

moveXM

SHIFT/CX CUSTOMER JOURNEY KONFERENZ 08.-09.11.2023 | KEY NOTE

Die Customer Journey besser verstehen mit KI-powered CX Management

moveXM GmbH

November 2023



IHR SPEAKER

Volker Spahn

CPO & Partner, moveXM



CUSTOMER JOURNEY KONFERENZ 08.-09.11.23 **SHIFT CX**



VOLKER SPAHN

**DIE CUSTOMER JOURNEY BESSER VERSTEHEN MIT AI
POWERED CX MANAGEMENT**

A promotional graphic for a conference. It features a portrait of Volker Spahn, a man with glasses and a cap, smiling. The background of the graphic is dark blue with circular patterns. The text is in white and yellow. The event is titled 'CUSTOMER JOURNEY KONFERENZ' and 'SHIFT CX', with dates '08.-09.11.23'. The speaker's name 'VOLKER SPAHN' is written in blue below the portrait. The topic of the presentation is 'DIE CUSTOMER JOURNEY BESSER VERSTEHEN MIT AI POWERED CX MANAGEMENT'.

MOVEXM STELLT SICH VOR

moveXM

1995

Firmengründung

Frankfurt

Standort

>28

Jahre Erfahrung

80+

Mitarbeitende

70+

Märkte

>100 Mio.

Feedbacks / Jahr

movexm.com

Kundenzufriedenheit ist kein Zufall.

Kundenzufriedenheit ist messbar und steuerbar.
Mit der CXM-Software moveXM.



 HOSTED & MADE
IN GERMANY

 DATENSPEICHERUNG
IN DEUTSCHLAND

 ZERTIFIZIERTE
DATENSICHERHEIT
ISO 27001

 ZERTIFIZIERTES
QUALITÄTSMANAGEMENT
ISO 9001:2015

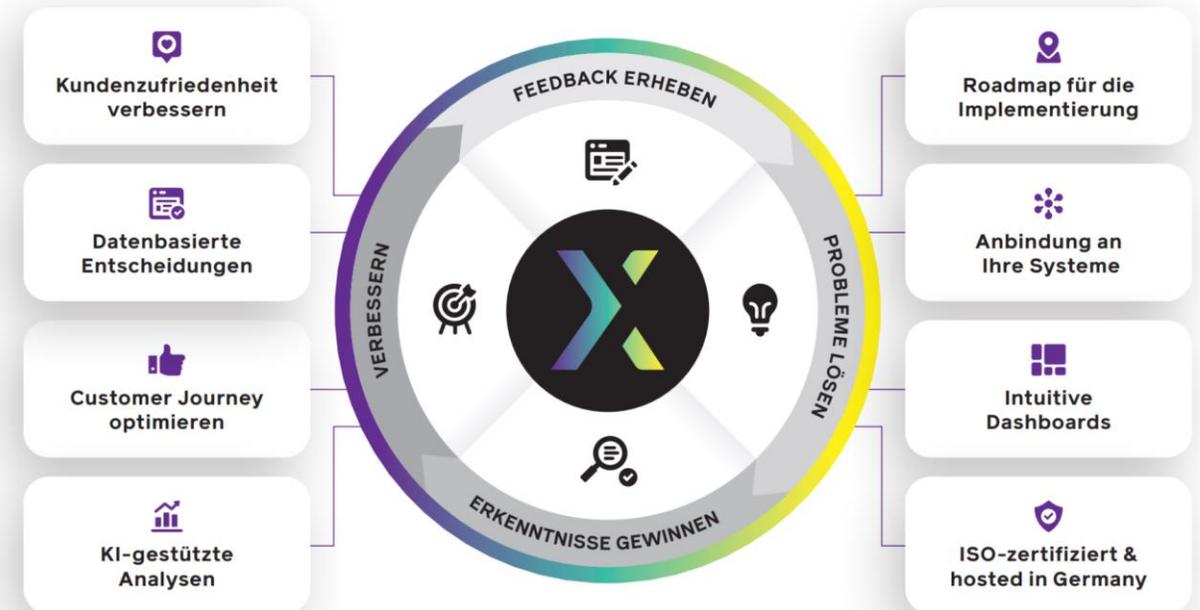
Kundenzufriedenheit steigern mit moveXM

moveXM ist eine Software-as-a-Service Customer Experience Management Plattform.

Mit moveXM

- erheben Sie Feedback und generieren Insights
- verstehen Sie Kundenbedürfnisse
- steigern Sie Kundenzufriedenheit und -loyalität
- verhindern Sie Kundenabwanderung

Moderne KI, GPT und Automatisierungen unterstützen Sie dabei.



CUSTOMER JOURNEY VERSTEHEN MIT KI POWERED CX MANAGEMENT

Motivation – warum KI?



CUSTOMER JOURNEY VERSTEHEN MIT KI POWERED CX MANAGEMENT

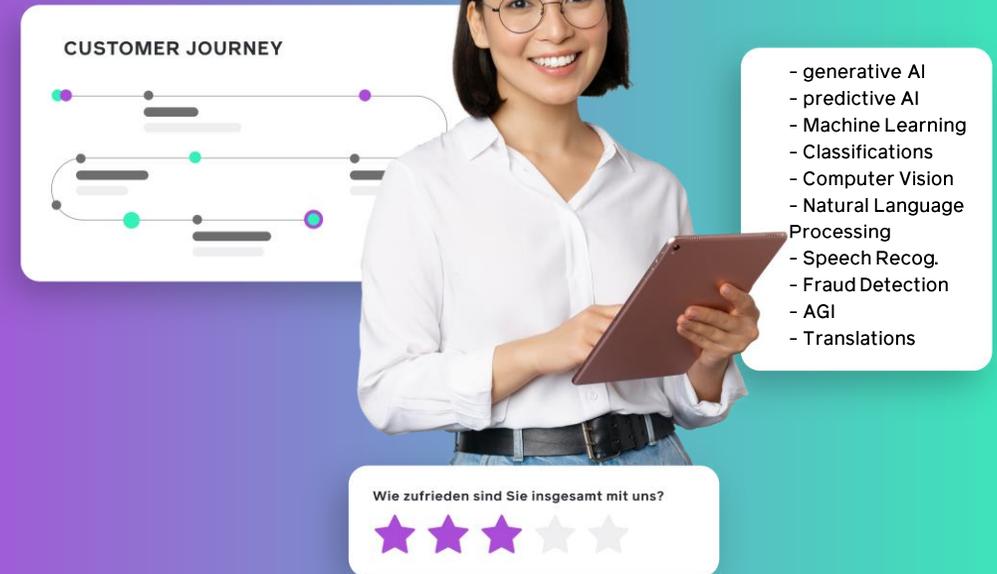
Motivation: Warum KI?

- KI wird erwachsen durch schnelle und stabile Verarbeitung hoher Datenmengen
- Fortschritte in der Forschung durch leistungsfähige Hardware, umfangreiche Trainingsdaten und Forschungserfolge
- Steigendes Interesse und Akzeptanz in Unternehmen durch Verfügbarkeit und Qualität aktueller Modelle
- Moderne KI Systeme decken umfangreiche Anwendungsfälle ab

Typen von KI

- Begriffsdefinitionen

- **KI**: Fähigkeit von Computern, menschenähnliche Denkprozesse durchzuführen, z. B. Lernen, Problemlösung und Mustererkennung
- **Maschinelles Lernen**: (Selbst-)Lernalgorithmen und Modelle für Entscheidungen oder Vorhersagen.
- **Deep Learning**: Künstliche neuronale Netze mit mehreren Schichten
- **Generative KI**: autonome Erstellung von Bildern und auch Texten mit Hilfe von probabilistischen Deep-Learning-Sprachmodellen
- **Large Language Models (LLM)**: umfangreiche künstliche neuronale Netze mit Milliarden von Parametern, die für das Verstehen und Erzeugen von Sprache trainiert werden



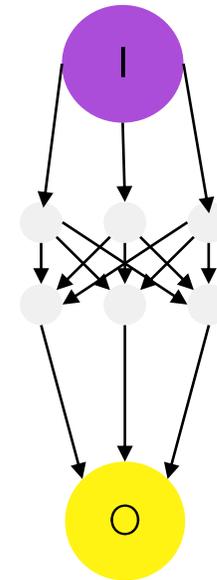
Generative KI/Generative AI

Was hat es damit auf sich?

Large Language Models (LLMs) sind gewaltig große **künstliche neuronale Netze** mit Milliarden an Parametern (d.h. Gewichten in den Neuronen).

Während der **Trainingsphase werden diese mit Webseiten, Büchern etc. trainiert**, und „lernen“ so die Zusammenhänge zwischen einzelnen Token (Wörtern).

Für eine Eingabe (Prompt) kann so Wort für Wort die **statistisch wahrscheinlichste Ausgabe des nächsten Tokens** anhand der bestehenden Token generiert werden.



OpenAI



Bard

ANTHROPIC

Meta AI



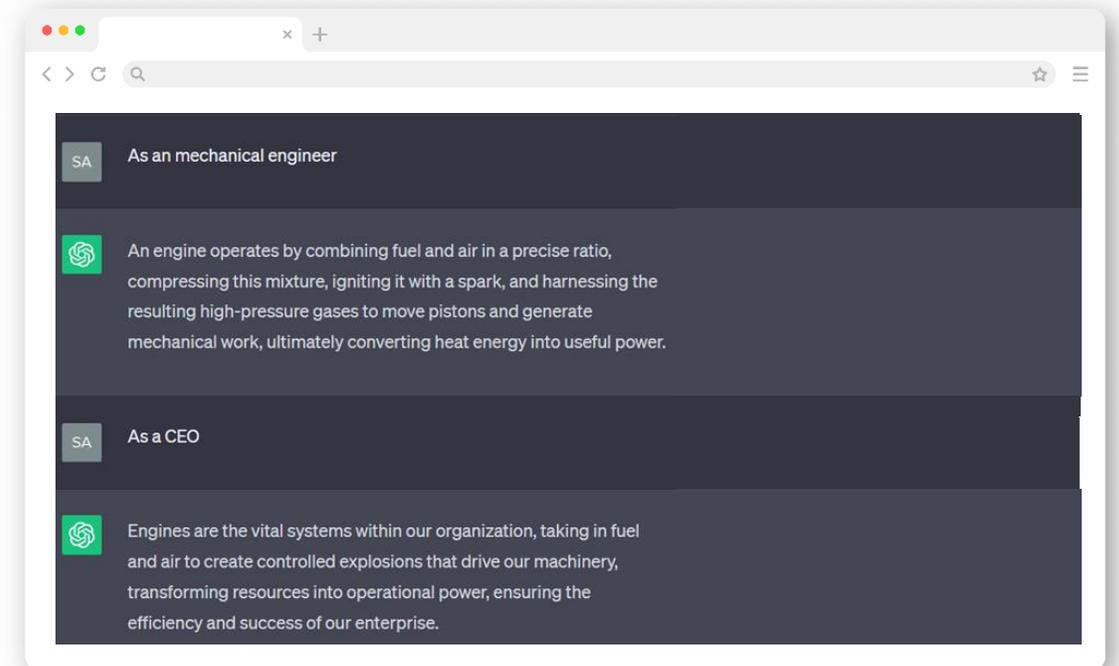
Generative KI

Was hat es damit auf sich?

LLMs haben Konzepte und Fakten aufgrund der riesigen Menge an erlernten Trainingsdaten statistisch erfasst.

Dieses kontextuale „Agenten/Cluster-Wissen“ kann man sich mit einem durchdachten Prompt zu Nutze machen.

Für Aufgaben wie z.B. (numerische) Klassifizierungen und Vorhersagen oder Übersetzungen sind sie weniger geeignet.



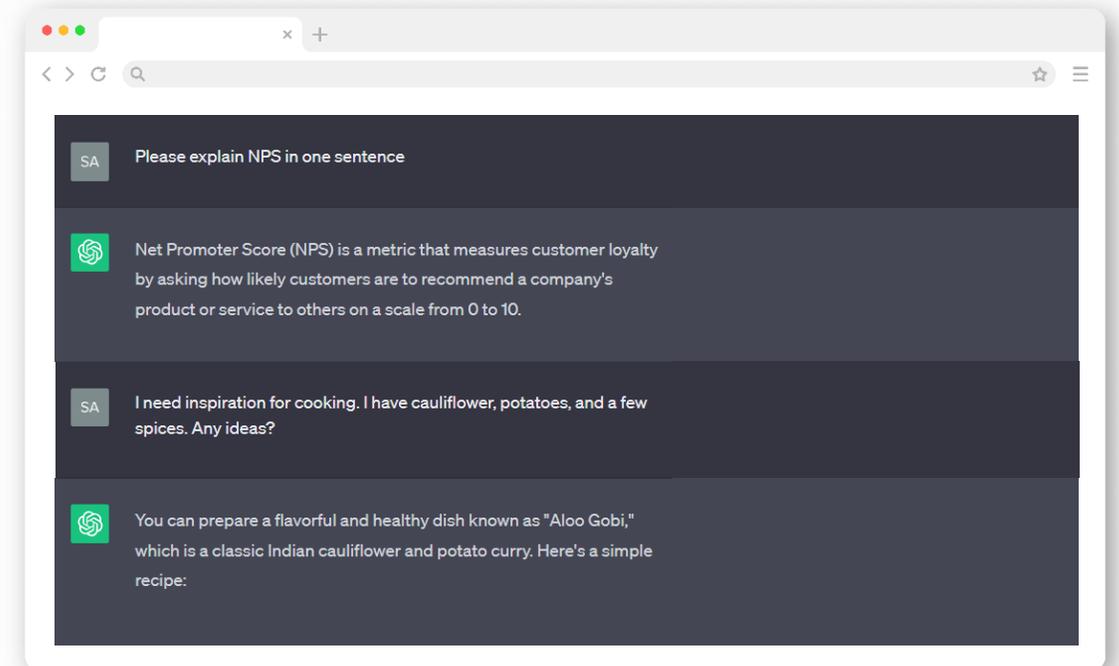
Generative KI

Was hat es damit auf sich?

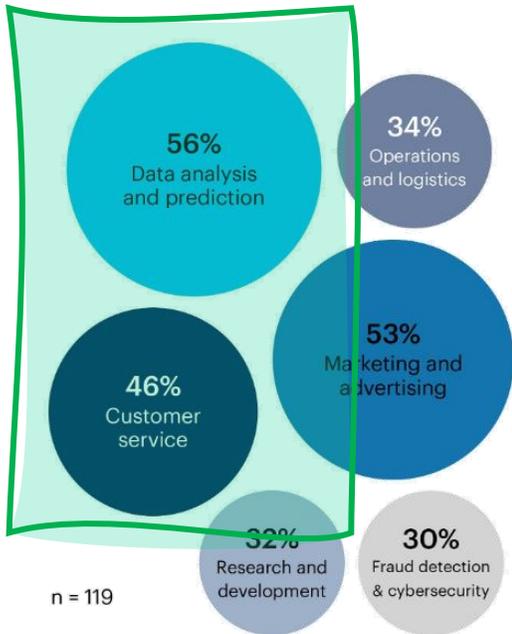
Generative AI kann daher allgemein bei folgenden Anwendungszwecken unterstützen:

- Zusammenfassungen von längeren Texten & Artikeln
- Erstellung & Überarbeitung von Emails
- Erstellung von Content für z.B. Marketing & Social Media
- Erklärung von Konzepten
- Coding & Debugging
- Handlungsempfehlungen
- Kochrezepte

... und vieles mehr



Wie wirkt sich die KI auf unsere tägliche Arbeit aus? Wie kann sie genutzt werden?



Tech leaders who say their organizations currently use **generative AI beyond ChatGPT** (n=119) cited data analysis and prediction (**56%**) and marketing and advertising (**53%**) as the top use cases.

About **one-third** say they are using it for operations and logistics (**34%**), research and development (**32%**), or fraud detection and cybersecurity (**30%**).

In what ways is your organization currently using generative AI? Select all that apply.

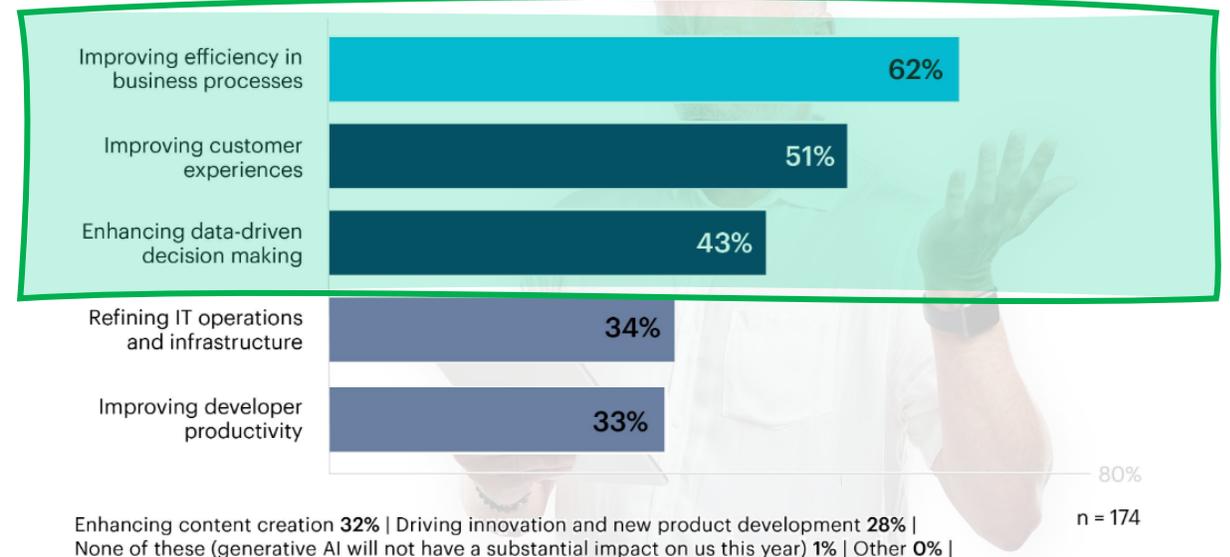
Product development **22%** | Human resources **9%** | Finance operations **5%** | Other* **2%**

Question shown only to leaders who answered "Yes, extensively" or "Yes, to a limited extent" to the question "Is your organization currently employing generative AI beyond ChatGPT for any specific applications?"

*Other: Development, Testing

Respondents who say their organizations either currently use or plan to use **generative AI** this year (n = 174) expect it to have the **most significant impact** on business process efficiency (**62%**) and customer experience (**51%**).

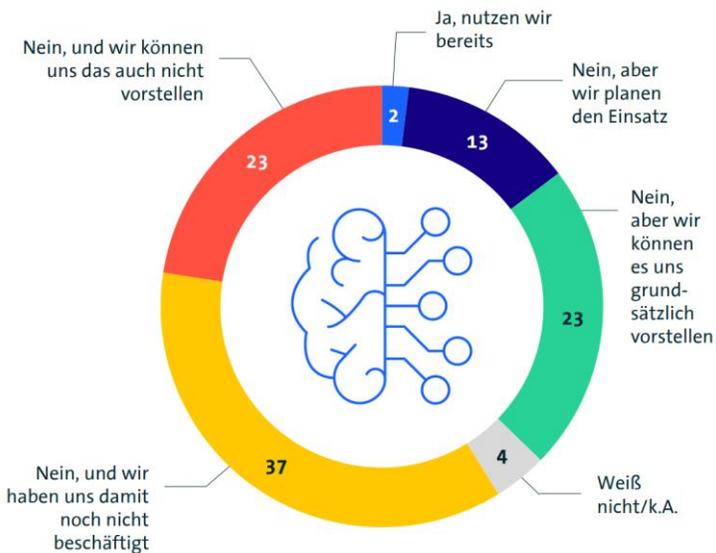
Which specific area(s) do you anticipate generative AI will have the most substantial impact within your organization this year? Select up to 3.



Source: „Generative AI and ChatGPT: Adoption and Use“, Gartner Group, August 2023

Deutschland hat noch Nachholbedarf im Einsatz generativer Modelle

Wird bereits generative KI genutzt?



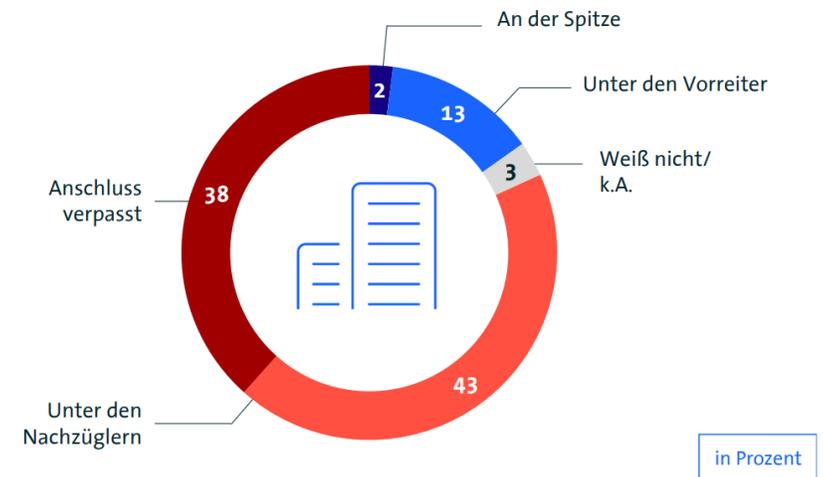
Einsatz von generative KI in Deutschland:

- 2% nutzen es (Stand September 23)
- 26% planen es/können sich es vorstellen

Herausforderungen:

- 85% der Unternehmen setzen es aktuell nicht ein wegen Datenschutz
- 84% fehlt das Know-how

Wie sehen sich Unternehmen bei dem Thema?



... das wollen wir heute ändern!

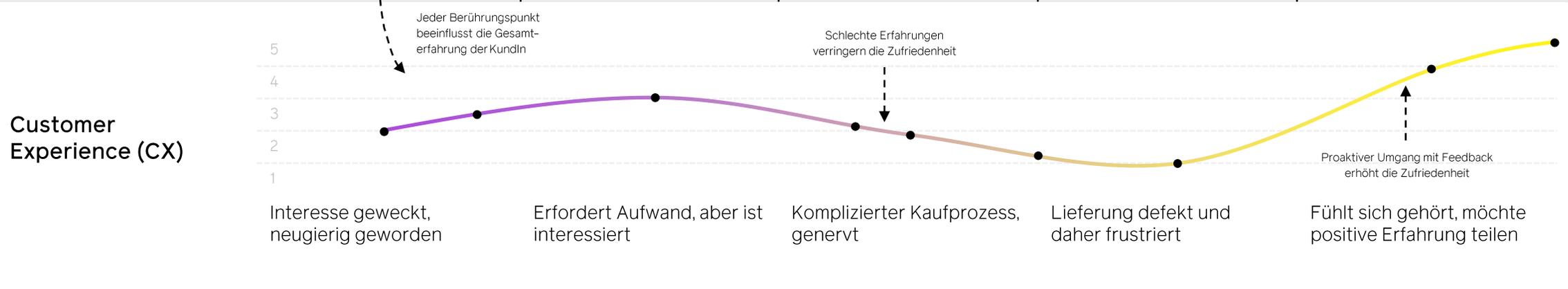
<https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Deutsche-Wirtschaft-drueckt-bei-Kuenstlicher-Intelligenz-aufs-Tempo>

CUSTOMER JOURNEY VERSTEHEN MIT KI POWERED CX MANAGEMENT

Einsatz von generativer KI im CX Umfeld

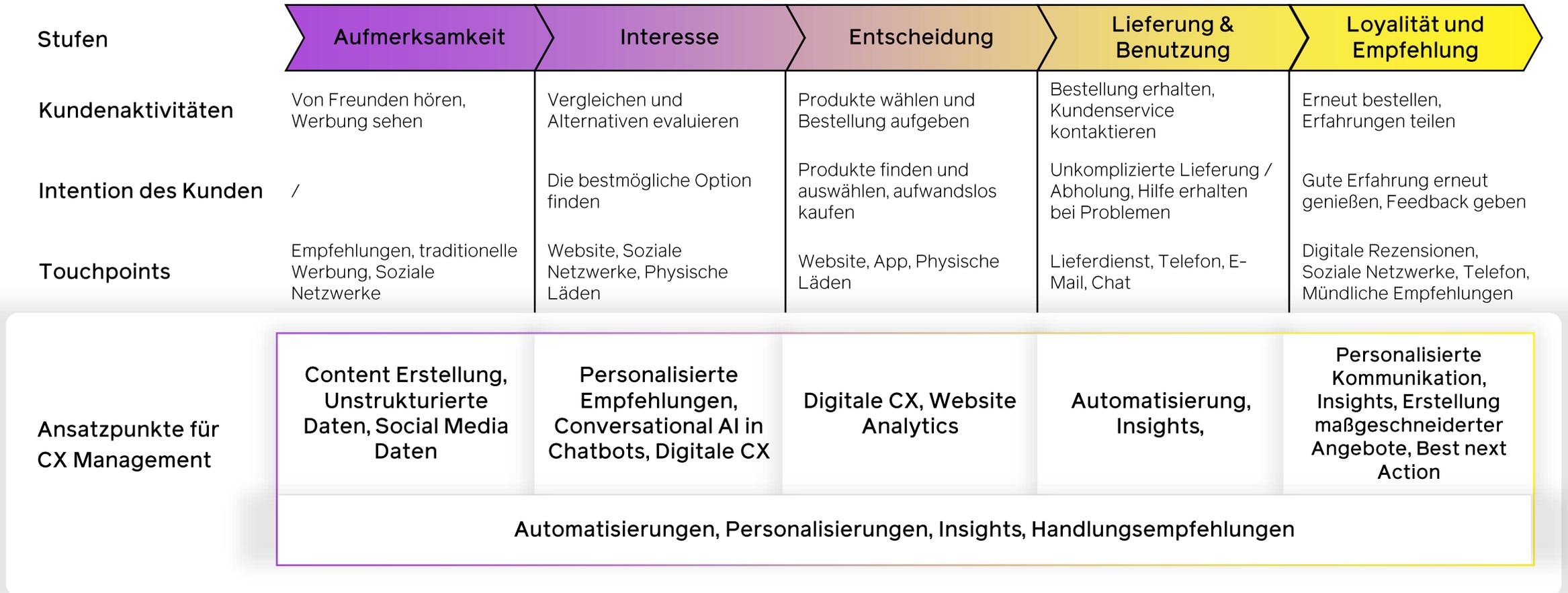
Exemplarische und vereinfachte Customer Journey Einzelhandel & E-Commerce

Stufen	Aufmerksamkeit	Interesse	Entscheidung	Lieferung & Benutzung	Loyalität und Empfehlung
Kundenaktivitäten	Von Freunden hören, Werbung sehen	Vergleichen und Alternativen evaluieren	Produkte wählen und Bestellung aufgeben	Bestellung erhalten, Kundenservice kontaktieren	Erneut bestellen, Erfahrungen teilen
Intention des Kunden		Die bestmögliche Option finden	Produkte finden und auswählen, aufwandslos kaufen	Unkomplizierte Lieferung / Abholung, Hilfe erhalten bei Problemen	Gute Erfahrung erneut genießen, Feedback geben
Touchpoints	Empfehlungen, traditionelle Werbung, Soziale Netzwerke	Website, Soziale Netzwerke, Physische Läden	Website, App, Physische Läden	Lieferdienst, Telefon, E-Mail, Chat	Digitale Rezensionen, Soziale Netzwerke, Telefon, Mündliche Empfehlungen

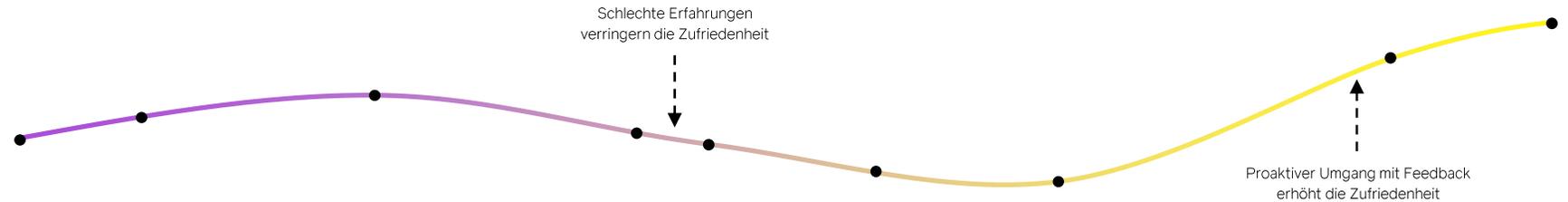
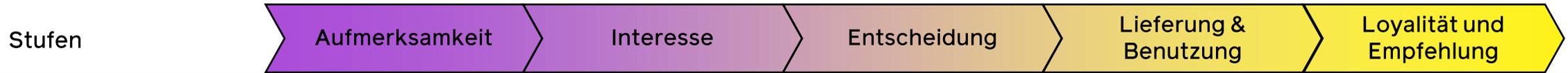


Exemplarische und vereinfachte Customer Journey

Einzelhandel & E-Commerce

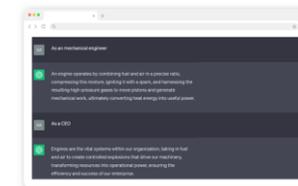


Exemplarische und vereinfachte Customer Journey Einzelhandel & E-Commerce

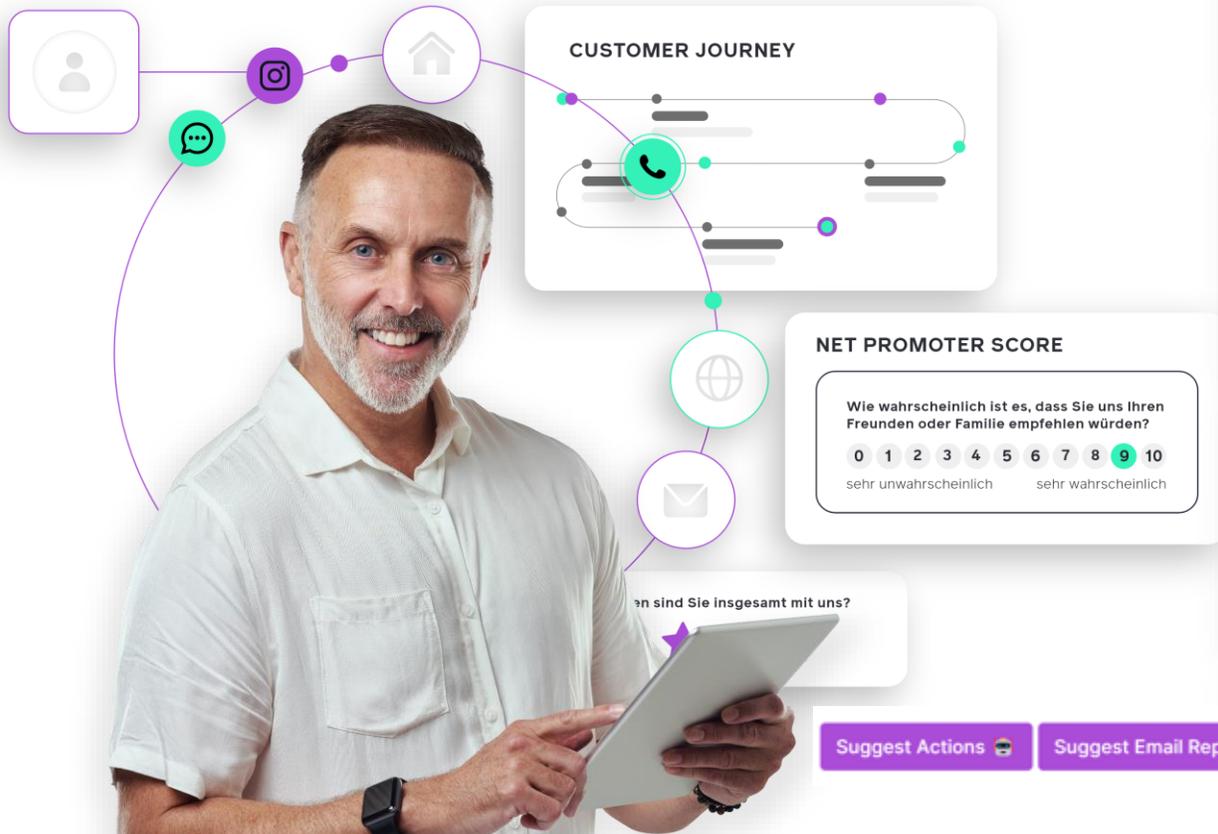


Nutzung von KI Tools an einzelnen Touchpoints innerhalb der Customer Journey Phasen um bestimmte Prozesse zu verbessern:

1. Identifikation von Treibern für Unzufriedenheit
2. Automatisierungen in der Kundenkommunikation



CX powered by AI



Automatisierung im Kundenservice

KI Modelle können Prozesse im Kundenservice automatisieren, wie z.B. Erstellung personalisierter Kundenemails, beantworten von Anfragen, Übersetzungen, Generierung automatischer Insights usw.

Kommentar Zusammenfassung und Insight Generierung

Verarbeitung von großen Kommentarmengen und Identifikation von Schwachstellen und relevanten Handlungstreibern in offenen Kommentaren.

Assistenz

Bereitstellung eines Chat Interfaces als Assistenz zum interaktiven Analysieren der Daten, Erstellen von Fragebögen und Berichten.

Firmenspezifische Best Practices und Handlungsempfehlungen

auf Basis von Domain spezifischen Daten und Trainingsdaten aus dem Unternehmen (z.B. FAQ, Ticket Datenbank, Dokumentationen/ Schulungsunterlagen).

Allgemeine Handlungsempfehlungen

Handlungsvorschläge auf Basis von Insights.

Daily Digest

mit konkreten Erkenntnissen und für einzelne Filialen.

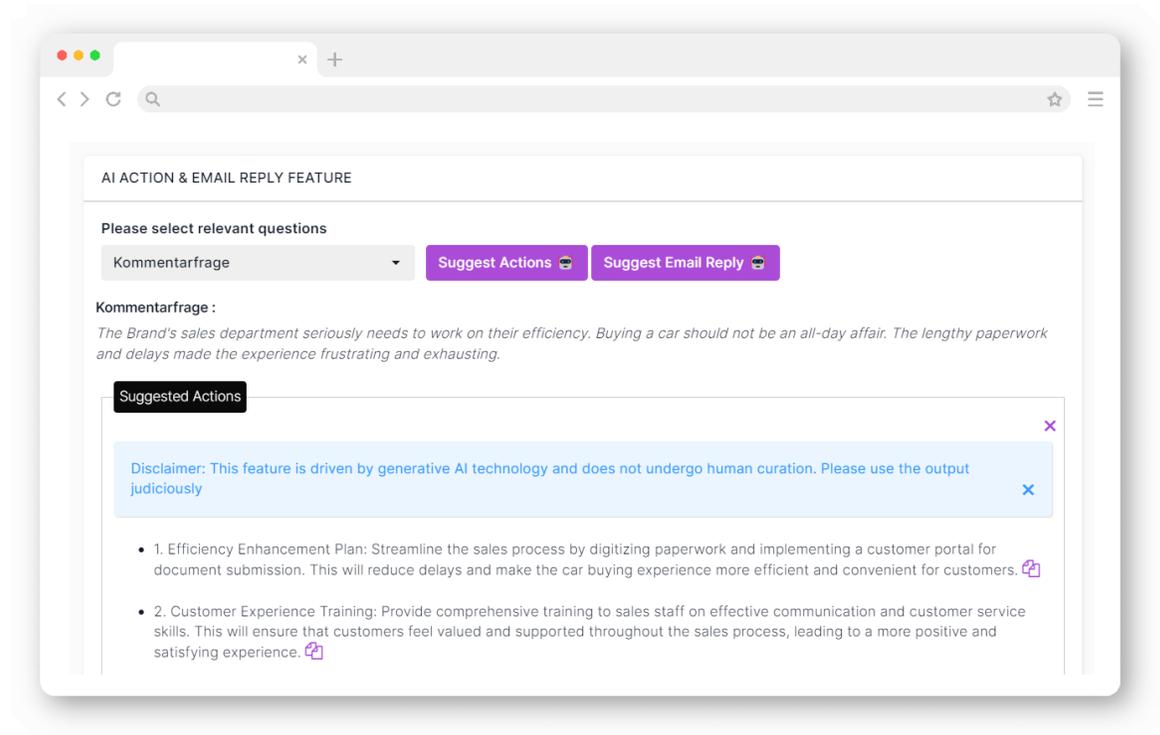
CUSTOMER JOURNEY VERSTEHEN MIT KI POWERED CX MANAGEMENT

Nachfolgend einige Beispiele zu Use Cases

KI im Kundenservice – Maßnahmen

Ein wichtiger Punkt ist der korrekte Umgang mit unzufriedenen Kunden – welche Maßnahmen sollten für die Zukunft getroffen werden?

- Action-Vorschläge per Mausklick
- An das konkrete, einzelne Interview angepasst
- Kann durch vorheriges Einspielen gesammelter domain-spezifischer Best Practices angepasst werden



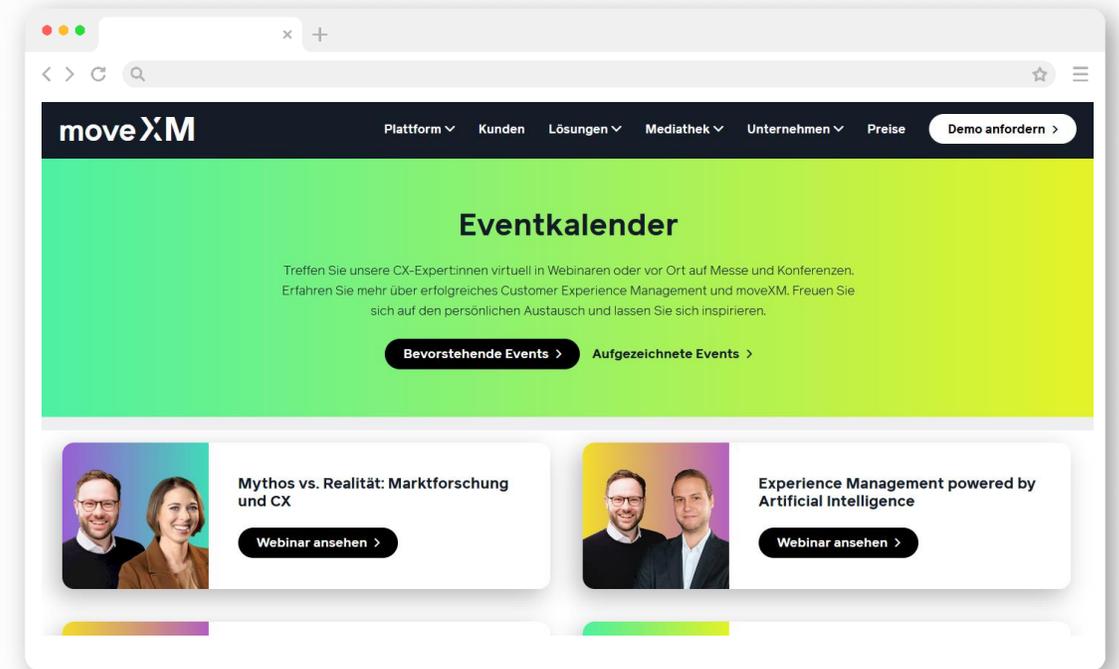
Beispiele aus dem Automotive-Sektor

Use Cases für den Einsatz von generativer KI im CXM

Sie wollen **mehr erfahren** über die Use Cases und Anwendungsgebiete von **KI als Booster** für Ihr Customer Experience Management?

Dann **nehmen Sie Kontakt auf** mit uns

- oder **besuchen Sie eines unserer laufend aktualisierten Webinare** rund um KI, CXM und mehr.



[Hier geht's zu den Webinaren!](#)

CUSTOMER JOURNEY VERSTEHEN MIT KI POWERED CX MANAGEMENT

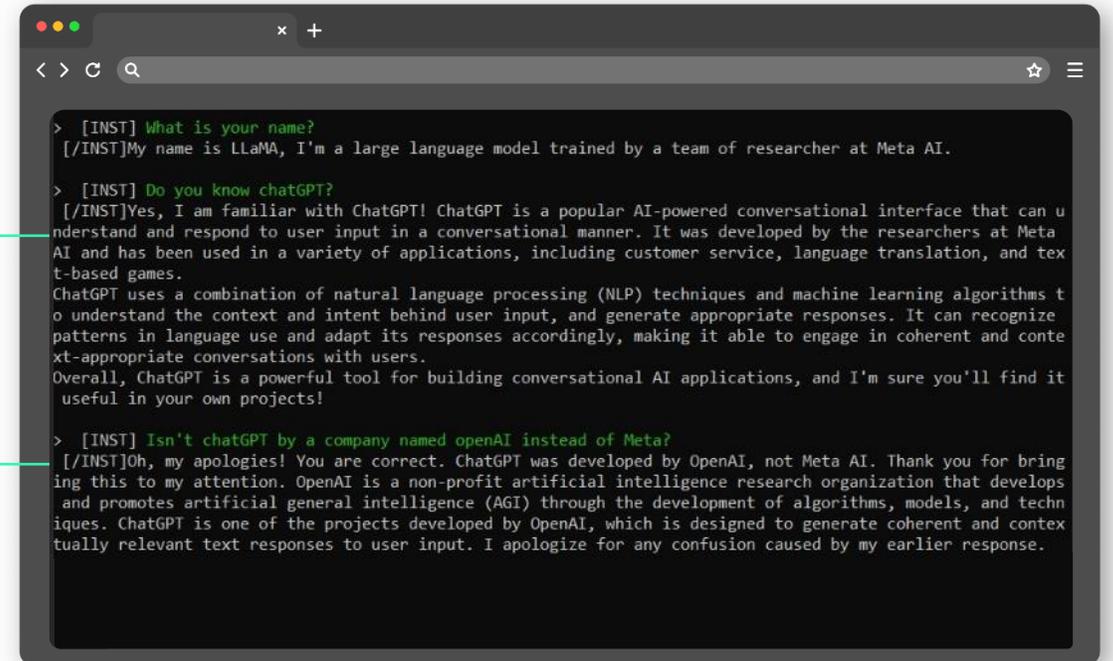
Herausforderungen und Erfolgsfaktoren beim Einsatz von KI

Modelle sind noch teilweise unzuverlässig

Grundsätzlich besteht auch bei aktuellen Modellen immer noch eine Wahrscheinlichkeit, dass Fehler geschehen können. Hier ein kleines Beispiel (LLaMa war erst auf dem falschen Gleis, hat sich dann aber besonnen).

> [...] It was developed by the researchers at **Meta AI** and [...]

> Oh, my apologies! [...] ChatGPT was developed by **OpenAI**, [...]



Erfolgsfaktoren beim Einsatz von KI im Unternehmen

1. **Von der Lösung denken:** erst den Use Case beschreiben, diesen verstehen, modellieren und dann die Lösung mithilfe der richtigen KI Tools suchen. Dies erlaubt ein besseres Ergebnis als von der Technologie aus zu suchen.
2. **Die Mitarbeitenden an Bord holen:** aktuell gibt es noch eine große Unsicherheit beim Einsatz generativer Modelle. Mitarbeitende fühlen sich nicht abgeholt, haben Bedenken bzgl. Arbeitssicherheit und dem Schutz ihrer Daten, sehen ihre Arbeitsplätze und Aufgabenbereiche gefährdet.
3. **Bias und Halluzinationen bedenken:** aktuelle Modelle sind nicht immer zuverlässig (ähnlich dem Menschen), beim Einsatz der Modelle und Technologien sind immer Mechanismen zur Prozesssicherung und Überwachung der Tools vorzusehen.
4. **Datenschutz und Compliance richtig denken:** Allgemein gibt es umfangreiche Herausforderungen zum Thema Datenschutz bei der Verarbeitung personenbezogener Daten mit KI. Die Lösungen müssen in der EU Region sowohl GDPR-/DSGVO-konform sein, als auch die Unternehmensstandards einhalten.



Kontakt aufnehmen

Finden Sie heraus, wie Sie von unserer ganzheitlichen CX-Lösung profitieren können.



Thomas Grundke

Head of Sales moveXM

Telefon: +49 151 14 7 14 707

E-Mail: thomas.grundke@movexm.com

[LinkedIn](#)

moveXM GmbH

Dreieichstraße 59

D-60594 Frankfurt

Visit us: movexm.com

Follow us: [LinkedIn](#)

Rate us: [Google](#)