

Pressemitteilung

Capterra: Studie zur KI im Kundenservice

München, 31. Juli 2024 – Künstliche Intelligenz (KI) zeigt enormes Potenzial in der Kundenberatung. Beispielsweise lassen sich Kundenanfragen automatisch über Chatbots oder Sprachassistenten beantworten, und KI kann personalisierte Empfehlungen für Produkte und Dienstleistungen erstellen sowie ganze Prozesse im Kundenservice automatisieren. So können insbesondere unerfahrene Mitarbeiter schneller effizient eingesetzt werden. Doch oftmals wird mangelnde Empathie oder Kontextverständnis in ungewöhnlichen Situationen kritisiert.

Die Software-Bewertungsplattform Capterra untersuchte, wie KI im Kundenservice in Deutschland eingesetzt wird. Dazu wurden 187 qualifizierte Teilnehmer aus dem Service-Bereich zu den Vorteilen und Herausforderungen der Einführung von KI im Kundendienst befragt. Die Studie war Teil einer Befragung von 2.307 Teilnehmern weltweit.

Highlights der Studie

- 55 % verwenden bereits KI-Funktionen in ihrer Kundenservice-Software.
- Fast 60 % erwarten Kosteneinsparungen und schnellere Antwortzeiten von KI-gestützter Kundenservice-Software.
- Hauptvorteile der KI sind höhere Produktivität (61 %) und Kundenzufriedenheit (49 %).
- Herausforderungen sind der Verlust des Kundenvertrauens (43 %) und Datenschutz (36 %).

Laut den Befragten verwenden 55 % bereits KI-Funktionen in ihrer Kundenservice-Software. Damit liegt Deutschland im Ländervergleich an 3. Stelle, nach Indien (85 %), Italien (63 %) und gleichauf mit Mexiko (55 %). Doch wie zufrieden sind sie mit der Leistung der KI?

KI vs. Mensch: Wer kann was besser?

Wenn es darum geht, was Menschen besser können als die Künstliche Intelligenz, nennen die Befragten:

- Personalisierte Interaktionen schaffen (64 %),
- Zusatzkäufe pushen (56 %),
- Probleme lösen (48 %) und
- Leistungen beurteilen (43 %).

Bei komplexen Problemen übertrifft der Mensch immer noch die Maschine. Er kann zum Beispiel kreativ denken, verschiedene Möglichkeiten abwägen und individuell auf die Bedürfnisse des Kunden eingehen.

KI punktet laut den Befragten dagegen bei:

- Daten analysieren und Erkenntnisse gewinnen (55 %),
- Gespräche in mehreren Sprachen führen (50 %),
- Routineaufgaben ausführen (49 %)
- Vermeiden von Voreingenommenheit (47 %).

KI kann große Datenmengen schnell verarbeiten, analysieren und Muster entdecken. Auch können sich wiederholende Aufgaben mit gleichbleibender Qualität ausgeführt werden. Diese Vorteile können dazu beitragen, dass sich die Einführung KI-gestützter Software für 79 % der deutschen Teilnehmenden insgesamt positiv für die Kunden auswirkte.

Im internationalen Vergleich gehen die Meinungen zum Thema der Vermeidung von Voreingenommenheit (Bias) etwas auseinander. 54 % der indischen Teilnehmenden schreiben der KI einen Vorteil gegenüber dem Menschen zu, gefolgt von Mexiko (49 %) und den USA (47 %). Im internationalen Durchschnitt sind es 43 %.

Andererseits glauben 51 % der französischen Befragten und je 47 % in Italien und Spanien, dass der Mensch der KI darin überlegen ist. Der internationale Durchschnitt liegt hier bei 40 %, in Deutschland bei 37 %.

Vorteile der KI-Software im Kundenservice: Produktivität und Kundenzufriedenheit

59 % der deutschen Teilnehmenden nennen Kosteneinsparungen als größten Vorteil bei der Einführung von KI-gestützter Kundenservice-Software. Mit der Automatisierung vieler Aufgaben können Personalkosten reduziert werden.

Weiter werden schnellere Antwortzeiten für Kunden (58 %) und eine verbesserte Kundenzufriedenheit (30 %) genannt.

Dabei wirken sich die folgenden drei Punkte besonders positiv auf den Kundenservice in deutschen Unternehmen aus:

- 61 % Produktivitätssteigerung,
- 49 % verbesserte Kundenzufriedenheit,
- 45 % höheres Anrufvolumen.

Künstliche Intelligenz kann zeitaufwändige und repetitive Aufgaben wie beispielsweise die Kundendatenerfassung und -aktualisierung, das Weiterleiten von Anfragen oder die Überprüfung des Bestellstatus übernehmen. Das spart Zeit und verbessert insgesamt die Kundendienstprozesse. 37 % sprechen auch von weniger Stress unter den Angestellten.

Andererseits berichten 32 %, dass ihr Stresslevel angestiegen ist. Dies kann beispielsweise an technischen Problemen, unzureichender Schulung in der Verwendung der KI-Tools oder einem höheren Anteil an komplexen Anfragen liegen.

Nachteile der KI im Kundenservice: Vertrauen und Datenschutz

Die größten Herausforderungen bei der Einführung der künstlichen Intelligenz im Kundenservice sind der Erhalt des Kundenvertrauens (43 %), Kunden nicht abzuschrecken (39 %), der Schutz der Kundendaten (36 %) sowie die Genauigkeit der Informationen sicherzustellen (35 %).

Eine transparente Kommunikation über die Anwendung von künstlicher Intelligenz kann das Kundenvertrauen stärken. So geben 61 % der Befragten an, dass ihr Unternehmen ihren Kunden die Möglichkeit bietet, zwischen einem KI- oder Mitarbeiter-gestütztem Service zu wählen. Außerdem weisen 58 % in den Richtlinien oder Nutzungsbedingungen auf die Nutzung von KI hin, und 55 % weisen während der Kundeninteraktionen darauf hin.

Mehr als ein Drittel hinterfragt die Gewährleistung des Datenschutzes und der Datensicherheit, da KI-basierte Kundenservice-Systeme oft die Weitergabe persönlicher Informationen erfordern, um effektiv zu arbeiten. Unternehmen sollten die gesetzlichen Datenschutz- und Compliance-Vorschriften unbedingt einhalten, was auch 25 % der Befragten kritisch sehen.

70 % der Befragten zeigen Besorgnis bezüglich der Genauigkeit der Informationen, die KI-gestützte Tools an ihre Kunden weitergeben. Beispielsweise können KI-Systeme über ein Monitoring der Datenquellen überwacht werden. Dazu zählen u.a. Kundendatenbanken mit Angaben zum Kundenprofil, Wissensdatenbanken zu Produkten oder Lösungen für häufige Probleme, Echtzeitdaten zu Lagerbestand oder Lieferzeiten.

Weiter ist es wichtig die Mitarbeiter zum Umgang mit Kundendaten im Zusammenhang mit der KI-Software zu schulen. Dies wird bereits in die Praxis umgesetzt, wie 80 % der Teilnehmenden angeben.

Ausblick

KI-basierte Service Tools zeigen großes Potenzial für den Kundenservice. Laut der Studie gehen die Servicemitarbeiter davon aus, dass durchschnittlich 43 % der Kundenservice-Anfragen in den nächsten fünf Jahren ausschließlich von KI bearbeitet werden.

„Um die Vorteile von KI im Kundenservice optimal nutzen zu können, ist es wichtig, die Vor- und Nachteile abzuwägen und die Technologie verantwortungsbewusst einzusetzen. Eine Kombination aus KI und menschlichem Kundenservice könnte die beste Lösung sein, um das Beste aus der Technologie herauszuholen und gleichzeitig eine persönliche und empathische Kundenbetreuung zu gewährleisten“, kommentiert Rosalia Mousse, Content-Analystin bei Capterra.

Methodik

Die „Capterra 2024 Customer Service Technology“-Umfrage wurde im Mai 2024 unter 2.307 Befragten in den USA (n = 199), Kanada (n = 200), Brasilien (n = 188), Mexiko (n = 184), Großbritannien (n = 194), Frankreich (n = 196), Italien (n = 183), Deutschland (n = 187), Spanien (n = 191), Australien (n = 193), Indien (n = 200) und Japan (n = 192) durchgeführt. Ziel der Studie war es zu untersuchen, wie neue Callcenter-Technologien es Marken ermöglichen, außergewöhnliche Kundenerlebnisse zu bieten. Die Befragten wurden als Vollzeitmitarbeiter in Unternehmen mit 1 bis 2.499 Mitarbeitern ausgewählt. Sie müssen im Kundendienst tätig sein, eine Kundendienstsoftware verwenden oder erwerben und interne oder externe Kundendienstanrufe bearbeiten.

Über Capterra

Capterra ist die erste Adresse, um die richtige Unternehmenssoftware zu finden. Unsere Plattform umfasst mehr als 95.000 Lösungen aus 900 Softwarerubriken und bietet über 1,8 Millionen verifizierte Nutzerbewertungen – so sparst du Zeit und arbeitest effizienter und produktiver.

Weitere Informationen: [capterra.com.de](https://capterra.com/de)

Pressekontakt: Ina Schumann, Ina.Schumann@gartner.com