

« Eine agile Vorgehensweise mit schnellen Iterationen ist am zielführendsten »

Voice- und Chatbots werden in der Kommunikation mit Kunden immer wichtiger. «Voice First» heisst das Wort der Stunde. Thomas Zweifel von Adnovum über aktuelle Trends und die Strategie bei der Umsetzung.

Interview: Oliver Schneider

Spracherkennung können Computer schon eine ganze Weile. Was hat sich in der letzten Zeit getan?

Thomas Zweifel: Die Genauigkeit der maschinellen Spracherkennung auf Englisch hat massive Fortschritte gemacht und liegt seit 2018 über der menschlichen Trefferquote von 95 Prozent. Sprechen ist schneller und einfacher als Tippen, zudem werden Integrationen in alltägliche Situationen möglich, die bisher zu rechenintensiv, fehleranfällig oder zu langsam waren. So kann auf viel Schnickschnack wie Menüstrukturen verzichtet werden, was die Nutzung erleichtert und die Barrierefreiheit zudem unterstützt.

Warum ist das Thema Voicebots für Adnovum aktuell wichtig?

Bei unseren Mandaten steht oft die Interaktion unseres Kunden mit seinen Endkunden im Zentrum. Voice- und Chatbots ermöglichen neue Ansätze, die direkter, schneller und bequemer zu nutzen sind als klassische Anfragen via App, E-Mail oder Callcenter. Durch die Unterstützung von Schweizerdeutsch ist nun auch ein wichtiger Differenzierungsfaktor für Schweizer Firmen verfügbar. Wir erwarten hier wieder eine Veränderung im Nutzungsverhalten: Stand bei «Mobile First» noch die Verlagerung hin zu mobilen Apps im Vordergrund, so zeichnet sich nun eine Erweiterung der Kundenkanäle auf Conversational User Interfaces wie Sprachassistenten, Voice- und Chatbots ab. Dabei wird die Stimme im Zentrum stehen nach dem Motto «Voice First».

Wie unterscheiden sich Chat- und Voicebots in der Entwicklung?

Bei Chatbots ist eher die Nutzung einer Hochsprache wie

Hochdeutsch oder Englisch verbreitet, bei der gesprochenen Sprache hingegen dominiert in der Schweiz das Schweizerdeutsch. Zusätzlich arbeitet man bei Chatbots direkt mit geschriebenem Text, bei Voicebots kommt noch die Speech-to-Text- und Text-to-Speech-Umwandlung dazu. Diese feinen Unterschiede müssen von Anfang an berücksichtigt werden, wenn man nicht jedes Mal von vorne beginnen möchte.

Für welche Unternehmen sind Voicebots besonders interessant?

Sämtliche Firmen, die mit Kunden oder Partnern interagieren, können von Voicebots und Chatbots profitieren. Ein Beispiel sind Callcenter, die häufig wiederkehrende Fragen beantworten müssen. Die Kunden ihrerseits profitieren von einer Antwort ohne Wartezeit, auch ausserhalb der Öffnungszeiten. Eine Triage von Kunden mittels Voicebot reduziert zudem Doppelspurigkeiten und dadurch Ineffizienzen, weil der Kunde sein Problem nicht mehr mehrfach schildern muss und Weiterleitungen reduziert werden können.

Wie sieht Ihre Herangehensweise aus, wenn ein Unternehmen einen Voicebot einsetzen möchte?

Wie bei den meisten Projekten ist eine agile Vorgehensweise mit schnellen Iterationen am zielführendsten. Nach der Erhebung der Bedürfnisse erstellen wir eine Roadmap mit den Prioritäten, die wir in den ersten Phasen angehen wollen. Bei der Roadmap müssen aber auch mittel- und langfristige Ziele berücksichtigt werden, um Umwege zu vermeiden. Die richtige Mischung aus Fokus pro Iteration und langfristigen Zielen erzielt die besten Erkennungsraten und Resultate.



« Firmen, die mit Kunden oder Partnern interagieren, können von Voicebots und Chatbots profitieren. »

Thomas Zweifel,
Head of IT Consulting bei
Adnovum