

Bots, Sprach- assistenten & Co

Die Digitalisierung revolutioniert die Art und Weise,
wie wir künftig verkaufen werden.

Jörg Eugster

Kürzlich war ich ausnahmsweise wieder an einem Postschalter, um Geld abzuheben. Normalerweise nutze ich den Automaten. Nach dem Geldbezug meinte die Mitarbeiterin, dass ich aufgrund meines Profils mit einem Privatkonto Plus viel mehr Vorteile hätte. Sie bot mir an, dass sie für mich gerne einen Beratungstermin bei einem Kollegen vereinbaren würde. Das war eine ganz nette Art des Upsellings. Ganz bestimmt wurde ich in meinem Profil als potenzieller Upselling-Kunde für ein Privatkonto Plus identifiziert. Wie könnte ein solcher Vorgang in Zukunft ablaufen, denn wir suchen ja immer weniger oft den Schalter auf und haben kaum noch persönlichen Kundenkontakt?

Stellen Sie sich vor, das läuft alles voll digitalisiert ab. Ich logge mich in meinem Postfinance-Konto ein. Nachdem ich meine Transaktionen erledigt habe, meldet sich ein Bot in einem Fenster wie folgt: „Grüezi Herr Eugster, darf ich Ihnen eine Information geben, wie Sie zu noch mehr Nutzen bei uns kommen?“ Die Ansprache ist natürlich personalisiert und da ich Deutschschweizer bin, werde ich mit einem Grüezi und auf Deutsch begrüsst. Selbstverständlich werde ich auf das Gespräch eingehen, sofern ich die Zeit dafür habe. Nun beginnt der gleiche Dialog wie zu Beginn dieses Artikels.

Ist das Science-Fiction oder nahe Wirklichkeit? Solche Bots werden wir immer häufiger erleben, und zwar schon sehr rasch. In Asien sind sie schon weit verbreitet und werden auch bald bei uns die Websites, die E-Shops und die Apps „bevölkern“.

Diese Bots sind heute noch eher Chatbots, das heisst, wir chatten mit ihnen, wie wir über WhatsApp mit Freunden chatten. Doch die Zukunft liegt bei den Sprachassistenten, die letztlich nichts anderes als Bots sind, die sprechen können.

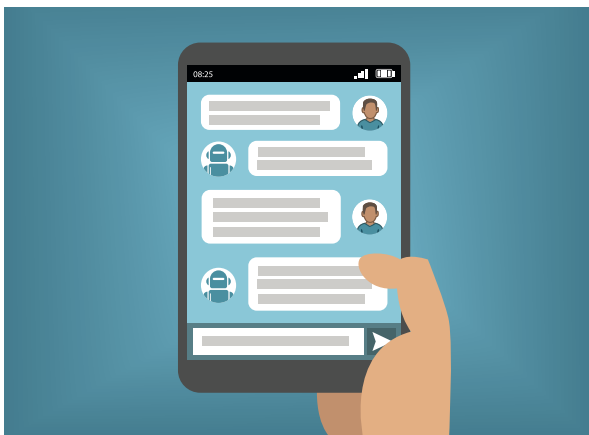


Abb. 1: Chatbot auf Smartphone



Abb. 2: Amazon Echo

Jörg Eugster

Internet-Unternehmer aus Leidenschaft seit 1998, Internet-Pionier (Gründer diverser Internet-Start-ups) und Botschafter der digitalen Zukunft – Buchautor – Fachhochschuldozent – Unternehmensberater – Verwaltungsrat.

www.eugster.info

Vorreiter in dieser Technologie ist Amazon mit Amazon Echo. Amazon Echo hört auf das Wort „Alexa“. Dank der Spracherkennung und künstlichen Intelligenz (KI) können wir mit dem Bot nun wie mit einem Menschen sprechen, was doch erheblich einfacher ist, als einfach zu chatten. „Alexa, bitte setze nochmals das Wokgemüse auf die Einkaufsliste“, sagt zum Beispiel der Mann im Beispielfoto von Amazon. (Dieses Video und mehr zum Thema Bot finden Sie unter dem Short-URL <https://goo.gl/5BxUcE>).

Amazon setzt rund 1000 Software-Entwickler für Amazon Echo ein. Es gibt bereits weitere Varianten mit Amazon Echo Look und Show, die über eine Kamera oder einen Bildschirm verfügen.

Auch Google (Google Home), Microsoft (Cortana) und Apple (Siri) entwickeln derzeit ihre eigenen Sprachassistenten, denn ein erheblicher Anteil des E-Commerce der Zukunft wird voraussichtlich über Sprachassistenten abgewickelt werden. Dann heisst es nicht mehr „Mobile First“, sondern „Voice First“.



Digitale Zukunft Augmented und Virtual Reality werden den Verkauf revolutionieren.

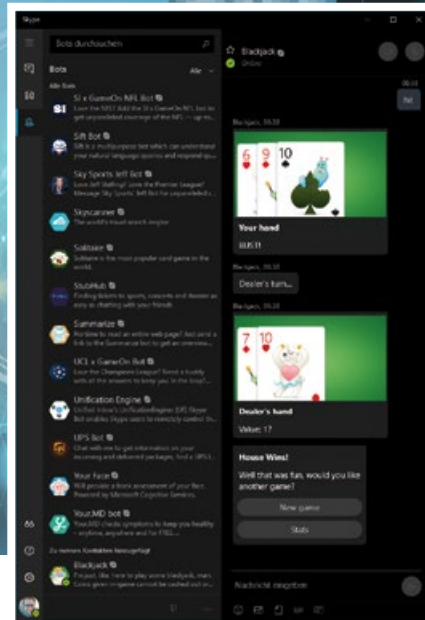


Abb. 3: Bots auf Skype

Ebenso werden uns Bots, mit Chat oder Voice, auf den uns bekannten Apps von Facebook Messenger oder WhatsApp künftig auf Schritt und Tritt verfolgen, so wie das bereits in Asien auf Wechat möglich ist. Sogar Skype bietet schon einige Dutzend Bots an. So habe ich für diesen Artikel gegen den Blackjack-Bot von Microsoft in Skype gespielt (siehe Abbildung 3). Das kann natürlich auch für Verkaufszwecke genutzt werden.

Stellen Sie sich vor, Sie schlendern durch die Stadt und kommen an verschiedenen Geschäften vorbei. Nun machen sich die Bots in Ihrer Lieblings-App bemerkbar und verwickeln Sie in ein Verkaufsgespräch. „Hallo lieber Jörg, du bist ja in unmittelbarer Nähe unseres Geschäftes. Komm doch bitte auf einen Kaffee herein. Wir zeigen dir gerne die neueste Uhrenkollektion. Wir haben sogar eine ganz neue Uhr von Tissot in deiner Lieblingsfarbe Türkis.“ Da werde ich wow sagen, denn ich bin ständig auf der Suche nach Accessoires in meiner Lieblingsfarbe. Und wenn ich dann ins Geschäft gehe, dann wissen die Mitarbeitenden bereits Bescheid und begrüßen mich persönlich.

Möglich machen solche Verkaufsprozesse einerseits die Geo Location meines Smartphones und andererseits die Funkchips wie NFC, RFID und die Beacons. Diese Chips ermöglichen, dass wir Prozesse berührungslos steuern können.

So können wir an einem Gestell im Laden vorbeigehen und bei Bedarf Zusatzinformationen abrufen, oder wir werden gleich angesprochen.

Und wenn wir dann noch vollständig in ein Geschäft oder Gebäude eintauchen wollen, können wir das dank eines Head-Mounted-Displays und Virtual Reality von zu Hause aus tun. So können wir schon vor dem Besuch ein Museum oder eine Bildergalerie besuchen und entscheiden, ob wir das in echt besuchen möchten.

Dank Augmented Reality können wir im Ladengeschäft oder zu Hause verschiedene Kleidungsstücke virtuell ausprobieren, bevor wir sie online bestellen oder gleich im Geschäft kaufen.

Diese wenigen Beispiele zeigen, wohin die Reise mit der Digitalisierung in Marketing und Verkauf gehen wird. Ich finde, es wird ganz spannend werden.

Mehr zum Thema

über die Digitalisierung und den E-Commerce der Zukunft finden Sie im neuen Buch des Autors: *Übermorgen – Eine Zeitreise in unsere digitale Zukunft*, <https://wifimaku.com/uebermorgen>.