFRIKA
+9714 390 0888

ASIEN-PAZIFIK-RAUM
+65 63 33 33 00

COPYRIGHT © 2020 INDUSTRIAL AND FINANCIAL SYSTEMS, IFS DEUTSCHLAND GMBH & CO. KG. DIESE BROSCHÜRE KANN AUSSAGEN ÜBER ZUKÜNFTIGE FUNKTIONALITÄTEN DER IFS LÖSUNGEN UND TECHNOLOGIEN ENTHALTEN. DIESE DARSTELLUNG SOLL LEDIGLICH ALS INFORMATION DIENEN UND NICHT ALS VERPFLICHTUNG INTERPRETIERT WERDEN. IFS UND ALLE IFS PRODUKTNAMEN SIND TRADEMARKS VON IFS. IN DIESER BROSCHÜRE GENANNTE UNTERNEHMENS- UND PRODUKTNAMEN SIND GEGEBENENFALLS EIGENE TRADEMARKS DER EIGENTÜMER.

IFS Deutschland GmbH & Co. KG, Marketing, Bildnachweis: IFS, Februar 2020