



# WhatsBroadcast

## Power up your Future

Wie Chatbots die Kommunikation revolutionieren



# Inhalt:

<b>Power up your Future .....</b>	<b>3</b>
Wie Chatbots die Kommunikation revolutionieren .....	3
<b>Chatbots im Messenger.....</b>	<b>3</b>
<b>Chatbot Definition - eine Annäherung an den Begriff .....</b>	<b>4</b>
<b>Chatbot-Klassifizierung und Beispiele .....</b>	<b>5</b>
Klassifizierung nach Dialogform.....	5
Klassifizierung nach Kommunikationsstruktur.....	6
<b>Klassifizierung nach Einsatzzweck .....</b>	<b>7</b>
Kundendienst .....	7
Nachrichten .....	8
Produktinformation.....	8
Branding .....	8
Einkauf .....	8
Unterhaltung .....	9
Behörden.....	9
Warum brauchen Unternehmen Chatbots? .....	10
1. Die beliebtesten Apps: Messenger .....	12
2. Das optimale Interface: Sprache .....	12
3. Chatbots: leichter zu erstellen als Apps .....	13
4. Personalisierung: Der Schlüssel zum Kunden.....	13
5. Interaktion: Chatbots tauschen sich aus .....	14
6. Bots entwickeln sich weiter.....	14
7. Persönlichkeit .....	14
<b>Fazit.....</b>	<b>15</b>
<b>Über WhatsBroadcast .....</b>	<b>16</b>

# Power up your Future

## Wie Chatbots die Kommunikation revolutionieren

Immer mehr Smartphone-Nutzer verbringen einen Großteil ihrer Zeit in Messengern wie WhatsApp, Facebook Messenger oder Telegram. Wie wäre es also, diese Kanäle auch im professionellen Kommunikationsmix zu nutzen? Bestenfalls mit einem hohen Maß an Automation? Die Zeit für Chatbots ist gekommen. Weil sie Unternehmen unterstützen können, ihre Kunden besser zu informieren, zu verstehen und mit ihnen zu interagieren. Schließlich ist es beispielsweise viel komfortabler, den Kundensupport direkt via Messenger zu kontaktieren, als beispielsweise in endlosen Telefonwarteschleifen zu warten. Genau für solche Szenarien sind Chatbots im Einsatz.

Nachfolgend erfahren Sie, welchen Mehrwert Chatbots Ihnen in der Kundenkommunikation bieten können und warum Sie diese wichtige Technologie nicht verpassen sollten.

## Chatbots im Messenger

Bereits seit 50 Jahren existiert die „Chatbot“-Idee – und seit ebenso langer Zeit wird konkret an dieser gearbeitet. Neu sind die Plattformen, die den Einsatz von Chatbots erst sinnvoll machen: die Messenger.

Messenger wie WhatsApp oder Facebook Messenger sind aus der privaten Kommunikation nicht mehr wegzudenken. Schon heute werden 2 Milliarden Nachrichten über den Facebook Messenger zwischen Unternehmen und Kunden ausgetauscht – Tendenz steigend. Messenger entwickeln sich zunehmend zu Plattformen, auf denen die von Webseiten und Apps gewohnten Leistungen angeboten werden. Die dafür erforderlichen Programme werden als Chatbots bezeichnet.

Viele aktuelle Bot-Szenarien sind nicht grundsätzlich neu. Neu sind allerdings ihre Ansätze zur Automatisierung und Effizienzsteigerung. Mit der passenden Plattform kombiniert werden Chatbots attraktiv für zahlreiche Unternehmensbereiche.



**Messenger wandeln sich immer stärker zu Plattformen, auf denen die Interaktion zwischen Kunden und Unternehmen stattfindet. Chatbots tragen damit wesentlich zur Kundenzufriedenheit bei.**

## **Chatbot Definition - eine Annäherung an den Begriff**

„Chatbot“ - der Begriff lässt einen sofort an HAL 9000 aus dem Filmklassiker „2001: Odyssee im Weltraum“ oder an „Matrix“ denken. Also an Maschinen, die mit einer übermenschlichen Intelligenz ausgestattet sind. Soweit die Fiktion. In der Realität macht die Technologie im Bereich der Künstlichen Intelligenz zwar täglich Fortschritte, mit den Film-Vorstellungen haben sie wenig zu tun.

Nüchtern betrachtet sind Chatbots Software-Module, die vor allem auf Messenger-Basis operieren. Im Prinzip funktionieren sie wie Apps, jedoch auf Plattformen wie WhatsApp oder dem Facebook Messenger. Dort unterstützen und automatisieren sie die Kommunikation und erlauben den Nutzern auf eine neue Art interagieren.

So helfen Chatbots, Services, Produkte oder Marken in Messengern zu transportieren. Von der Pizza-Bestellungen bis zur kompletten Reisebuchung.



**Chatbots ermöglichen uns im Messenger Services, Produkte oder Marken zu transportieren.**

Nimmt man diese Definition als Grundlage, lassen sich zahlreiche spannende Szenarien denken, mit denen Chatbots verschiedenste Unternehmensaktivitäten sehr gut unterstützen können.

## Chatbot-Klassifizierung und Beispiele

Wir wissen also: Chatbots sind vielfältig einsetzbar. Und bieten zahlreiche Möglichkeiten der Interaktion. Das fängt übrigens schon bei der Wahl der Kommunikationsform an. Um besser beurteilen zu können, was Bots leisten können und für welchen Einsatzzweck im Unternehmen sie am besten geeignet sein, hilft sicherlich nachfolgende Klassifizierung von Chatbots.

### Klassifizierung nach Dialogform

Der Amazon-Sprachassistent Alexa liefert bereits ein gutes Beispiel für sprachbasierte Bots. Per Zuruf lässt sich ein Taxi bestellen, das nächste Lied abspielen oder ein Witz erzählen.

Bots, die auf gesprochene Sprache reagieren, wie Amazons Alexa oder Apples Siri, bieten den Vorteil, dass man sie auch ohne Texteingabe auf dem Smartphone bedienen kann. Ein großer Vorteil beim Autofahren, Kochen oder Musik hören. Solche Bots hören sozusagen aufs Wort.

Chatbots müssen aber nicht zwangsläufig sprechen oder Sprache verstehen. Manchmal ist eine vereinfachte und strukturierte Kommunikation effizienter als grammatikalisch korrekte Sätze. Ebenso können Nutzer über Elemente wie Buttons oder Texteingabe mit einem Bot interagieren. Den Unterschied macht hier die Wahl der Plattform. Textbasierte Bots werden beispielsweise im Facebook Messenger oder mit dem Service von WhatsBroadcast auch bei WhatsApp unterstützt. Die Bedienung erfolgt hier über den Smartphone-Screen - mit dem Vorteil, dass z.B. interessante Links, spannende Videos oder Bilder das Angebot unterstützen.

Chatbots haben durchaus das Potenzial, zukünftig auch mit unvollständiger Information umgehen zu können. Bis dies möglich ist, wird es weiterhin verschiedene Chatbot-Arten geben. Welche Form die passende ist, hängt ganz von ihrem Einsatzzweck ab.

## Klassifizierung nach Kommunikationsstruktur

Bei einem Messenger handelt es sich um einen Kommunikationskanal, darum lassen sich klassische Kommunikationsmuster zur Klassifizierung verwenden: die 1:n, die 1:1 und die n:m Kommunikation.

Hört sich das zunächst komplex an, ist das Prinzip eigentlich sehr einfach und ermöglicht einen tieferen Einblick in die kommunikativen Möglichkeiten der Chatbots.

### **1:1-Kommunikation:**

Bei der 1:1-Kommunikation sind zwei Parteien direkt im Dialog. Man kennt diese Kommunikationsform von Beratungsgesprächen, aus dem Kundendienst und von ähnlichen Serviceleistungen. Bots sind hervorragend zur 1:1-Kommunikation geeignet. Denn Chatbots können parallel beliebig 1:1-Gespräche führen.

### **1:n-Kommunikation:**

Bei der 1:n-Kommunikation verteilt eine Stelle die Information an viele Empfänger. Verschiedene Kommunikationsformen basieren auf diesem Modell, gute Beispiele hierfür ist der E-Mail-Newsletter, Social Media Posts, Radio- und TV-Beiträge. Typischerweise wird die 1:n-Kommunikation in der Informationsverteilung und im Marketing eingesetzt.

### **n:m-Kommunikation:**

Wie in einem Meeting, sind an der n:m Kommunikation mehrere Personen beteiligt, die abwechselnd „senden“ und „empfangen“ können. Aber auch andere n:m-Szenarien sind mit Chatbots umsetzbar, zum Beispiel Sport-Tippspiele oder Gruppentermin-Vereinbarungen wie bei Doodle. Auch für die n:m-Kommunikation kann ein Bot eine wichtige Hilfe sein, als Organisator, Schiedsrichter, Schriftführer, Archivar und für viele weitere Aufgaben.



**Es gibt verschiedene Kommunikationsformen, die sich etabliert haben. Mit Hilfe von Chatbots können diese automatisiert bedient werden. Von einfach und direkt bis vielschichtig anspruchsvoll.**

## **Klassifizierung nach Einsatzzweck**

Die dargestellten Kommunikations-Szenarien zeigen bereits typische Einsatzfelder für Bots. Noch deutlicher werden die Nutzungsmöglichkeiten, wenn die Einteilung nach Themen wie Service, Marketing, Informationsverteilung, Shopping oder Teamunterstützung erfolgt.

### **Kundendienst**

Nahezu jedes Unternehmen bietet Kundenservice an. Meist per Telefon oder E-Mail. Die Herausforderung dabei: Der Service ist entweder überlastet oder nicht ausgelastet. Viel Zeit geht zudem mit der Identifikation von Kundennummern und anderen Recherche-Aufgaben verloren. Mitunter fehlt den Service-Mitarbeitern auch das notwendige Wissen – oder sie sind gut qualifiziert und damit entsprechend teuer.

Hier kann ein Bot ansetzen. Er kann im Vorfeld wichtige Daten bereitstellen und Routinefragen beantworten. Nach und nach kann das Wissen des Bots erweitert werden, sodass Mitarbeiter sich auf komplexere Fälle konzentrieren und einen deutlich besseren Support anbieten können.

## Nachrichten

Nachrichten werden heute über zahlreiche Kanäle verteilt. Oft kann man diese mit geringem Aufwand und kostenlos abrufen. In der Nachrichtenflut geht Wichtiges dennoch unter. Individuelle Angebote, wie sie Chatbots leisten können, sind hier ein echter Lösungsansatz. Der Bot identifiziert ge- und erwünschte Informationen und stellt sie diese zur Verfügung, wenn der Nutzer tatsächlich Zeit und Interesse zum Lesen hat.

## Produktinformation

Produkte können viele Fragen aufwerfen. Ein Bot kann solche Fragen geduldig und beliebig oft beantworten. Statt umfassende Herstellerinfos lesen zu müssen, können Kunden den Bot genau zu den Themen fragen, über die sie gerne mehr erfahren möchten.

Lästige Warteschleifen und unbeantwortete Mails gehören somit der Vergangenheit an.

## Branding

Brands sind oft mit Themen wie Sport und Musik oder mit bekannten Personen verbunden, zu denen ein Bot unterhaltsame Informationen liefern kann. Durchaus denkbar ist aber auch, dass ein Bot selbst zum Repräsentanten einer bekannten Marke wird - und damit selbst zum Star.

## Einkauf

Bots können nicht nur über Produkte beraten, sondern auch direkt den Einkauf bis hin zur interaktiven Bezahlung unterstützen. Der Chatbot erfragt solange fehlende Informationen, bis er alle für einen Kauf notwendigen Informationen gesammelt hat. Er nimmt die Funktion eines Assistenten ein und führt den Kunden bis zum erfolgreichen Kaufabschluss.



## Unterhaltung

Chatbots werden ganz neue Arten von Unterhaltung ermöglichen. In einem ersten Schritt unterstützen sie unter anderem beim Finden von Filmen, TV Guides oder liefern Informationen zu Stars. Sie können aber auch neue Formate im Messenger hervorbringen, in denen sie als Moderator, Assistent oder Schiedsrichter auftreten.

## Behörden

Behörden haben oft standardisierte Formulare und Prozesse. Diese können sehr gut durch Bots beschleunigt werden. Mit der Unterstützung eines Chatbots können solche Vorgänge in den Messenger verlagert und dort individuell zur Verfügung gestellt werden. Lange Wartezeiten und unflexible Öffnungszeiten gehören damit der Vergangenheit an.



**Chatbots können in vielen Bereichen die menschliche Kommunikation unterstützen, Vorgänge vereinfachen und einen echten Nutzen bringen.**

# Die Chatbot Revolution

## Warum brauchen Unternehmen Chatbots?

Im Grunde liegt die Antwort auf der Hand – die digitale Transformation und das sich dadurch verändernde Nutzerverhalten führen genau zu diesem Bedarf. Hierzu haben einige wesentliche Entwicklungen beigetragen:

1. Mobile Kommunikationstechnologien sind für immer mehr Nutzer aus ihrem Alltag schlicht nicht mehr wegzudenken. Dies führt dazu, dass es für Betreiber regulärer Websites zunehmend schwieriger und teurer wird, einen Zugang zu potenziellen Kunden zu finden. Zwar wurden Programme entwickelt, die auf Smartphones und Tablets gut funktionieren, die sogenannten Apps. Doch auch sie scheinen sich mehr und mehr zu einer Übergangstechnologie zu entwickeln.
2. Mittlerweile gibt es Millionen von Apps, die täglich verwendet werden. Das große Angebot provoziert indes schnell eine Übersättigung der Nutzer. Was wiederum dazu führt, dass es immer teurer und schwieriger wird, Apps im Markt erfolgreich zu platzieren. Letztendlich haben sich – global betrachtet - nur wenige Apps wirklich durchgesetzt.
3. Erfolgreich sind hingegen die Messenger Apps. Die Liste der beliebtesten Apps führt in Deutschland beispielsweise klar WhatsApp an, auf Platz zwei der Facebook Messenger gefolgt von der Facebook- App und Snapchat<sup>1</sup>. Meist haben die Nutzer sogar mehrere Messenger installiert und aktiv im Gebrauch.
4. Wussten Sie eigentlich, dass 76 % der Deutschen angeben, dass Sie im Alltag nicht mehr auf WhatsApp verzichten wollen<sup>2</sup>. Messenger sind zu Kommunikationsplattformen geworden, auf denen der Nutzer wesentlich empfänglicher für Information ist. Hierfür spricht die Möglichkeit eines direkten, schnellen und kostengünstigen Austauschs.
5. Messenger Apps eröffnen einen neuen Zugang zu Produkten, Marken und Services. So zum Beispiel Slack im Jahr 2015 und Facebook 2016.

---

1

2

6. Im Zusammenhang mit den dargestellten Trends hat auch die Technologie einen Sprung in der Verarbeitung natürlicher Sprache gemacht. Services, die durch Konversation gesteuert werden können, sind auf dem Vormarsch.

Wo aber haben Chatbots (noch) ihre Grenzen? Sie können beispielsweise keine Website vollständig ersetzen – zumindest nicht auf dem derzeitigen Stand der Technik. Wenn Sie aber einen Bot strategisch nutzen und ihn in einen Messenger-Dienst integrieren, werden Sie neue Nutzererlebnisse erzeugen. Was wiederum die Zufriedenheit ihrer Kunden erhöht. Konkret kann dieses Zusammenspiel der verschiedenen Kanäle so aussehen: Sie bieten eine Flugbuchung über Ihre Website an und informieren den User zu Verspätungen über den Bot. Oder sie unterstützen die komplette Flug und Hotelsuche mit einem Bot, der durch den Prozess führt, die Buchung der Reise erfolgt im nächsten Schritt über eine Website.



**Nutzer sind bereits damit vertraut, per Push Benachrichtigungen zu bekommen. Über Messenger ist die Wahrscheinlichkeit wesentlich höher, dass diese den Empfänger auch erreicht.**

Wir stehen am Anfang einer neuen technologischen Ära. Chatbots ermöglichen Interaktion mit Software über die natürliche Sprache. Diese Veränderungen werden wir in zahlreichen Bereichen spüren. Das wird Auswirkungen auf unsere Arbeitswelt, auf unser privates Umfeld und auf unseren Umgang mit Unternehmen haben.

Die Entwicklung macht eines klar: Chatbots sind gekommen um zu bleiben. Die Frage ist nicht, ob Chatbots nützlich sind, sondern welche Einsatzszenarios sie bestmöglich unterstützen können.

## 7 Argumente für den Unternehmenseinsatz

Betrachtet man die dargestellte Entwicklung auf dem Markt, lassen sich zahlreiche Argumente finden, die bereits jetzt für den Einsatz von Chatbots im Unternehmen sprechen.

### 1. Die beliebtesten Apps: Messenger

Die drei populärsten Messenger WhatsApp, Facebook Messenger und WeChat werden bereits von großen Teilen der globalen Bevölkerung genutzt<sup>3</sup>.

Messenger werden quer durch alle Altersgruppen<sup>4</sup> verwendet und mehrmals täglich genutzt. So erreichen sie beeindruckende Reichweiten und Nutzungsintensitäten, wie sie kein anderer digitaler Dienst zuvor erzeugen konnte.

Wird eine Plattform so stark genutzt wie beschrieben, so können folglich über sie zahlreiche Inhalte erfolgreich transportiert werden, insbesondere Informationen, die heute noch nur auf Webseiten und in herkömmlichen Apps zu finden sind. Durch neue Erweiterungen wie die [Integration von Bezahl diensten](#) im Facebook Messenger, finden immer mehr Interaktionen zwischen Kunden und Unternehmen im Messenger statt.

### 2. Das optimale Interface: Sprache

„Alexa, was steht heute in meinem Kalender?“

Wir haben uns an Menüs, Buttons, Schieberegler und viele andere User-Interface-Elemente gewöhnt, weil es keine Alternative dazu gab. Jede Software, jede Webseite und jede App hat ihre Eigenheiten. Die Bedienung ist selten wirklich intuitiv und nutzerfreundlich.

---

3

4

Mit einem Chatbot ist erstmals die Möglichkeit zur echten Interaktion gegeben. Und im Bereich der natürlichen Spracherkennung finden derzeit starke Entwicklungssprünge statt. Mittels Sprache lässt sich jedes Thema blitzschnell und direkt adressieren. Niemand geht in ein Sportgeschäft und sagt, er möchte gerne Info zu Herren / Sport / Fußbekleidung / Wandern / Nike / Größe 43 / Leder /schwarz. So funktionieren Online-Shops, aber nicht unbedingt Menschen.

Mit Bots wird man sprechen können, Feedback bekommen, Beispiele ansehen, Spaß haben, Vertrauen aufbauen und sich kennenlernen.

### 3. Chatbots: leichter zu erstellen als Apps

Das Erstellen einer erstklassigen App erfordert viele verschiedene Fähigkeiten, sodass es in der Regel eines eingespielten Teams von Spezialisten, Zeit und Geld bedarf.

Chatbots benötigen einen wesentlichen geringeren Entwickleraufwand. Das mag daran liegen, dass die Messenger-Plattformen heute noch sehr wenige (grafische) Steuerelemente anbieten. Aber ein Großteil der Interaktion wird zukünftig ohnehin über natürliche Sprache erfolgen - und dafür wird es weitreichende Unterstützung von Bot-Builder-Umgebungen geben. Generell wird die Entwicklung stärker über konfigurierbare Module laufen, während die App-Entwicklung immer noch auf einer sehr technisch starren Ebene stattfindet.

### 4. Personalisierung: Der Schlüssel zum Kunden

Personalisierung ist kein neues Thema, erreicht aber allmählich einen Stand, der ganz neue Möglichkeiten bringt. Anbieter wie Amazon, Google und Facebook haben die Personalisierung auf ein ganz neues Level gebracht, indem sie einerseits sehr viel individuelle Nutzungsdaten sammeln und auswerten und andererseits mit statistischen Methoden für die Nutzer Empfehlungen aus dem Verhalten von ähnlichen Nutzergruppen oder Freunden ableiten.

Die Messenger-Plattformen werden das noch intensiver vorantreiben. Während Amazon schon sehr viele Daten durch die Einkäufe der Nutzer sammeln kann und Facebook die Gesamtheit der sozialen Aktivitäten auswertet, bekommen die Messenger die riesige Flut an individueller Kommunikation als Datenmaterial.

## 5. Interaktion: Chatbots tauschen sich aus

Bots werden miteinander interagieren. Der Trend geht zu einer immer stärkeren Integration von Software.

Chatbots haben eine ideale Integrationsschnittstelle - die natürliche Sprache. Wenn ein Bot Sprache versteht, kann er andere Bots fragen und deren Antworten verarbeiten. Ein Reise-Assistent kann zum Beispiel bei einem Wetter-Bot, einem Flug-Bot und einem Hotel-Bot nützliche Informationen einholen, um dem Nutzer kompetent zu beraten.

## 6. Bots entwickeln sich weiter

Chatbots können lernen. Über semantische Konstrukte können Entwickler ihnen Wissen beibringen. Bots lernen aus den Fehlern und Korrekturen im laufenden Betrieb. Mit ihrem erlernten Wissen unterstützen sie Nutzer in verschiedenen Bereichen. So kann nach und nach mehr Produktwissen aufgebaut werden und dem Nutzer schnellere und bessere Antworten angeboten werden.

## 7. Persönlichkeit

Chatbots haben eine Persönlichkeit, wohingegen Websites und Apps eher ein „Look and Feel“ aufweisen.

Mit der Persönlichkeit kommen Vertrauen, Sympathien, sicher auch Abneigungen und andere Emotionen ins Spiel und damit auch eine neue Art von Beziehungen im Umgang mit Software.



**Chatbots sind für die Kommunikation von Unternehmen ideal. Sie sind schnell zu erstellen, flexibel in der Anwendung und entwickeln sogar eine Art Persönlichkeit.**

## Fazit

Viele technische Entwicklungen lassen sich zwar grundsätzlich sehr zuverlässig vorhersagen, aber der Zeitablauf wird oft falsch eingeschätzt. Die Vorgänger der Smartphones hatten lange Zeit einen schweren Stand: wer erinnert sich noch an den Apple Newton von 1998?

Fakt ist auch, dass sich neue Systeme immer schneller global etablieren und Entwicklungen, die früher Jahrzehnte benötigt haben, jetzt in zwei bis drei Jahren stattfinden.

Chatbots werden in den kommenden Jahren unseren digitalen Alltag erobern, denn die Chancen, die sich durch diese Technologie ergeben, sind noch lange nicht absehbar. Wenn es darum geht, Abläufe und Prozesse zu verbessern, werden Chatbots neue Einsatzbereiche erfahren. Ein Beispiel: Wenn der Einkaufsvorgang für Produkte im Internet durch Chatbots zeitlich halbiert werden kann, ist dies für Verkäufer und Käufer gleichermaßen nutzbringend. Bis sich Chatbots aber tatsächlich „menschlich“ verhalten, wird noch einige Zeit vergehen.

## Über WhatsBroadcast

WhatsBroadcast ist der führende deutsche Anbieter von Messenger-Services für Unternehmen im Bereich der Endkundenkommunikation. Zur Verfügung stehen Lösungen für WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram und Insta. Als neueste Innovation bietet das Unternehmen Chatbots an. Es handelt sich dabei um Messenger-Bots, eine automatisierte 1:1-Kommunikation zwischen Unternehmen und Endkunden für die Bereiche Kundenservice, Shopping, Informationsabfragen und Entertainment. Derzeit nutzen mehr als 700 Unternehmen vor allem in Deutschland, Österreich und der Schweiz die Messenger-Dienste von WhatsBroadcast. Die WhatsBroadcast GmbH wurde 2015 gegründet und beschäftigt an den Standorten Augsburg und München 23 Mitarbeiter. Geschäftsführer des Unternehmens sind Franz Buchenberger und Max Tietz. Weitere Informationen finden Sie auf der Website.

**Testen Sie jetzt 14 Tage alle Funktionen kostenfrei und unverbindlich!**

<https://www.whatsbroadcast.com/de/preise-registrierung/>