

Chatbots in der Kundenkommunikation – Business-Fact-Sheet (Executive Summary)

Ausgangslage

„58% der Besucher der 15 größten E-Commerce Websites sind bei der Informationssuche erfolglos“

Jared Spools and colleagues

„90% der kommerziellen Websites sind benutzerunfreundlich“

Usability-Experte Jacob Nielsen

„90% verließen Website zugunsten Konkurrenz

Grund:

verwirrende Website (60%)

vergebliche Informationssuche (67%)“

Georgia Institute of Technology

„70% brechen Online-Einkauf aus Frustration ab“

Forrester Research

„80% der Kaufwilligen mindestens einmal gescheitert – 28% schrecken als Folge vor jeglichen Online-Kaufversuchen zurück“

Boston Consulting Group

„Für 45% der Online-Käufer ist fehlende Möglichkeit Fragen zu stellen Abbruchgrund“

Gruner + Jahr Electronic Media Services

„Nur 34% bieten Telefonnummer online an“

Jupiter Communications

„66% der Kunden stellen E-Mail-Anfragen mit klarer Kaufabsicht – 47% der Unternehmen antworten erst nach mehr als 4 Tagen, 40% antworten gar nicht oder offerieren gar keine Kontaktinformation“

Skopos / MDI / Die Welt

„2005: jeder achte Kundenkontakt via Internet oder E-Mail“

Mummert + Partner

Folgen und Gründe

„Allein 1999 haben Online-Retailer aufgrund benutzerunfreundlicher Websites Umsätze von USD 6.1 Mrd. nicht realisiert“

Datamonitor

„Call-Center-Anruf kostet im Durchschnitt USD 33, E-Mail-Support USD 10“

Forrester Research

Abhilfe dank Chatbot-Technologie

„Kosten pro Anfrage via Internet lassen sich dank Chatbot auf USD 1.17 reduzieren“

Forrester Research

„40% der Internet-Nutzer wünschen sich virtuelle Assistenten (Chatbots)“

Mummert + Partner

„Return on Investment in zwei Monaten“

Coca-Cola

„E-Mail-Anfragen um 10-15% reduziert, binnen zwei Monaten bereits USD 110'000 eingespart“

One2One

„Anrufe im Call-Center um ein Drittel reduziert“

DLIS

Chatbots in der Kundenkommunikation

von Alexander Braun

mit einem Geleitwort von Peter Glotz

2003 XIII, 168 S. 19 Abb.. Gebunden

Springer-Verlag

ISBN 3-540-00019-4

€ 39,95

"Einfachheit und Intuitivität sind die Basis für den Erfolg von Internet-Portalen aller Art. Alexander Braun liefert mit seiner Analyse von Chatbots einen hervorragenden Beitrag zum Einsatz dieses Instruments für einen besseren Kundenservice."

Prof. Dr. Hubert Österle

*Direktor Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität St. Gallen und CTO IMG AG
(The Information Management Group)*

„Für Betriebswirte und Manager eine überaus hilfreiche Übersicht. Der vorliegende Text gibt allen Praktikern eine vorzügliche Einführung in die Möglichkeiten dieser Technik.“

Prof. Dr. Peter Glotz

Direktor Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen