

Service CASES

**Praxis-Beispiele zur Gestaltung
eines echten Kundennutzens**

Volume 22

Service CASE

Branche

Fluggesellschaften

Zielgruppe(n)

Privatkunden/Geschäftskunden

Idee

Passagiere der Fluglinie KLM (www.klm.com) können ihr Bordkarte wie auch andere Informationen zu Abflug und Verspätungen künftig direkt über den Facebook Messenger erhalten. Mit KLM setzt nun die erste Fluglinie weltweit auf einen Facebook Messenger-Bot. Passagiere können damit alles, was ihren Flug betrifft, künftig über Facebook erledigen.

Der Bot informiert per Messenger über Check-in-Zeiten, stellt die Bordkarte aus und informiert über Flugverspätungen, Gate-Änderungen und ähnliches.

Zur Vervollständigung der Kommunikation mit dem Kunden können diese über die Messenger-App auch mit einem menschlichen Mitarbeiter sprechen.

Bewertung



Fazit

Eine Service, der die Kommunikation mit dem Kunden in einen bestehenden bzw. akzeptierten Kanal integriert und damit alltäglichen Nutzungsgewohnheiten gezielt folgt.

Service CASE

Branche

Lebensmittelhandel

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

Seit kurzem bietet Allyouneedfresh (www.allyouneedfresh.de), das Shopping-Portal von DHL, seinen Kunden einen WhatsApp-Einkaufsservice an. Der Kunde speichert eine Mobilfunknummer von Allyouneedfresh in seinem Smartphone und schickt per WhatsApp seine Einkaufsliste oder das Foto eines Rezepts an den Online--Supermarkt.

Dort analysiert ein Roboter, ein sogenannter „Bot“, - also eine Software, die Aufgaben automatisieren kann - die Liste und identifiziert die gewünschten Produkte. Mithilfe der selbst entwickelten „Empfehlungssystem“ des Online-Shops wird der Warenkorb dann direkt im Shop zusammengestellt und überarbeitet.

Bewertung



Fazit

Ein Service, der mir als Kunde aktiv assistiert und durch eigene Vorschläge zudem noch wertvolle Tips und Hinweise geben kann.

Service CASE

Branche

Nachrichtendienst

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

News in Dialogform: Die App Resi (www.resiapp.io) nutzt Bots, um vor allem jungen Nutzern mit einer neuen Messaging-Form Nachrichten zu vermitteln.

Die Nutzer von Resi sollen, wie in einem Chat, Fragen stellen. Ein Bot, eine selbstlernende Software, soll dann stückweise Informationen liefern und in Dialog mit dem Nutzer treten.

Resi soll dabei im Laufe der Zeit eine Art digitale Persönlichkeit entwickeln. Zielgruppe sind vor allem die 15- bis 25-Jährigen. Dadurch sollen Leute von Nachrichten zu begeistert werden, die vielleicht von sich aus nicht so leicht von aktuellen Meldungen und Berichten zu überzeugen sind.

Bewertung



Fazit

Ein Service, der einen einfachen und leichten Zugang zu journalistischer Berichterstattung und Fragen über das aktuelle Zeitgeschehen vermitteln soll

Service CASE

Branche

Fahrdienste

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

Kunden des Fahrdiensteanbieters Uber (www.uber.com) können nun über den Facebook-Messenger auf den Dienst zugreifen. Zunächst startete die neue Kombination in einigen Städten der USA. Künftig soll das Angebot aber auch in anderen Ländern und mit anderen Fahrdiensteanbietern verfügbar sein.

Konkret funktionieren soll der neue Service laut Facebook wie folgt: Während Nutzer über den Messenger mit anderen Nutzern kommunizieren, können sie parallel einen Uber-Fahrer durch Klicken oder Tippen auf ein Transport-Symbol im Messenger anfordern.

Zusätzlich kann der Kunde Informationen zu Fahrten sowie Abrechnungen über den Facebook-Messenger beziehen und die eigene Buchungshistorie verfolgen.

Bewertung



Fazit

Ein Service, der die sozialen Gewohnheiten der Kunden aufgreift und sich in die entsprechende Umgebung maßgeschneidert einfügt.

Service CASE

Branche

Modehandel

Zielgruppe(n)

Privatkunden

Idee

ChatShopper (www.chatshopper.com) ermöglicht es seinen Kunden mobil Fashion Produkte per Chat einzukaufen. Über Facebook, Telegram oder die ChatShopper-App können die Nutzer mit dem AI-basierten Chatbot Emma schreiben, dieser schickt verschiedene Vorschläge aus dem Angebot von Partnershops.

Kunden teilen „Emma“ mit, was sie benötigen und diese kümmert sich darum. Man erhält dann Vorschläge, kann die Suche anpassen und zudem wird man noch beraten. Es gibt dann immer wieder Rückfragen, zum Beispiel welche Größe es sein soll oder ob es ein Preislimit gibt. Die Vorschläge gibt es in Form von Bildern und der Kunde teilt dann immer mit, ob es die richtigen Vorschläge sind.. Solange der Kunde nichts kauft, fallen auch keine Kosten an. Zu dem eigentlichen Einkaufspreis berechnet ChatShopper allerdings eine Servicepauschale von bis zu 10 Prozent, die sich nach dem Bestellwert richtet.

Bewertung



Fazit

Ein Service, der den Kunden im dialogischen Austausch begleitet und sicher an das gewünschte Ziel geleitet. Auch wenn es sich bei der Begleitung um KI handelt.