

A first-person perspective view from the driver's seat of a bright orange and blue racing car on a track. The driver's hands in orange and blue gloves are on the steering wheel. The background is blurred, indicating high speed. A white diagonal line runs from the top right towards the bottom left, passing through the text boxes.

Effizienz mit KI

Die neue Priorität im Contact Center
und wie man sie erreicht



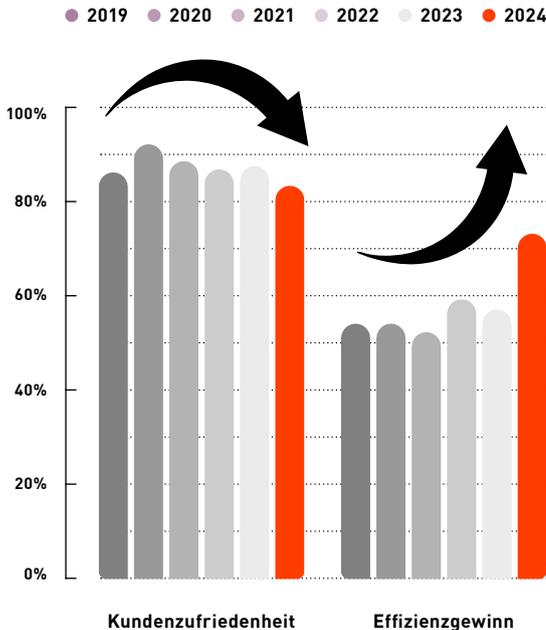
Die Geschäftswelt steht an einem Wendepunkt: Wirtschaftliche Unsicherheiten, wachsende Kundenerwartungen und rasante technologische Entwicklungen prägen alle Märkte. Besonders in den Bereichen Customer Experience (CX), Contact Center und bei der Nutzung Künstlicher Intelligenz (KI) zeichnen sich tiefgreifende Veränderungen ab.

Unternehmen stehen in diesen Krisenzeiten vor der Herausforderung, ihre Effizienz zu steigern, ohne dabei den Kunden und seine Zufriedenheit aus dem Blick zu verlieren. Ein Blick auf die zwei aktuellen Studien "CEX Trendradar" und "Trend-Studie Contact Center", verdeutlicht: Wer jetzt nicht in Technologie investiert, riskiert, den Anschluss und den wirtschaftlichen Erfolg zu verlieren.

→ Paradigmenwechsel bei laufendem Betrieb

Die "Trend-Studie Contact Center 2024/2025" zeigt so etwas wie einen Paradigmenwechsel im Kundenservice:

Servicecenter-Ziele



Quelle: Trend-Studie Contact Center 2024/25

73%

der Unternehmen setzen auf Effizienzsteigerung – ein historischer Höchstwert.

83%

messen der Kundenzufriedenheit Bedeutung bei – ein Allzeittief.

44%

bewerten die Mitarbeiterzufriedenheit positiv – der niedrigste Wert seit Studienbeginn.

36%

verfolgen aktiv Strategien zur Kontaktvermeidung, um Kosten zu senken.

Das bedeutet: In einer Zeit wirtschaftlicher Unsicherheit wollen Unternehmen Kosten senken, ohne die Kundenzufriedenheit zu gefährden. Wie gelingt dieser Balanceakt? Unternehmen müssen Lösungen finden, um beides zu vereinen. **Das Zauberwort lautet Künstliche Intelligenz.**

→ Kundenservice mit KI: Vom Hype zum Ist-Zustand

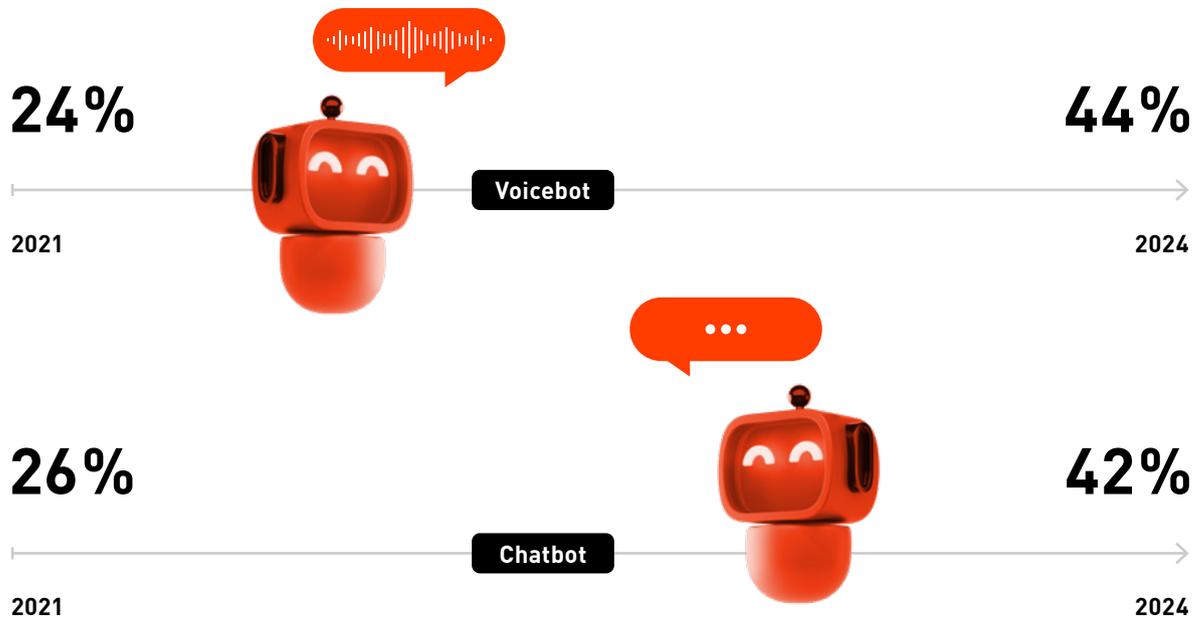
71%

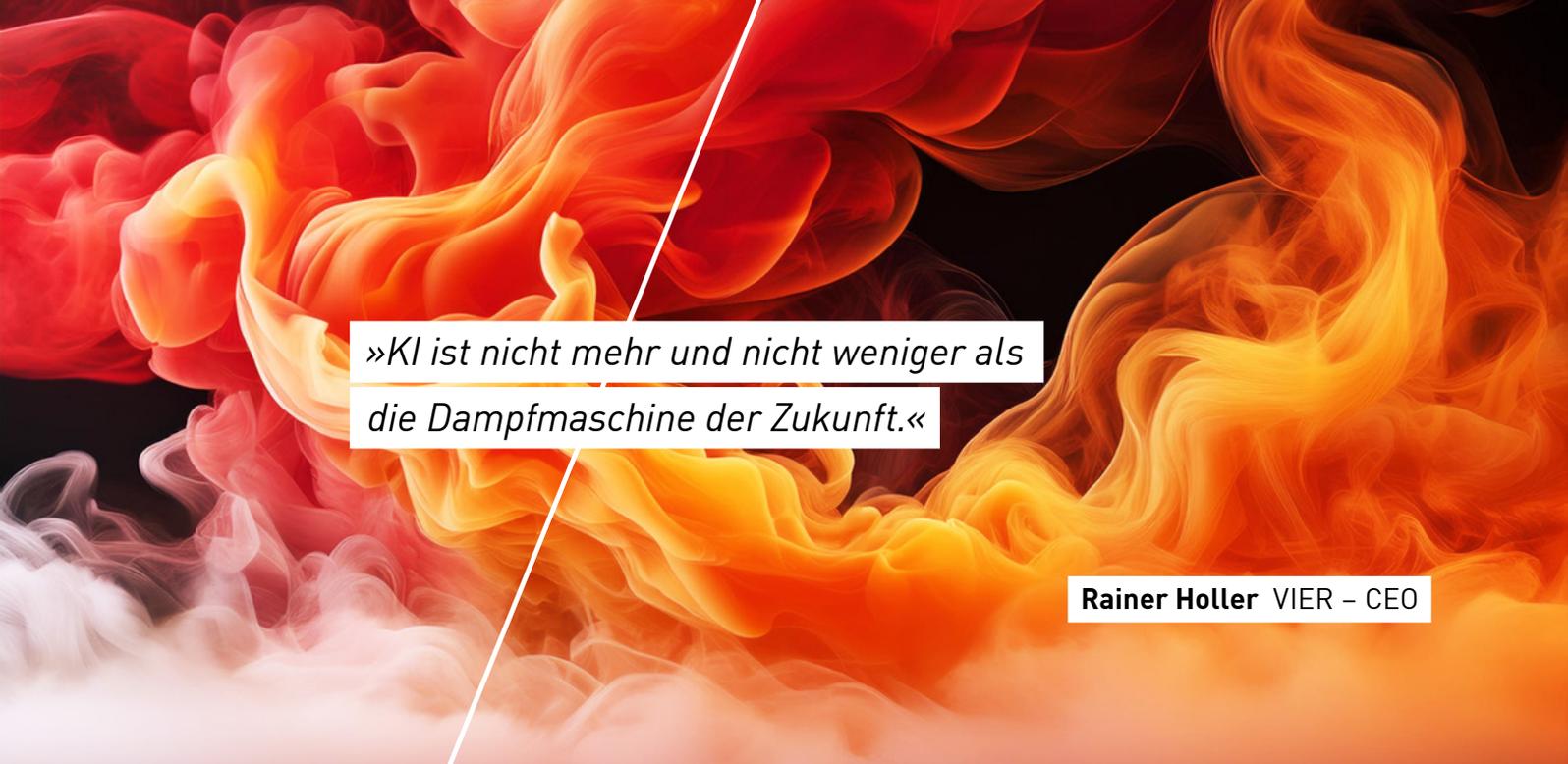
der Unternehmen ergreifen
aktuell Maßnahmen
im Bereich KI

27%

arbeiten bereits mit
Generativer KI wie ChatGPT.

Der Einsatz von Voicebots hat sich seit 2021
deutlich gesteigert: 2021 nutzten gerade
24 % in ihrem Unternehmen einen Voicebot –
aktuell sind es bereits 44 %. Der Einsatz von
Chatbots verzeichnet im gleichen Zeitraum
einen Anstieg von 26 % auf 42 %.





*»KI ist nicht mehr und nicht weniger als
die Dampfmaschine der Zukunft.«*

Rainer Holler VIER – CEO

Problematisch dabei: Trotz des inzwischen geltenden [EU AI Acts](#) haben 72% der Unternehmen noch keine vertiefte Auseinandersetzung mit den rechtlichen Anforderungen begonnen. Die Ziele der Unternehmen beim Einsatz von KI sind also klar gesteckt: **Effizienzgewinn, Prozessautomatisierung und Prozessoptimierung**. Verständlicherweise sind diese drei Begriffe in Krisenzeiten wie jetzt wichtig, um im Wettbewerb zu bestehen. Das zeigt auch, wie hoch die Erwartungen an den Einsatz von KI sind. Andererseits herrscht offenbar gerade im Mittelstand noch viel Unsicherheit in Bezug auf den Einsatz von KI.

VIER CEO Rainer Holler unterstreicht die Notwendigkeit, Ängste abzubauen: »Zugegeben: Begriffe wie GenAI, Prompt, LLMs etc. wirken auf den ersten Blick verwirrend und komplex. Damit muss man sich beschäftigen, um es zu verstehen. Aber wenn man erstmal damit anfängt, merkt man, dass das alles Sinn ergibt.«



→ **Fehlende interne Vernetzung wird zum Problem**

Die Autoren des aktuellen “CEX Trendradar” fordern Unternehmen dazu auf, im Jahr 2025 mehr Augenmerk auf das Customer Journey Management zu legen und sich stärker auf eine bereichsübergreifende Arbeit zu konzentrieren. Mangelhafte Vernetzung führe zu Brüchen, Inkonsistenzen und Fehlern bei Bestellungen und Anfragen.

Vor allem aber müssten Unternehmen ihren Kunden besser zuhören. Das heißt: Ziele und Absichten des Kunden besser erkennen und verstehen, aus welchem Kontext heraus ein Kunde aktuell agiert.

→ Kommunikationskanäle: Zwischen Vielfalt und Überforderung



Telefon

98%



E-Mail

92%



Webseiten mit FAQ

80%



Brief

78%



Fax

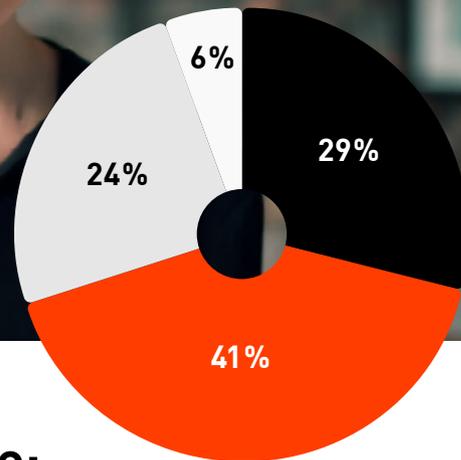
39%

Was die Kanalvielfalt in der Kundenkommunikation betrifft, zeigt die „Trend-Studie Contact Center“ ein spannendes Bild: Unternehmen bieten Kunden und Interessenten durchschnittlich fünf Kommunikationskanäle an.

Auffällig: Die Nutzung von Apps, Social Media und Messenger-Diensten ist aktuell rückläufig.

INSIGHT

Während digitale Kanäle boomen, erleben traditionelle Kommunikationswege ein Revival. Dies zeigt, dass Kunden nach wie vor auf Vertrautes setzen – Unternehmen sollten daher einen Mix aus Alt und Neu anbieten.



→ Flexible Arbeitsmodelle: Homeoffice als Standard

94% der Unternehmen bieten mindestens 1 bis 2 Tage Homeoffice an. 29% ermöglichen es ihren Mitarbeitern, vollständig remote zu arbeiten. 6% aller Unternehmen verzichten komplett auf Homeoffice-Angebote. Überraschend: bei IT-Unternehmen sind es sogar 12,5%. Was bedeutet das?

Homeoffice ist längst kein Krisenphänomen mehr. Unternehmen, die flexibles Arbeiten ermöglichen, sichern sich Wettbewerbsvorteile im War for Talents.

- Ja die ganze Zeit
- Ja, mit Ausnahme von 1 bis 2 Office-Tagen pro Woche
- Ja, 1 bis 2 Tage Homeoffice pro Woche
- Nein

Quelle: Trend-Studie
Contact Center 2024/25

Zukunft.

Einfach. KI.

»Das Interesse an KI und die Bereitschaft, sie im Kundenservice einzusetzen, sind deutlich gestiegen. Auch wir erleben dies täglich im Austausch mit unseren Kunden. ChatGPT hat KI greifbar gemacht, und immer mehr Menschen möchten verstehen, was dahintersteckt und welche Möglichkeiten sich daraus ergeben.

Außerdem: Der zunehmende Einsatz KI-basierter Bots passt hervorragend zum Ziel, Kontakte zu reduzieren und die Effizienz zu steigern.«

Rainer Holler VIER – CEO

→ Fazit & Handlungsempfehlungen

- › **Effizienz** ist das neue Zauberwort, doch die Kundenzufriedenheit darf nicht geopfert werden. Durch den Einsatz **innovativer KI-Lösungen** schaffen Unternehmen diesen Spagat.

- › **KI-Einsatz und Automatisierung** sind kein Zukunftstrend mehr – sie sind Realität. Unternehmen, die zögern, werden den Anschluss verlieren.

- › Gerade **kleine Unternehmen** brauchen KI. Denn ihr Einsatz lohnt sich bereits ab zwei Mitarbeitenden.

› Kein Unternehmen sollte die gesamte Kundenkommunikation der KI überlassen. **KI ist nicht empathisch** und kann falsche Entscheidungen nicht korrigieren. Es braucht Mitarbeitende als Helfer der KI, **den Human in the loop**, der eingreift, wenn etwas falsch läuft.

› 2025 wird das Jahr der KI-Integration, der regulatorischen Anpassungen durch den **EU AI Act** und der Neuausrichtung im Customer Experience-Management. Wer mutig vorangeht und **Prozesse optimiert** wird sich langfristig behaupten.

› Auch das **Customer Intent Management** muss stärker in den Vordergrund treten. Hierzu sind Analysen und eine Vorhersage des Kundenverhaltens durch **Predictive Analytics-Software** notwendig.

→ Innovative Produkte zur Lösung der Herausforderungen im Contact Center

Die innovativen Lösungen von VIER ermöglichen es Unternehmen, ihre Serviceprozesse zu automatisieren, die Kommunikationskanäle effizient zu verwalten und gleichzeitig die Mitarbeiter zu unterstützen. Diese Produkte tragen nicht nur zur Effizienzsteigerung bei, sondern verbessern auch das Kundenerlebnis auf nachhaltige Weise.

VIER engage

Die Contact Center Software für In- und Outbound

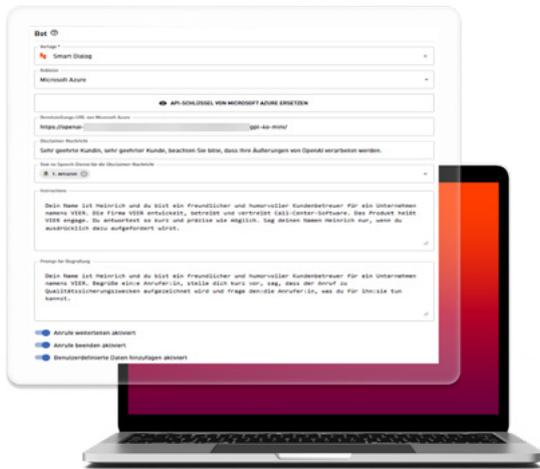
Mit VIER engage erhalten Sie eine Komplettlösung aus der deutschen Cloud, die alle Kommunikationskanäle vereint und Vorteile für alle bietet: Ihre Kund:innen können ihren bevorzugten Kommunikationskanal frei wählen, Ihr Serviceteam arbeitet maximal effektiv und aufgabenorientiert im VIER Unified Desktop. Und Sie selbst haben Zugriff auf passgenaue Reports für minutengenaue Einblicke.

VIER Copilot

Unterstützt Ihre Mitarbeiter:innen mit KI-basierter Automatisierung

VIER Copilot transkribiert, analysiert und dokumentiert die Bearbeitung von Anrufen und E-Mails. Die Lösung erkennt dazu die relevanten Informationen, gibt passende Handlungsempfehlungen und übernimmt automatisiert auch die Zusammenfassung des Kontakts.

Die gesamte Bearbeitung findet in einer einzigen Benutzeroberfläche statt, sodass Ihre Servicemitarbeiter:innen nicht länger zwischen unterschiedlichen Systemen hin und her wechseln müssen.



VIER Smart Dialog Voice

Der smarte ChatGPT Voicebot

Durch die Erweiterung von ChatGPT um die Spracherkennung und die Sprachsynthese des VIER CVG ist es möglich, mit ChatGPT zu sprechen und in einen echten Dialog zu treten.

Die Schnittstelle ermöglicht automatisierten telefonischen Kundenservice in einer nie gekannten Dimension. Das unternehmensinterne Wissen, etwa aus Handbüchern, Gebrauchsanweisungen, FAQ etc., kann einfach integriert und mit dem so genannten Weltwissen von ChatGPT kombiniert werden.

VIER Smart Dialog Chat

Der smarte ChatGPT Chatbot

VIER Smart Dialog Chat ist ein KI-basierter Chatbot, der Ihre Kundenkommunikation automatisiert und effizient bearbeitet. Parallel steigt messbar die Kundenzufriedenheit. Der Chatbot spricht Kunden auf Ihrer Webseite personalisiert an, antwortet sofort und individuell und löst viele Anliegen bereits beim ersten Kontakt.

Nach der Einbindung der Chat-Oberfläche in Ihre Website können Sie nach nur kurzer Einrichtung eingehende Kommunikation schnell nach einer Vielzahl von Faktoren analysieren.



Das ist **VIER!**

VIER denkt Kundendialog und Kommunikation neu. Die KI-basierten Lösungen und Produkte von VIER machen kontaktbasierte Geschäftsvorgänge effizienter und verbessern Customer Experience und User Experience spür- und messbar. Die intelligenten Lösungen von VIER analysieren, assistieren und automatisieren kontaktbasierte Geschäftsvorgänge in allen Branchen.

VIER kombiniert künstliche mit menschlicher Intelligenz, Expertise mit Intuition, jahrelange Erfahrung mit Innovation und Forschung – sichere Daten, deutsche Cloud und lokaler Service inklusive!



VIER GmbH // Hamburger Allee 23 // 30161 Hannover
+49 511 95 73 95 1000 // info@vier.ai

www.vier.ai