

CASE STUDY

# MIT DEM HAUSMEISTER ZUM ERFOLG IM SERVICE

## AUF EINEN BLICK



**Die Organisation:**  
Deutsche Telekom AG  
[www.telekom.com/de](http://www.telekom.com/de)

**Branche:** Telekommunikation

**Kennzahlen:**  
Reichweite der Kommunikation  
über soziale Medien: ca. 90 Mio.  
Aufrufe p.a.

**Eingesetzte Produkte:** Knowledge  
Connect, Knowledge Bot



Hausmeister Horst, der erste digitale  
Mitarbeiter der Telekom

### Herausforderung

- Anzahl der Kundenanfragen steigt deutlich schneller als die Anzahl der damit beauftragten Service-Mitarbeiter der Telekom > Effizienzsteigerung notwendig
- Spagat zwischen Empathie und KI bzw. Automatisierung im Social Media Kundenservice
- Identifizierung geeigneter abgekapselter Teilprozesse, die durch einen Bot automatisiert werden können
- Einheitliche Zufriedenheitsumfrage über alle Social Media Kanäle durch einen Bot mit eigener Persönlichkeit und Sprache

### Warum unymira ausgewählt wurde

- Umfassendes, integriertes und bedarfsorientiertes Lösungsangebot im Social Media Management
- Langjährige unymira-Expertise im Social Media Kundenservice, erfolgreiche Realisierung bei ähnlichen Kundenprojekten
- Erfolgreiche langjährige Zusammenarbeit in der Etablierung eines best-in-class Social Customer Service mit Hilfe des unymira Produkts Knowledge Connect

### Projekt-Meilensteine

- Konzept und Charakterbildung des Chatbots
- Entwicklung umfangreicher Ablauf-Diagramme und Abfragebäume
- Etablierung der wichtigsten Eskalationspunkte
- Übernahme in den Live-Betrieb Ende 2017
- Regelmäßiger Ausbau und Optimierung
- Ideen-Findung für weitere Einsatzszenarien

### Nutzen

- Hohe Automatisierung im Teilprozess der Kundenzufriedenheitsabfrage
- Deutliche Erhöhung der Antwortraten um das 7-10fache (35 %) im Vergleich zu klassischen Kundenumfragen (3-5 %)
- Hohe Sympathiewerte von etwa 75 %, große Akzeptanz bei Kunden durch eigenen Charakter und Unterhaltungswert des Bots
- Bessere Kundenbewertungen des Service von durchschnittlich 4,1 Sternen im Vergleich zu 3,5 Sternen bei der Befragung durch Service-Agents
- Nahtlose Integration des Social Media Management-Werkzeugs Knowledge Connect mit der Erweiterung des Chatbots
- Einfache Identifikation von kündigunggefährdeten bzw. High-Potential-Kunden

## Service von Horst zu Mensch

— „Tach Marion Migge, ich bin Horst, der digitale Hausmeister von Telekom hilft“ – so wird der Kunde 72 Stunden nach einem abgeschlossenen Servicefall begrüßt. Etwas unkonventionell, aber unterhaltsam, sympathisch – und effektiv. Horst ist der erste digitale Mitarbeiter im Konzern und zuständig für Kundenzufriedenheitsumfragen.

Der Chatbot gilt als weiterer innovativer Baustein im anspruchsvollen Servicekonzept der Deutschen Telekom, das über die Jahre systematisch ausgebaut wurde. Die vielfältigen Kundenbetreuungsprozesse im Social Media Kundenservice werden zentral durch die Anwendung Knowledge Connect des Technologiepartners unymira gesteuert. Dabei bündelt das Social Media Management Tool sämtliche Anfragen, die über Facebook, Twitter, die Telekom-hilft-Community oder Foren bzw. Blogs gestellt werden und leitet die Anliegen bedarfsgerecht an die für das jeweilige Thema zuständigen Service-Teams weiter.

“Für „Telekom hilft“, den digitalen Servicekanal der Telekom, ist der persönliche und individuelle Aspekt eines Premium Service äußerst relevant, um unsere Position als best-in-class zu behaupten. Mit dem unymira Chatbot „Hausmeister Horst“ haben wir es geschafft, einen digitalen Kundenkanal mit eigenem Charakter zu etablieren, der die Antwortquote im Vergleich zu konventionellen Befragungen um ein Vielfaches gesteigert hat.”

Oliver Nissen, Deutsche Telekom AG

Um den Spagat zwischen Kunden-Wertschätzung und Wertschöpfung zu meistern, stellten die Verantwortlichen Überlegungen an, wie klassische Kundenservice-Prozesse teilautomatisiert werden konnten. Aufgrund des hohen Anspruchs, Service von Menschen für Menschen zu machen, eignete sich dafür nur ein gekapselter, isolierter Prozess – z.B. eine einheitliche Kundenzufriedenheitsumfrage über alle Social Media Kanäle.

Um dies möglichst automatisiert zu ermöglichen, entschied man sich für einen Bot, der heute – integriert in die Knowledge Connect-Lösung – die Zufriedenheit der Kunden mit dem Service seiner „echten“ Kollegen abfragt. „Also Butter bei die Fische: Taugte der Service meiner Kollegen was?“



## Digitaler Helfer hält sich an Regeln

— Horst kennt seine Grenzen. Er ist Teil des Service-Prozesses, agiert aber nicht unabhängig. Eingebaut sind entsprechende Eskalationspunkte für die Übergabe an einen Service-Agenten. Dieser prüft beispielsweise das Feedback der Kunden auf Sinnhaftigkeit und lässt Horst gegebenenfalls innerhalb von Sekunden nochmals nachfassen. Wünscht der Kunde eine Konversation mit dem Service-Mitarbeiter, sieht dieser, welches Serviceanliegen der Kunde hatte und welche Konversation mit Horst stattgefunden hat. Zufriedenen Kunden werden weitere Produkte und Services der Telekom angeboten, unzufriedene Kunden erhalten eine individuelle Bearbeitung ihres Anliegens.

Die Identifikation dieser unzufriedenen Kunden ist eine weitere Herausforderung die Horst löst. Denn die Telekom verbucht einen Vorgang als erledigt, wenn dieser ein Ergebnis hat. Oft sind die Vorgänge aber nicht vollständig gelöst, da der Kunde noch unzufrieden ist. Diese Vorgänge deckt Hausmeister Horst gekonnt auf und ermöglicht so die Kundenzufriedenheit wieder herzustellen und zu steigern.

## 4-Sterne-Chatbot

— Das besondere an Horst ist seine Persönlichkeit. Er ist ein Unikum mit eigenem Charakter, eigener Sprache, die emotionale Anker setzt. Das schafft Sympathie. Auch „outet“ sich der Hausmeister schon bei seiner ersten Anfrage als Bot. Seine Akzeptanzwerte liegen bei 75 %.

Klassische Kundenzufriedenheitsbefragungen laufen über einen integrierten E-Mail-Link zu einem Umfrageformular. Dabei liegen die Antwortraten bei 3-5 %. Mit Horst liegen diese bei 35 %, also um das 7-10fache höher. So konnten nach wenigen Monaten bereits über 5.000 Kunden-Feedbacks generiert werden.

Aufgrund der positiven Reaktionen und Ergebnisse sollen weitere Kollegen von Horst künftig für spezielle Aufgaben eingesetzt werden. So ist beispielsweise ein zweiter Bot für die vertriebliche Erstsprache geplant. Auch dieser Einsatz erfolgt nach strengen Kriterien und in engen Grenzen. Nur die Kunden, die den Kontakt mit Horst als positiv empfunden haben und die demnach offen für eine Bot-gesteuerte Kommunikation sind, werden angesprochen.