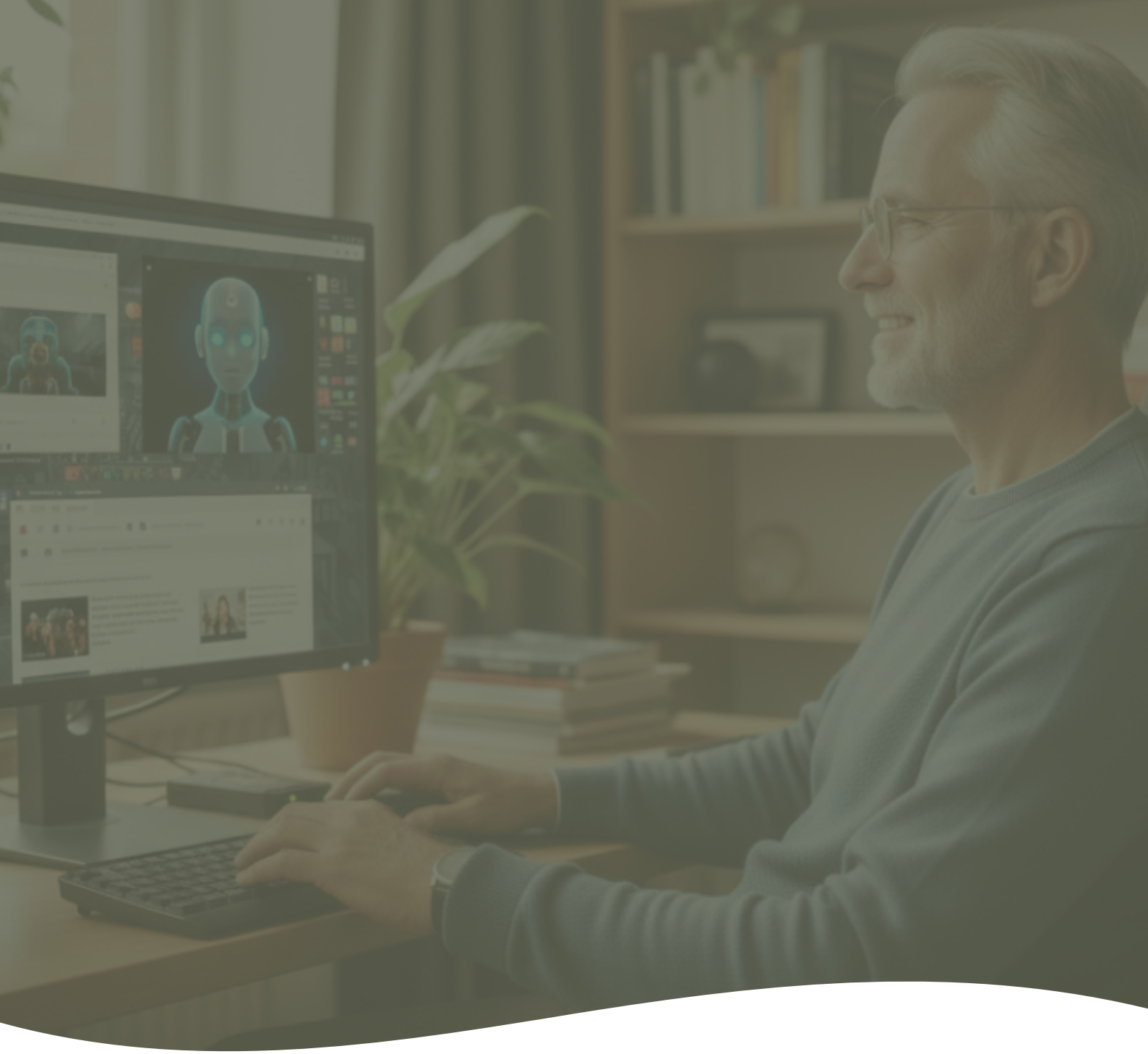


CX QUICK GUIDE 3

VIRTUELLE ASSISTENTEN

VOM CHATBOT ZUM SMARTEN DIGITALEN BEGLEITER

INHALT

MEHR ALS NUR EIN CHATBOT 3

WAS IST EIN VIRTUELLER ASSISTENT? 4

VORTEILE FÜR KUNDEN 4

FALLSTRICKE BEIM EINFÜHREN EINES VIRTUELLEN ASSISTENTEN 5

ZENTRALE ERFOLGSFAKTOREN 6

ZUSAMMENGEFASST 7

DIE DDM-METHODIK FÜR VIRTUELLE ASSISTENTEN 7

ÜBER DDM 8

Mit virtuellen Assistenten können Sie einfache Kundenfragen schnell beantworten, Wartezeiten verkürzen und konsistentere Antworten sicherstellen.

Gut entworfene Assistenten verbessern das Kundenerlebnis, während schlecht entworfene nur Frust verursachen.

In dieser Kurzanleitung erfahren Sie, wie Sie Schritt für Schritt einen virtuellen Assistenten einrichten, der echten Mehrwert bietet – mit Ihrem Kunden als Ausgangspunkt.

MEHR ALS NUR EIN CHATBOT

Ein Beispiel: Ihr Kunde möchte wissen, ob seine Bestellung bereits versendet wurde. Er besucht die Website oder sendet eine Nachricht – und innerhalb von Sekunden bekommt er eine eindeutige Antwort. Und wenn die Anfrage komplizierter ist? Dann leitet der virtuelle Assistent diese, mitsamt dem Kontext, direkt an einen Service Agent weiter.

Der Unterschied zu einem normalen Chatbot ist groß: Während der Chatbot häufig auf Standard-Antworten beschränkt ist und bei unerwarteten Fragen oft nicht weiter weiß, kann ein virtueller Assistent tatsächlich mitdenken. Er versteht die Absicht des Anfragenden, ruft selbstständig Informationen aus Backend-Systemen ab und erinnert sich an frühere Interaktionen.

Auf diese Weise wird Kunden bei einfachen Fragen schnell, persönlich und verlässlich geholfen, während die Mitarbeitenden mehr Zeit für Gespräche haben, die ihr menschliches Verständnis und ihre Empathie erfordern.

> Wo ein normaler Chatbot bei unerwarteten Fragen nicht weiter weiß,
> **kann ein virtueller Assistent tatsächlich mitdenken.**

WAS IST EIN VIRTUELLER ASSISTENT?

Ein virtueller Assistent ist ein digitaler Gesprächspartner, der Fragen verstehen und beantworten oder für die weitere Bearbeitung an einen Mitarbeitenden übergeben kann. Es handelt sich nicht um eine Spielerei, sondern um eine praktische Lösung, die Kunden direkt hilft, Informationen zu bekommen, Formulare auszufüllen oder Termine zu vereinbaren.

Eine wichtige Differenzierung: Manche virtuellen Assistenten arbeiten für den Kunden (Self-Service per Text oder Sprache) und werden dann als virtueller Agent bezeichnet. Andere dienen zur Echtzeitunterstützung der Servicemitarbeiter und heißen dann Agent-Assist oder Co-Pilot. Auch wenn beide nützlich sein können, unterscheiden sie sich in ihrem Zweck und Entwurf. In diesem Leitfaden soll es um kundenorientierte virtuelle Assistenten gehen.

VORTEILE FÜR KUNDEN

Funktionierende virtuelle Assistenten bieten Kunden vier wesentliche Vorteile: Verfügbarkeit, Schnelligkeit, Konsistenz und Komfort. Es erhöht die Servicequalität, wenn einfachere Fragen auch außerhalb der Bürozeiten und ohne Warteschleifen beantwortet werden können. Wenn Antworten konsistent erfolgen und korrekt sind, steigt die Vertrauenswürdigkeit. Und wenn der Assistent die Präferenzen des Kunden und frühere Interaktionen kennt, wird die Kommunikation viel persönlicher.

Virtuelle Assistenten können weit mehr als nur Informationen erteilen. Wenn Sie für eine Anbindung an ein CRM-System oder eine Anwendung zum Auftragsmanagement oder zur Terminvergabe sorgen, kann der Assistent Daten abrufen, Änderungen durchführen und Kunden bei einfacheren Aufgaben direkt unterstützen. Dadurch wird der Self-Service nicht nur beschleunigt, sondern auch erweitert – und für den Kunden nützlicher.

Konkrete Anwendungen sind beispielsweise:

- **Auftrags- und Lieferstatus** – Der Kunde bekommt Informationen zum Live-Status und kann beispielsweise Änderungen vornehmen lassen.
- **Terminverwaltung** – Termine vereinbaren, verschieben oder absagen, ohne auf einen Mitarbeiter warten zu müssen.
- **Einfache Interaktionen** – zum Beispiel Adressänderungen, Rechnungen anfordern oder Daten überprüfen.
- **Häufig gestellte Fragen** – schnelle Antworten auf Fragen zu Produkten, Dienstleistungen, Geschäftsbedingungen oder Prozessen.
- **Proaktive Mitteilungen** – aktives Senden von Nachrichten an Kunden, z. B. bei Verzögerungen, Änderungen oder erforderlichen nächsten Schritten.

Der Vorteil für den Kunden liegt auf der Hand: weniger Wartezeit, weniger Wiederholung, mehr Kontrolle über den Prozess. Und wenn der virtuelle Assistent nicht weiter weiß, ist es essentiell, dass die Interaktion nahtlos an einen menschlichen Mitarbeitenden übertragen werden kann – unter Beibehaltung aller Informationen und des Kontexts, damit der Kunde nicht wieder bei Null anfangen muss.

FALLSTRICKE BEIM EINFÜHREN EINES VIRTUELLEN ASSISTENTEN

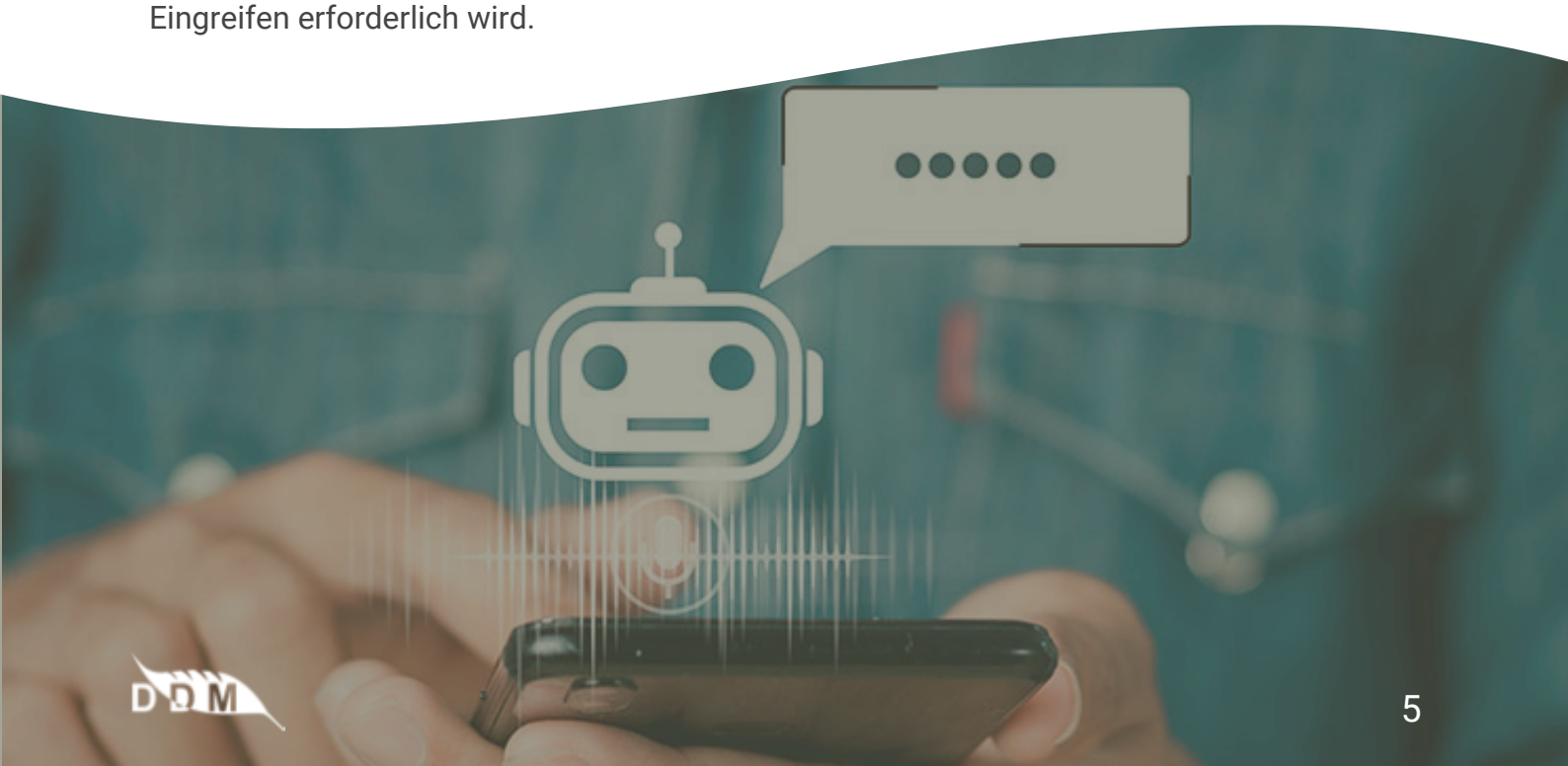
Vor der Implementierung eines virtuellen Assistenten sind einige Dinge zu beachten. So versuchen manche Organisationen, zu viele Funktionen auf einmal auszulagern. Fangen Sie lieber mit einem begrenzten Katalog häufiger Kundenanfragen an, testen Sie, was funktioniert, und erweitern Sie Schritt für Schritt.

Auch unzureichende Tests mit echten Kundenanfragen können zu Problemen führen. Virtuelle Assistenten müssen nicht nur technisch funktionieren, sondern auch verstehen, was ein Kunde meint, und entsprechend antworten. Mindestens ebenso wichtig ist die nahtlose und kontextbewahrende Übergabe an einen Servicemitarbeiter, sobald ein Problem mit dem Assistenten nicht gelöst werden kann, um Frust beim Kunden zu vermeiden.

> **Fangen Sie lieber mit einem begrenzten Katalog häufiger Kundenanfragen an**, testen Sie, was funktioniert, und erweitern Sie Schritt für Schritt.

Darüber hinaus verdienen Ton und Formulierungen Aufmerksamkeit. Zu formelle oder „roboterhafte“ Sprache wirkt befremdlich, während ungenaue oder informelle Antworten zu Vertrauensverlust führen können. Die Art und Weise der Kommunikation des virtuellen Assistenten muss zur Organisation und der Erwartung der Kunden passen.

Achten Sie nicht zuletzt auch auf Datenschutz und Datensicherheit. Teilen Sie keine nicht notwendigen personenbezogenen Daten über Self-Service-Kanäle, und sorgen Sie für einen sicheren Umgang mit sensiblen Anfragen. Am besten definieren Sie vorab, welche Informationen der virtuelle Assistent verwenden darf und welche nicht, und wann menschliches Eingreifen erforderlich wird.



ZENTRALE ERFOLGSFAKTOREN

Wenn Ihr virtueller Assistent eine echte Hilfe sein soll, dann achten Sie auf einige zentrale Punkte:

- Beginnen Sie mit echten Kundenanfragen, nicht mit ausgedachten Szenarien. Achten Sie dabei auch auf häufig vorkommende Gründe für die Kontaktaufnahme und auf Stellen, wo es zu Problemen kommt.
- Fangen Sie klein an und messen Sie den Fortschritt – entscheiden Sie sich für einen klaren Prozess, zum Beispiel die Abfrage eines Lieferstatus, und machen Sie daraus eine funktionierende Pilot-Implementierung. So finden Sie rasch heraus, was funktioniert und was verbessert werden muss.
- Sorgen Sie für eine flüssige Übergabe. Kann der virtuelle Assistent ein Problem nicht lösen? Dann muss das Gespräch an einen Service Agent übertragen werden – mitsamt dem vollständigen Kontext, damit der Kunde sich nicht wiederholen muss.
- Testen Sie mit echten Kunden und optimieren Sie: Nutzen Sie echte Kundeninteraktionen und Feedback, um Fragen, Antworten und Prozesse zu verbessern und zu verfeinern. So entwickeln Sie Ihren virtuellen Assistenten fortlaufend weiter.
- Messen Sie aussagekräftige KPIs: Schauen Sie nicht nur, wie viele Anfragen der virtuelle Assistent bedient, sondern vor allem auf die Qualität. Sinnvoll sind beispielsweise die CSAT, die Containment Rate (wie viele Anfragen der Assistent löst) und die durchschnittliche Abwicklungsdauer (AHT) nach der Übergabe.

ZUSAMMENGEFASST

Virtuelle Assistenten sind mehr als nur „smarte Chatbots“. Sie agieren als digitale Kollegen, die Kunden helfen und Mitarbeitende entlasten. Sofern sie richtig eingerichtet sind, erledigen sie einfache Aufgaben ganz autark, geben sofortige Antworten und leiten komplexere Anfragen nahtlos an Service Agents weiter. Für Kunden bedeutet das mehr Komfort und Schnelligkeit, für Mitarbeitende weniger Wiederholung und mehr Zeit für lohnende Gespräche. Der Wert dieser Lösung ergibt sich aus dem flüssigen Zusammenspiel von Mensch und Technologie. Wenn virtuelle Assistenten ergänzen und nicht ersetzen, wird der Kundenkontakt persönlicher und zuverlässiger.

Die DDM-Methodik für virtuelle Assistenten

Die Faustregel bei DDM lautet: erst die Basis, dann der Hype. Für virtuelle Assistenten bedeutet dies, dass wir nicht mit hübschen Features beginnen, sondern mit einer soliden technischen Basis und konkreten Kundenanfragen.

Anschließend erweitern wir schrittweise anhand einer dynamischen Roadmap nach dem Ansatz der kontinuierlichen Verbesserung. Falls erforderlich, sorgen wir für ein robustes Omnichannel-Fundament, auf dem wir Schritt für Schritt smarte Assistenten-Funktionen aufbauen.

Diese Roadmap lässt sich immer an alle Veränderungen in Ihrer Organisation und auf dem Gebiet der Contact-Center-Technologie anpassen. So bleibt die Transition beherrschbar, flexibel und zielgerichtet: Verbesserungen werden dort eingeführt, wo sie den größten Nutzen für Ihre Kunden und Ihre Organisation haben.

Unser Ansatz für virtuelle Assistenten in drei praktischen Schritten:

1. Evaluierung und Priorisierung – Gemeinsam analysieren wir Kundenanfragen, Interaktionsströme und Kontaktvolumen. Auf diese Weise bestimmen wir, wo ein virtueller Assistent am sinnvollsten wäre und welche Anwendung Kunden und Mitarbeitern am meisten nützt.

2. Design und Implementierung – Wir entwerfen natürliche Kundendialoge, richten das Wissensmanagement ein und sorgen für eine nahtlose Übergabe an Service Agents. Damit bietet der virtuelle Assistent vom ersten Tag an ein zuverlässiges Kundenerlebnis.

3. Kontinuierliche Verbesserung – Nach dem erfolgreichen Pilotprojekt erweitern wir die Lösung sukzessive um neue Kundendialoge, Kanäle und smarte KI-Features. Neue Anwendungen werden nur dann hinzugefügt, wenn sie sicher sind und nachweislich Mehrwert bieten.

Auch wenn Ihre Plattform nicht alle gewünschten Funktionen bietet, denken wir mit Ihnen gemeinsam weiter. Bei Bedarf entwickeln wir maßgeschneiderte Zusatzfunktionen, damit Ihr Virtual Assistant Ihre Kunden noch besser unterstützen kann – ohne Abstriche bei Benutzerfreundlichkeit und Sicherheit.

Orte

Niederlande
Lange Dreef 11-C
4131 NJ Vianen
T: +31 347 322 551

Belgien (HQ)
Campus Blairon 488
2300 Turnhout
T: +32 14 40 50 10

Deutschland (Köln)
Im Mediapark 5
50670 Köln
T: +49 221 9820 9760

Deutschland (Stuttgart)
Tübinger Strasse 61
70178 Stuttgart
T: +49 711 6648 5040

info@ddmconsulting.eu
www.ddmconsulting.eu

ÜBER DDM

Bei DDM Consulting wissen wir: Eine „One-size-fits-all"-Lösung funktioniert bei der Auswahl einer Kundenkontaktplattform nicht. Jedes Unternehmen ist einzigartig.

Deshalb bieten wir Ihnen eine breite Auswahl an etablierten Contact-Center-Lösungen und beraten Sie auf Basis von über 20 Jahren Erfahrung im Kundenkontakt.

Evolution statt Revolution

Gemeinsam mit Ihnen analysieren wir Ihre bestehenden Contact-Center-Prozesse und definieren die Anforderungen an Ihre zukünftige Plattform. Wir beraten Sie und unterstützen Sie dabei, effizientere Workflows zu entwickeln, die – wo sinnvoll – durch KI unterstützt werden.

Auf dieser Grundlage erstellen wir eine dynamische Roadmap, die den Übergang zu einem leistungsfähigeren Contact Center strukturiert und gut umsetzbar macht.

Proaktiv mit moderner Technologie arbeiten

Diese Roadmap bleibt auch nach der Einführung Ihrer neuen Plattform zentraler Bestandteil der Zusammenarbeit. Sie entwickelt sich kontinuierlich weiter – im Einklang mit Veränderungen in Ihrem Unternehmen und neuen Entwicklungen im Bereich der Contact-Center-Technologie. Unsere Expertinnen und Experten bewerten jede neue Version im Hinblick auf ihren konkreten Mehrwert für Sie. Dabei handeln wir proaktiv, damit Sie stets über die relevanten Entwicklungen informiert sind und diese optimal nutzen können.

Individuelle Lösungen für besseren Kundenkontakt

Suchen Sie nach spezifischen Funktionen, die im gewählten System (noch) nicht verfügbar sind? Dann entwickeln wir bei Bedarf passgenaue Erweiterungen, die exakt auf Ihre Anforderungen zugeschnitten sind. Unser Team vereint fachliche und technische Expertise, um das volle Potenzial Ihrer Lösung auszuschöpfen – auch dann, wenn Sie sich für eine Standardplattform entschieden haben.

Mit DDM Consulting entscheiden Sie sich für einen proaktiven und kreativen Ansatz zur Weiterentwicklung Ihrer Customer Experience.