

zendesk

CX TRENDS 2023

Kunden erwarten, dass KI den Service radikal verändern wird

Unternehmen müssen sich auf die gravierenden Auswirkungen vorbereiten, die KI auf den Kundensupport haben wird



Inhaltsverzeichnis

EINFÜHRUNG

Kunden erwarten, dass KI die Art und Weise, wie sie mit Unternehmen interagieren, verändern wird

[Jetzt entdecken →](#)



ABSCHNITT 3

Eine KI sollte zwar sensibel sein und Empathie zeigen, aber nicht zu viel

[Jetzt entdecken →](#)



ABSCHNITT 1

KI wird bestehende Inhaltslücken füllen, und so sicherstellen, dass jede Experience nahtlos ist

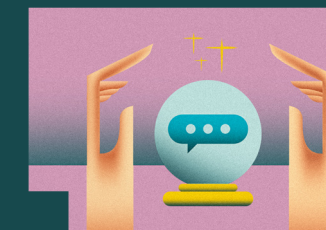
[Jetzt entdecken →](#)



ABSCHNITT 4

KI wird die Kommunikation mit Chatbots und Sprachassistenten auf ein neues Level bringen

[Jetzt entdecken →](#)



ABSCHNITT 2

KI wird neu definieren, was eine sofortige Personalisierung beinhaltet

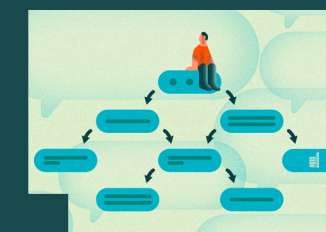
[Jetzt entdecken →](#)



ABSCHNITT 5

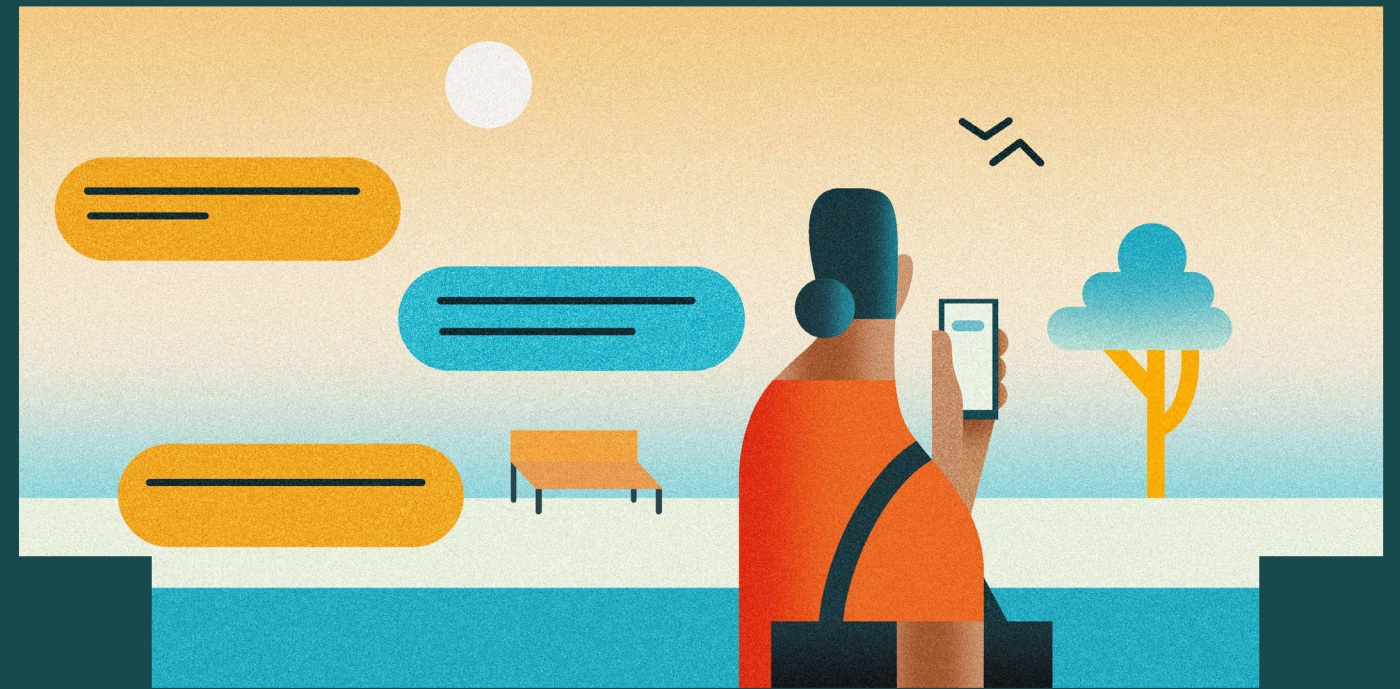
Generative KI wird den Tiefgang und die Qualität von Antworten drastisch verbessern

[Jetzt entdecken →](#)



EINFÜHRUNG

**Kunden erwarten,
dass KI die Art
und Weise, wie sie
mit Unternehmen
interagieren,
verändern wird**



Bereits 1965 stellte der spätere Intel-Mitgründer Gordon Moore – damals Director of Research and Development bei Fairchild Semiconductor – die These auf, dass sich die Rechenleistung alle zwei Jahre verdoppeln wird. Ein Jahrzehnt später revidierte er diese Annahme auf zwei Jahre. Diese These, die später als Mooresches Gesetz bekannt wurde, bewahrheitete sich ein halbes Jahrhundert lang. Aber der Aufstieg der KI-gestützten Datenverarbeitung stellt diese Theorie nun infrage.

Computerwissenschaftler der Universität Aberdeen im Vereinigten Königreich haben nachgewiesen, dass sich die KI-gestützte Datenverarbeitung aktuell ungefähr alle sechs Monate verdoppelt. Die Wissenschaftler registrieren die ständig wachsende Rechenleistung der KI. Und die Verbraucher spüren, wie diese Technologie die Welt, die sie kennen, umkrempleln wird.

Die rasanten Fortschritte der KI sind allgegenwärtig: Open-Source-Tools wie die ChatGPT-Konversationschnittstelle von OpenAI und die generative Text-zu-Bild-Anwendung Dall-E 2 sorgen für ein ständiges Rauschen, dem man sich nur schwer entziehen kann. Die Untersuchungen von Zendesk haben gezeigt, dass die Verbraucher diese dynamischen Technologien sehr aufmerksam beobachten. Sie sind voll und ganz davon überzeugt, dass KI ihr Leben komplett verändern wird, insbesondere wenn es um den Kundenservice geht.

Der CX-Trends-Bericht 2023 von Zendesk hat gezeigt, dass die meisten Kunden keine negative Einstellung dazu haben. Sie sind der Meinung, dass sich KI im Alltag immer mehr durchsetzen und deren Einsatz immer mehr zunehmen wird. Die meisten von ihnen denken außerdem, dass es einen positiven Einfluss auf ihr Leben haben wird, was ein Beweis dafür ist, dass sie sich mit einer KI-gestützten Welt immer wohler fühlen.

Diese positive Einstellung lässt sich auf die Umgebung zurückführen, in der Kunden am ehesten mit KI interagieren: den Kundenservice. Es gibt kein Zurück mehr – KI ist eine wesentliche Komponente im modernen Kundenservice und die Erwartungen von Kunden an deren Effizienz und Verwendung nehmen immer weiter zu.

Zendesk hat herausgefunden, dass diese Kunden klare Vorstellungen von KI haben: Sie wollen, dass Unternehmen jeder Größe sich mit der Technologie weiterentwickeln und sie direkt im Service, beim Kontakt mit den Kunden, einsetzen.

Allerdings sind Unternehmen laut Einschätzungen der Kunden aktuell noch nicht schnell genug. Fast zwei Drittel der Kunden sind der Meinung, dass Unternehmen KI zu wenig einsetzen, um einen hervorragenden Kundenservice zu bieten, und langsam werden sie ungeduldig.

In diesem White Paper untersuchen wir die Wahrnehmung von KI durch Kunden: wie sie die Interaktion mit Unternehmen radikal verändern wird, von der Personalisierung bis hin zur Frage, wie lebensecht KI werden kann, bevor es Kunden unheimlich wird. Wir beschäftigen uns auch damit, was das für den direkten Kundenservice bedeutet.

DATENMETHODIK

So haben wir die Studie durchgeführt

Dieses White Paper ist das Ergebnis von zwei durch Zendesk-Experten durchgeführten Umfragen zu Kundentrends und -stimmungen: Eine globale Umfrage in 20 Ländern, die fast 3.700 Kunden im Juli und August 2022 befragt hat, und eine weitere Umfrage in den USA, in der mehr als 1.000 Kunden im Februar 2023 befragt wurden.

Zendesk hat außerdem im Februar 2023 ausführliche Befragungen von US-Kunden durchgeführt.

ABSCHNITT 1

**KI wird bestehende
Inhaltslücken füllen,
und so sicherstellen,
dass jede
Experience
nahtlos ist**



Egal, ob es darum geht, den Supportkanal zu wechseln – sagen wir, von einem Chatbot zu einem Telefonat mit einem Kundendienst-Mitarbeiter oder von einer Interaktion in einem stationären Geschäft zu dessen Website – Kunden haben klare Erwartungen und sind von dem aktuellen Zustand nicht begeistert.

Sie erleben vor allem eines: über verschiedene Kanäle und Orte fragmentierte Experiences. Und für diese frustrierten Kunden ist KI die Lösung, die einheitlichen, nahtlosen Experiences zu erhalten, die sie sich so sehr wünschen. Sechzig Prozent sind der Meinung, dass Unternehmen scheitern, wenn es darum geht, nahtlose Experiences zu bieten, die stationären Standorte und die dazugehörigen Websites verknüpfen.

Etwas mehr – 63 Prozent – glauben, dass KI diese Lücken schließen kann, und fast zwei Drittel der Befragten wünschen sich, dass die Technologie es ermöglicht, ihre persönlichen Daten allen Mitarbeitern des Unternehmens, das sie aufsuchen, zur Verfügung zu stellen.

WAS KUNDEN DENKEN

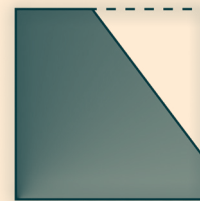
„Ich denke, dass die Möglichkeit, Informationen direkt zu erhalten, anstatt darauf zu warten, dass jemand sich etwas ansieht und sich bei mir meldet – also eine sofortige Befriedigung bzw. Antwort – einen großen Unterschied machen wird.“

Gleichzeitig sind 72 Prozent der Meinung, dass die meisten Unternehmen zukünftig KI nutzen werden, um Experiences zu bieten, die alle Berührungspunkte verknüpfen, und sich daraus große Vorteile für Kunden ergeben.

Eine solide Mehrheit der Kunden erwartet, dass Unternehmen KI einsetzen, um bessere Customer Experiences zu schaffen. Was bedeutet das für Unternehmen?

KI wird nahtlose, schnelle und kontexthaltige Übergaben zwischen Bots und menschlichen Kundendienst-Mitarbeitern ermöglichen

Das bedeutet eine erhebliche Verbesserung der Art und Weise, wie diese Übergaben ablaufen – 74 % der Kunden sind der Meinung, dass die meisten Unternehmen den Übergang von einem Chatbot zu einem menschlichen Kundendienst-Mitarbeiter verbessern könnten.



78% der Kunden wollen, dass KI ihre Fragen oder Anliegen zusammenfasst, sodass die Person, die ihnen hilft, schnell reagieren kann, wenn sie von einem Chatbot an einen echten Kundendienst-Mitarbeiter weitergeleitet werden.

KI wird Kunden mit echten Kundendienst-Mitarbeitern auf eine intelligente Weise verbinden und den richtigen Supportmitarbeiter für das vorhandene Problem vorschlagen. Darüber hinaus erhalten die menschlichen Kundendienst-Mitarbeiter ein vollständiges Bild des Kunden: gekaufte Produkte oder Services, frühere Support-Interaktionen, Stimmung und ob der Kunde bereits versucht hat, das Problem über den Self-Service zu lösen.

KI wird Unternehmen die Möglichkeit geben, Kunden konsistente Service Experiences zu bieten – über alle Berührungspunkte hinweg, von stationären Geschäften bis hin zu E-Commerce-Seiten.

Auf der Supportseite sorgen KI-gestützte Tools dafür, dass wichtige Informationen über einen Kunden sofort verfügbar sind. Die Grenzen zwischen physischen und digitalen Räumen lösen sich auf.

Für Kunden wird KI Teil ihrer täglichen Experiences mit Unternehmen werden. Ein Kunde hat es gut zusammengefasst: „Interaktionen mit KI werden so sehr in unseren normalen Alltag integriert sein, dass man es manchmal vielleicht sogar gar nicht merkt.“ Diese Allgegenwärtigkeit schafft eine Welt, in der nahtlose Experiences selbstverständlich werden.

ABSCHNITT 2

KI wird neu definieren, was eine sofortige Personalisierung beinhaltet



Zendesk fand in seinem CX-Trends-Bericht 2023 heraus, dass Kunden ungeduldig auf tiefergehende Personalisierung warten: 59 Prozent sagen, dass sie von Unternehmen erwarten, dass sie die vorhandenen Daten vermehrt nutzen. Diese Kunden wollen wirklich gesehen und gehört werden, und dass ihre Interaktionen eine persönliche Ebene beinhalten.

Es ist keine Überraschung, dass 70 Prozent der Kunden, die häufig mit dem Support interagieren, der Meinung sind, dass der Einsatz von KI durch Unternehmen zu einem personalisierteren und effektiveren Kundensupport führen kann. Sie wollen – und erwarten –, dass Unternehmen KI für personalisierte Experiences einsetzen.

WAS KUNDEN DENKEN

„Umso mehr die KI eines Unternehmens über dich weiß, desto besser wird die KI personalisieren und Dinge für dich erledigen können. Alles wird so personalisiert sein.“

Etwa zwei Drittel der Kunden sind so erpicht auf eine bessere Personalisierung, dass sie bereit sind, mehr Daten preiszugeben, vorausgesetzt, KI ist die Technologie, die diese reichhaltigeren Erfahrungen ermöglicht. Wenn Kunden mehr persönliche Daten mit Ihrem Unternehmen teilen möchten, ist dies eine einmalige Chance, tiefere Beziehungen zu knüpfen und eine bessere Kundenbindung zu fördern.

Aber was bedeutet das für den Service, wenn Kunden dazu bereit sind, mehr Daten zu teilen?

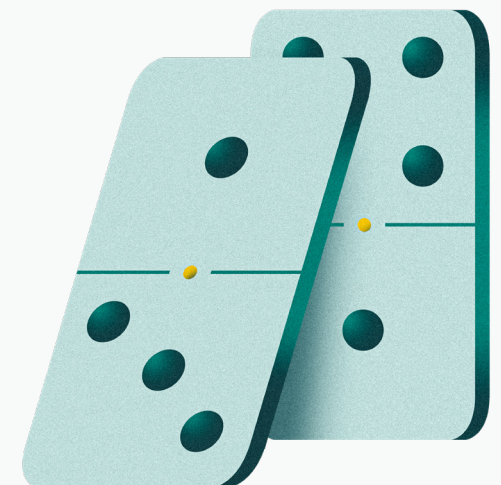
Kunden erwarten, dass KI den Service radikal verändern wird

KI wird die Personalisierungsstandards neu definieren, da sie während der gesamten Customer Journey Empfehlungen in Echtzeit geben kann, die Kunden die tiefergehende Personalisierung bietet, die sie erwarten.

Das wird einen direkten Einfluss auf das Geschäftsergebnis haben. 61 Prozent der Kunden sind sich einig: Je schneller ein Unternehmen seine Experiences personalisiert, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie dessen Service nutzen oder ein Produkt kaufen. Mehr als zwei Drittel der Kunden gehen davon aus, dass das in naher Zukunft eintreten wird. Und wenn es soweit ist, wollen 65 Prozent auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Angebote, Werbeaktionen und Empfehlungen erhalten.

WAS KUNDEN DENKEN

„Letztendlich wird die KI so smart sein, dass sie genau weiß, wonach du suchst. Sie wird in der Lage sein, den kompletten Kundenservice anzubieten.“



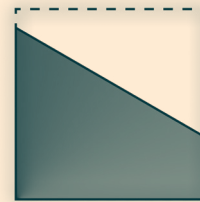
Ein Kunde stellt sich die Fähigkeit der KI, eine tiefere Personalisierung zu ermöglichen, so vor: „KI wird in der Lage sein, sich Dinge wie meine Kaufhistorie anzusehen und sehr gute Empfehlungen für mich abzugeben. Wenn ich Kleidung kaufen will, kann ich sie bitten, ein Outfit für ein schickes Event auszusuchen und ihr sagen, dass es rot sein soll, ich Jumpsuits mag und es zwischen 50 und 200 Euro kosten darf.“

Da sich Kunden mit der Idee anfreunden, mehr Daten zu teilen, um eine bessere Personalisierung zu erhalten, müssen sich Unternehmen allerdings umstellen.

Unternehmen müssen neue und kreative Wege für die Nutzung von Daten finden, die effektiv und ethisch korrekt sind.

Das bedeutet für Unternehmen, dass sie den Spagat zwischen der Nutzung riesiger Datenmengen und dem Schutz der Privatsphäre meistern müssen. Nur 21 Prozent der Kunden stimmen voll und ganz zu, dass Unternehmen genug tun, um ihre Identität und Informationen zu schützen. Auch wenn Kunden mehr Daten mit Unternehmen teilen wollen, gibt es dennoch auch Bedenken.

„Ich würde mir wünschen, dass ich kontrollieren kann, welche Daten die KI eines Unternehmens verwendet, oder dass ich zumindest um Erlaubnis gefragt werde und die Möglichkeit habe, meine Daten zur Verfügung zu stellen oder nicht“, sagte ein Befragter. „Das ist mir schon wichtig. Ich möchte immer die Option haben, mit ‚Ja‘ oder ‚Nein‘ auf das Teilen meiner Daten zu antworten.“



62% der Kunden sagen, dass sie weniger dazu tendieren würden, die KI/ den Chatbot eines Unternehmens zu verwenden, wenn sie bzw. er nicht in der Lage dazu wäre, personalisierte Informationen oder Antworten zu bieten.

* von denen, die oft mit dem Kundenservice interagieren.

ABSCHNITT 3

Eine KI sollte zwar sensibel sein und Empathie zeigen, aber nicht zu viel



KI wird irgendwann – vielleicht schon in naher Zukunft – den Turing-Test bestehen, bei dem ein Mensch, der mit ihr interagiert, nicht erkennen kann, dass er sich gar nicht mit einem Menschen unterhält. Aber aktuell scheinen sich Kunden nicht so sehr auf dieses Ereignis zu konzentrieren.

Kunden wünschen sich zwar mehr emotionale Intelligenz von der KI, aber sie ziehen eine Grenze, wenn die Technologie tatsächlich menschliche Emotionen nachahmt. Dennoch wünschen sich Kunden kontinuierlich mehr Empathie von Unternehmen.

7 von 10 Kunden sind der Meinung, dass KI bei Interaktionen im Kundenservice in der Lage sein sollte, Emotionen zu verstehen und darauf zu reagieren

* von denen, die oft mit dem Kundenservice interagieren.

So glauben 73 Prozent der Kunden, die häufig mit dem Support interagieren, dass ihr emotionaler Zustand bei den meisten digitalen Interaktionen mit einem Unternehmen ignoriert wird. Fast genau so viele – 71 Prozent – denken, dass eine KI ihnen empathischere Customer Experiences bieten wird, wenn sie in der Lage ist, Emotionen zu verstehen. Diese Ansichten können für Unternehmen große Chancen darstellen, bringen aber auch Risiken mit sich.

Es ist wichtig, sich in diesem Bereich vorsichtig zu bewegen. Auch wenn KI dynamische Customer Journeys auf der Grundlage von Kundenstimmungen ermöglicht, müssen Unternehmen vorsichtig sein. Unauthentische oder verwirrende KI-gestützte Kommunikation kann verheerende Konsequenzen haben.

Kunden erwarten, dass KI den Service radikal verändern wird

Was Kunden denken

„Mit der perfekten KI kann man leicht interagieren und sie reagiert empathisch auf meine Probleme.“

KI sollte Emotionen erkennen und festhalten können und dieses Wissen nutzen, um die Customer Experience zu verbessern. Sie sollte nicht vortäuschen, eigene Emotionen zu haben oder wirklich mitfühlen zu können.

Allerdings haben Kunden festgestellt, dass KI immer besser in der Lage ist, ihre Emotionen zu verstehen und darauf zu reagieren (64 Prozent der Kunden, die häufig mit dem Support interagieren, gaben das an). Und satte 81 Prozent denken, dass es sinnvoll wäre, wenn KI sie auf der Grundlage dieser Gefühle automatisch an echte Kundendienst-Mitarbeiter weiterleiten würde.

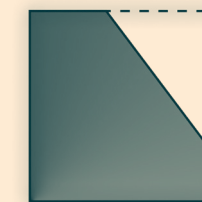
„Reagiere auf meine Emotionen, aber ich brauche keinen KI-Chatbot für den Kundenservice, der mir sagt: ‚Ich kann nachempfinden, wie Sie sich fühlen‘“, so ein Kunde. „Denn ... nein, kannst du nicht. Du bist eine Maschine.“

KI-gestützte Experiences brauchen menschliche Aufsicht und ein einfacher Wechsel zu echten Kundendienst-Mitarbeitern wird essenziell für den Aufbau und Erhalt von Vertrauen sein.

84 Prozent der Kunden glauben, dass es wichtig ist, Zugang zu einem echten Kundendienst-Mitarbeiter zu haben, wenn der KI-Kundenservice versagt, und 78 Prozent sagen, dass sie eher bereit sind, KI/Chatbots im Kundenservice weiterhin zu nutzen, wenn sie wissen, dass sie leicht zu einem echten Kundendienst-Mitarbeiter wechseln können.

„Ich möchte, dass Unternehmen KI nutzen, aber ich möchte nicht, dass Menschen von den Unternehmen komplett ersetzt werden“, sagte ein Kunde.

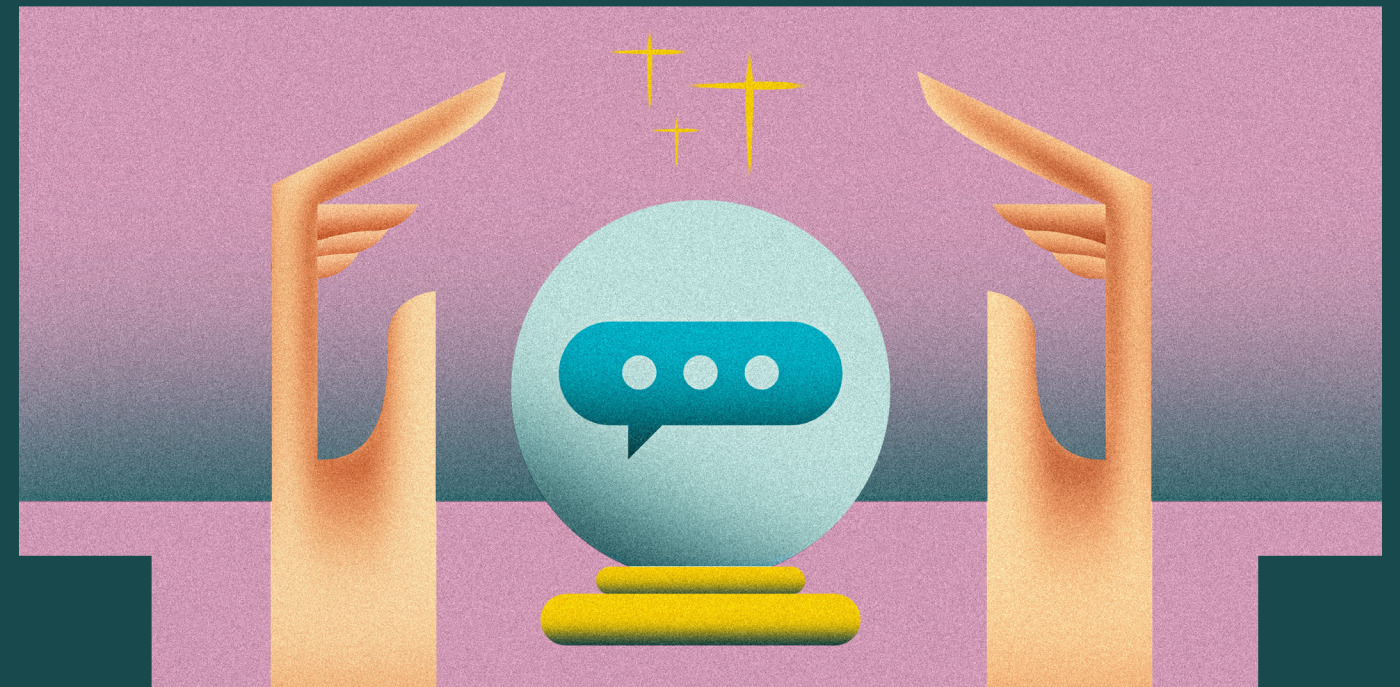
„Es wäre wahrscheinlich auch gar nicht möglich, dieses menschliche Gefühl komplett zu ersetzen.“



81 % der Kunden geben an, dass es essenziell für ihr Vertrauen in ein Unternehmen ist, dass ein echter Kundendienst-Mitarbeiter verfügbar ist, wenn sie Probleme mit der KI im Kundenservice haben.

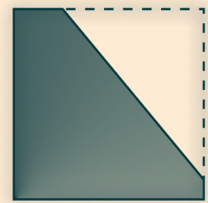
ABSCHNITT 4

KI wird die Kommunikation mit Chatbots und Sprachassistenten auf ein neues Level bringen



Kunden wünschen sich also eine KI mit mehr Empathie – aber nicht zu viel – und erwarten, dass die Technologie die Chatbot- und Spracherfahrung deutlich verbessert. Das bedeutet, dass Interaktionen natürlicher, intuitiver und interaktiver werden und die KI ihre Bedürfnisse antizipiert.

Das haben Kunden Zendesk gesagt: 66 Prozent glauben, dass KI das Potenzial hat, die Art und Weise, wie sie mit Technologie kommunizieren und interagieren, zu revolutionieren. Ein etwas größerer Anteil – 69 Prozent – geht davon aus, dass sie in den nächsten Jahren anders mit KI/Chatbots interagieren werden.



68% der Kunden sind zuversichtlich, dass KI sich weiterentwickeln wird und sich ihre Fähigkeit, auf menschliche Kommunikation zu antworten, verbessern wird.

Die Entwicklung von KI-basierten Kommunikationstools wie Chatbots und Sprachassistenten deckt sich mit diesen Erwartungen.

KI-Kommunikationstools werden in der Lage sein, differenziertere und komplexere Anfragen zu bearbeiten.

Kunden haben bereits erste Fortschritte bemerkt: 72 Prozent der Befragten gaben an, dass KI immer besser in der Lage ist, menschliche Sprache und unterschiedliche Kommunikationsstile zu verstehen.

Und sogar noch mehr Kunden – 78 Prozent – denken, dass KI sich in den nächsten Jahren deutlich verbessern wird. „Oft antworten Chatbots mit ‚Ich verstehe nicht, was Sie sagen‘ oder sie geben falsche Informationen“, berichtete ein Kunde gegenüber Zendesk. „Das ist wirklich furchtbar. Ich denke, dass generative KI in der Lage sein wird, ein Maß an Support zu bieten, das in Bezug auf das richtige Verständnis und die Bereitstellung echter Lösungen wirklich akzeptabel ist.“

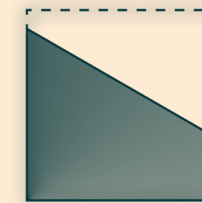
Fast 2/3 der Kunden wünschen sich, dass es möglich wäre, mehr mit KI/Chatbots zu kommunizieren

* von denen, die oft mit dem Kundenservice interagieren.

Verbraucher und Unternehmen gleichermaßen erwarten, dass KI-gesteuerte Chatbots und Sprachassistenten immer besser werden, wenn es um die Bearbeitung komplexer Anfragen geht. Außerdem ist die Überzeugung weit verbreitet, dass diese Tools auch die Fähigkeit verbessern werden, Kundenbedürfnisse zu antizipieren und proaktive Informationen über einen interaktiven Austausch zu liefern.

KI wird in der Lage sein, Kundenbedürfnisse zu antizipieren und durch einen interaktiven Austausch proaktiv Informationen zur Verfügung zu stellen.

Zwei Drittel der Kunden erwarten, dass KI in der Lage sein wird, vorherzusagen, was sie benötigen und relevante Lösungen proaktiv vorzuschlagen. „Mit der neuen KI, die ich sehe, kann ich weitergehende Fragen stellen und die Konversation fortsetzen, um weitere Informationen zu erhalten – und das alles innerhalb einer Konversation“, so ein Kunde.



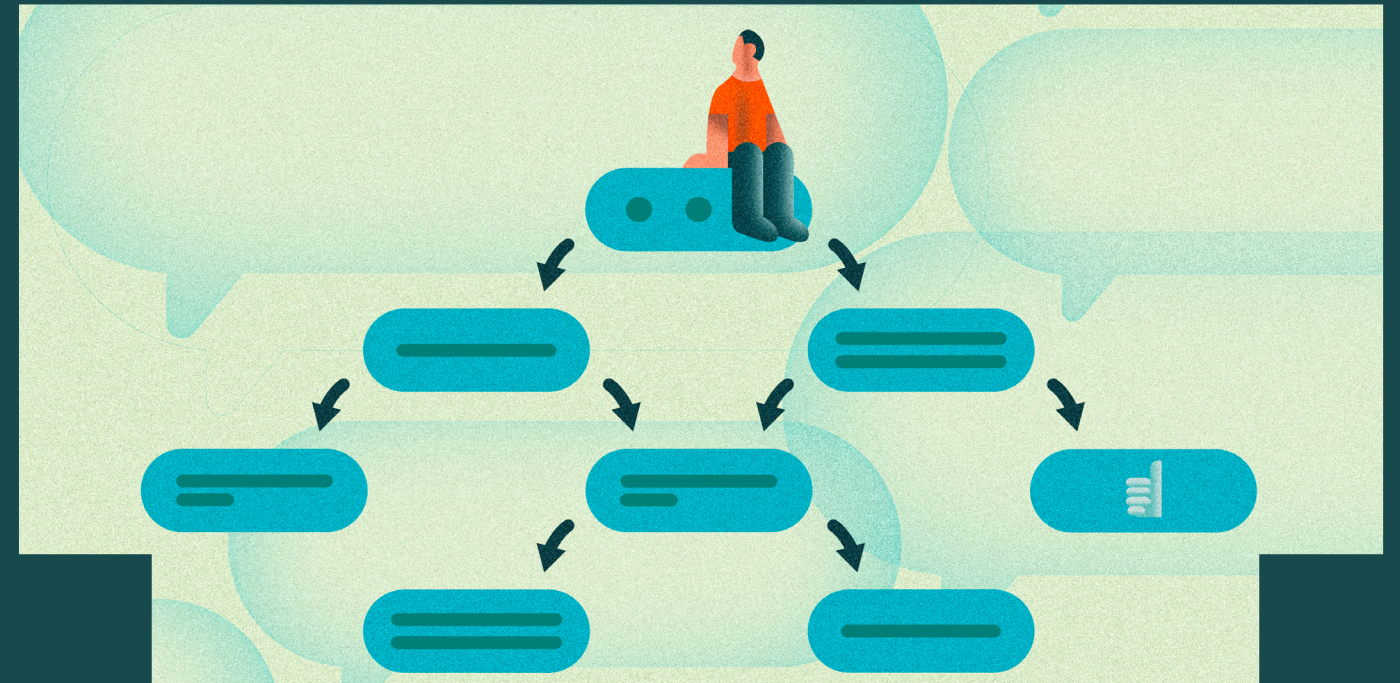
62% der Kunden glauben, dass KI bald in der Lage sein wird, ihre Bedürfnisse zu antizipieren

* von denen, die oft mit dem Kundenservice interagieren.

Ein anderer Kunde denkt, dass KI die Akzeptanz von Chatbots verbessern wird. „Ich denke, dass die KI, wie wir sie jetzt sehen, Konversationen ein bisschen persönlicher machen kann, sodass die Menschen das Gefühl haben, mit einer echten Person zu sprechen“, sagten sie. „Menschen werden offener dafür sein, Chatbots zu nutzen, da sie wissen, dass die Ergebnisse besser sein werden.“

ABSCHNITT 5

Generative KI wird den Tiefgang und die Qualität von Antworten drastisch verbessern



Letztendlich setzen Kunden große Erwartungen in die generative KI (auch wenn noch unklar ist, wie sich die Technologie weiterentwickelt und welche Auswirkungen sie tatsächlich hat). Wenn sie mit großen Datenmengen trainiert werden, können generative KI-Modelle Audio und Video sowie Text und Bilder erstellen. Die verblüffenden – und manchmal bizarren – Ergebnisse der generativen KI haben die Aufmerksamkeit von Kunden und Unternehmen gleichermaßen erregt, und die Technologie wird nur noch weiter verbessert werden.

Da Kunden mit generativer KI häufiger interagieren, haben sich ihre Erwartungen daran, was korrekte (oder zufriedenstellende) Antworten sind, weiterentwickelt. 62 Prozent der Befragten erwarten, dass sie in den nächsten 12 Monaten verstärkt mit generativer KI interagieren werden, und 85 Prozent derjenigen, die bereits Erfahrungen mit dem Tool gemacht haben, sind sich sicher, dass sie dies auch weiterhin tun werden. Anders gesagt: Es wird erwartet, dass generative KI dauerhaft eine Rolle spielen wird.

Etwas mehr als die Hälfte der Verbraucher ist der Meinung, dass generative KI zu einem unverzichtbaren Werkzeug in ihrem täglichen Leben werden wird. Eine beträchtliche Anzahl derjenigen (72 Prozent), die bereits mindestens einmal mit KI interagiert haben, glaubt, dass sie ein fester Bestandteil ihres Lebens sein wird.

6 von 10 Kunden sind der Meinung, dass generative KI ihre CX im Kundenservice verbessern wird.

Und wo wird generative KI laut Kundenerwartungen zum Einsatz kommen? Im Kundenservice. Zwei Drittel der Befragten sind der Meinung, dass sie zu einem wesentlichen Bestandteil ihrer Erfahrungen mit Unternehmen werden wird, und bei denjenigen, die es bereits genutzt haben, steigt diese Zahl sogar auf 78 Prozent.

Die Erwartungen sind hoch. Von denjenigen, die schon einmal mit generativer KI zu tun hatten, glauben 75 Prozent, dass Unternehmen, die den Einsatz generativer KI planen, dies aus Sorge um ihre Kunden tun. Sie erwarten, dass Unternehmen mit der Implementierung des Tools beginnen (82 Prozent), und sie sind mit der Idee, dass echte Kundendienst-Mitarbeiter generative KI einsetzen, um bessere Experiences zu schaffen, überwiegend einverstanden (80 Prozent).

Generative KI wird Kunden akkurate und maßgeschneiderte Informationen mit korrektem Kontext liefern können

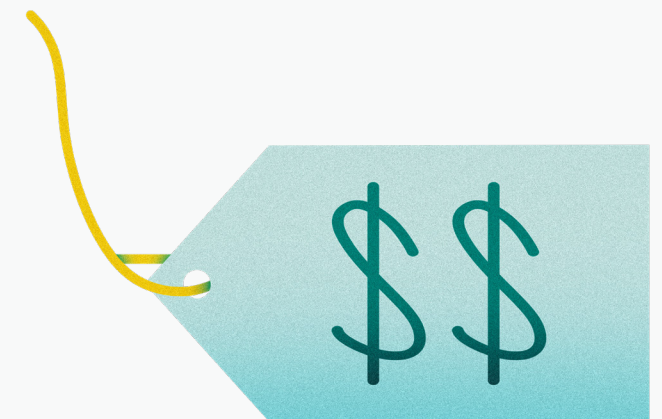
Diese Kunden warten darauf, dass das zur Realität wird: 60 Prozent sind der Meinung, dass KI wertvolle Inhalte erstellen wird und unter denen, die die Technologie bereits genutzt haben, sind sogar 78 Prozent davon überzeugt.



63% der Kunden denken, dass generative KI das Potenzial hat, die Art und Weise, wie sie Hilfe von einem Unternehmen erhalten, zu revolutionieren.

Bereits 56 Prozent der Verbraucher zeigten sich begeistert davon, sofortige, personalisierte Hilfe und Inhalte über generative KI zu erhalten. Unter denjenigen, die bereits mit KI interagiert haben, ist die Begeisterung noch einmal höher (in diesem Fall 77 Prozent).

„Generative KI wird Antworten noch etwas detaillierter und einzigartiger machen, wenn man nach Informationen sucht oder Fragen hat. Ich nutze Suchmaschinen, wenn ich Antworten sofort benötige oder nach einem Ort suche – einfache Dinge eben“, erzählte ein Kunde Zendesk. „So etwas wie ChatGPT kann verwendet werden, um ein wenig mehr Details, Hintergrund und Informationen über meine Frage zu erhalten. Es ist eine umfangreichere, detailliertere Suchmaschine, die Hintergrundinformationen zu den Dingen liefert, nach denen ich frage, anstatt mir nur eine Liste von Ergebnissen zu zeigen, die miteinander in Verbindung stehen.“



Generative KI wird verändern, wie Kunden nach Informationen suchen und Support erhalten

63 Prozent der Kunden erwarten, dass generative KI die Art und Weise, wie sie mit Unternehmen interagieren, in nur fünf Jahren völlig transformieren wird, und eine ähnliche Anzahl (60 Prozent) denkt, dass sie die Art und Weise, wie sie online nach Informationen suchen, völlig verändern wird.

2 von 3 Kunden sehen eine Zukunft vor sich, in der generative KI ein zentrales Tool sein wird, um Informationen zu entdecken

„Tools wie ChatGPT verstehen manche Dinge ziemlich falsch, aber manchmal beeindrucken sie einen auch“, sagte ein Kunde. „Diese Tatsache ist ein Beleg für die Möglichkeit, dazuzulernen und Fragen auf eine viel menschlichere Art zu stellen, im Vergleich zu einer Suchmaschine. Und in gewisser Weise ist das auch einfacher, weil man genau das bekommt, was man will, statt danach suchen zu müssen. Ich kann mir gut vorstellen, dass es viele Aspekte rund um das Suchen von Informationen ersetzen wird.“

Die Erwartungen von Kunden an KI könnten nicht eindeutiger sein

Wenn es eine Erkenntnis aus dem gibt, was Kunden Zendesk über KI erzählt haben, dann ist es die: Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen Unternehmen KI-gestützten Service anbieten. Zwei Drittel der Befragten sagten, dass Unternehmen, die KI nutzen, der Konkurrenz voraus sind. Diese Einschätzung sollten Unternehmen nicht ignorieren. Die Ära der KI im Kundenservice hat begonnen und wird den Support, wie wir ihn kennen, auf den Kopf stellen. Und in einem sehr wettbewerbsintensiven Markt können Unternehmen, die dieses Potenzial nutzen, Unternehmen, die dies nicht tun, in den Schatten stellen.



Entdecken Sie mit uns, wie immersive CX die Zukunft der modernen Geschäftswelt prägt, indem sie den CX-Trends-Bericht 2023 lesen. Wenn Sie mehr über die KI-Angebote von Zendesk erfahren möchten, wie zum Beispiel über unsere neuesten KI-Funktionen, gehen Sie auf zendesk.de/AI.



zendesk