

Kundeninteraktion optimieren:

Effektiver Einsatz großer Sprachmodelle für Unternehmen

Zielgruppenansprache Sprachliche Verständigung ist in der heutigen Kommunikation unerlässlich und beeinflusst unseren Alltag maßgeblich. Sie ermöglicht uns, Informationen auszutauschen und Abläufe zu steuern. In der Wirtschaft ist Sprache somit ein wesentlicher Baustein, um die Kundenbindung zu stärken und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.



Durch die fortschrittliche Entwicklung umfassender Sprachmodelle und deren breite Anwendung in Diensten wie ChatGPT, Bing Chat und anderen entstehen innovative Kommunikationswege und Content-Management-Optionen. Unternehmen können dadurch ihre Arbeitseffizienz steigern, die Arbeitsbelastung ihrer Mitarbeiter reduzieren und den Kundenkontakt verbessern. Künstliche Intelligenz ermöglicht ein verbessertes Nutzererlebnis und bietet Kunden direkte Antworten, wodurch die Suche in FAQ-Bereichen oder telefonische Anfragen reduziert werden können.

Es gibt jedoch auch Herausforderungen: Große Sprachmodelle können undurchsichtig sein und Fehler enthalten, die bis zu 20 Prozent der Antworten betreffen können. Dies kann das Vertrauen untergraben und die Kundenerfahrung beeinträchtigen.

Künstliche Intelligenz ermöglicht ein verbessertes Nutzererlebnis und bietet Kunden direkte Antworten.

Um dies zu vermeiden und ein angenehmes Kundenerlebnis zu gewährleisten, sollten Unternehmen ihre Plattformen wie Websites, Intranet oder Social Media mit eigenen Daten optimieren und für das Training von Künstlicher Intelligenz nutzen. So behalten sie nicht nur die Kontrolle über die Informationen, sondern erleichtern auch die Veröffentlichung standardisierter Inhalte und verschlanken Kundenserviceprozesse. Kunden

profitieren von einer einfacheren Handhabung und einem leichteren Dialog mit dem Unternehmen.

Doch wie lässt sich das umsetzen?

Um zielgerichtete Informationen an verschiedenen Kontaktpunkten wie Google-Suche, Website-Suche oder Chatbots bereitzustellen, ist Folgendes erforderlich:

Große Datenmengen (Big Data):

Dabei handelt es sich um eine Sammlung aller relevanten Unternehmensdaten. Dazu gehören Bedienungsanleitungen, FAQs, Standortinformationen wie Adresse und Telefonnummer sowie Produktinformationen, Firmenbiografien und technische Details. Wichtig ist, dass diese Informationsbasis geordnet, aktuell und übersichtlich ist und dass sensible oder vertrauliche Informationen unkenntlich ge-

macht werden. Die Qualität der Daten beeinflusst direkt die Qualität der abgeleiteten Modelle und Prognosen. Um zuverlässige Aussagen treffen zu können, ist es notwendig, die Daten im Voraus zu bereinigen. Dies umfasst das Auffinden und Ergänzen fehlender Datensätze, das Identifizieren von Ausreißern sowie das Korrigieren oder Entfernen eindeutig erkennbarer fehlerhafter oder widersprüchlicher Daten.

Eine Datenquelle: Informationen können in einem Knowledge Graph oder einem Headless Content Management System gesammelt, organisiert und gespeichert werden. Hier werden Daten so aufbereitet, dass sie zueinander in Beziehung gesetzt werden können. Künstliche Intelligenz kann aus diesen Daten Zusammenhänge und Erkenntnisse gewinnen, die sonst nicht zugänglich gewesen wären. Auch komplexe Anfragen, wie die Suche nach einem türkischsprachigen Baufinanzierungsberater in Köln, können mithilfe des Systems bewältigt werden.

Zudem werden ausschließlich verifizierte Informationen in das System aufgenommen, was Unternehmen die Kontrolle über die veröffentlichten Daten ermöglicht. Bevor dies jedoch möglich ist, müssen die relevanten Daten in das System eingespeist werden. Da diese häufig aus verschiedenen Quellen stammen, ist die Datenübertragung über eine angebundene API-Schnittstelle ratsam. Dieser Prozess ist nicht nur wesentlich effizienter, sondern auch weniger fehleranfällig. Sollten die notwendigen Schnittstellen im Unternehmen nicht vorhanden sein, bleibt die Möglichkeit der manuellen Eingabe.

Die Datenbanktechnologie hilft dabei, das Risiko von Datenschutzverstößen zu minimieren und Compliance-Vorschriften einzuhalten. Ein Headless Content Management System (CMS) sorgt dafür, dass Daten nicht direkt mit KI-Systemen wie ChatGPT ausgetauscht werden. Die KI-Modelle erhalten nur Zugriff auf die für sie notwendigen Daten. Darüber hinaus sind interne



Schulungen für Mitarbeitende unerlässlich.

Große Sprachmodelle: Sprachverarbeitungsmodelle wie GPT-4, LaMDA, PaLM, Gopher, Jurassic-1 und BERT analysieren Texte je nach Anwendungsgebiet und geben unterschiedliche Ergebnisse aus. Es gibt kein universell überlegenes Modell, sondern jedes wird entsprechend seiner Stärken in verschiedenen Anwendungen eingesetzt. GPT-4 wird z.B. genutzt, um schnell und effizient Texte wie Produktbeschreibungen oder Stellenanzeigen zu erstellen. Es kann auch autonom Antworten auf Kundenbewertungen generieren, um den Kundenservice zu verbessern.

Modelle wie LaMDA und BERT können helfen, Nutzeranfragen direkt über die Suchfunktion einer Website zu beantworten. Unternehmen, die diese Technologien nutzen wollen, benötigen ausreichende Rechen- und Speicherkapazitäten. Außerdem müssen die Modelle regelmäßig trainiert werden, um sukzessive die Antwortqualität zu erhöhen, und die Datenbasis muss fortlaufend aktualisiert werden.

Die aufbereiteten Daten werden schließlich durch die Sprachmodelle für verschiedene

Zwecke nutzbar gemacht und stehen für interne und externe Kommunikationswege zur Verfügung. Externe Nutzer erhalten schnelle und geprüfte Antworten in natürlicher Sprache, während interne Mitarbeiter von automatisch generierten Inhalten wie Produkt- oder Personenbeschreibungen und Antworten auf Online-Bewertungen profitieren. Mithilfe des Intranets können interne Schulungsressourcen, wie Vertriebspräsentationen im Finanzbereich, schnell abgerufen werden. Dies erleichtert Arbeitsprozesse und erlaubt es den Fachkräften, sich auf anspruchsvollere Themen zu konzentrieren.

Fazit

KI und Sprachmodelle sind mehr als ein Trend – sie sind Teil unserer zukünftigen Arbeitswelt. Unternehmen sollten diese Technologien nutzen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Wichtig ist dabei, im Vorfeld Daten zu sammeln, aufzubereiten und zu sichern. Integriert in die Unternehmenskanäle, bieten Sprachmodelle großes Potenzial, die Markenintegrität zu bewahren und kundenorientierte Erlebnisse zu schaffen. Vor der Implemen-

tierung müssen jedoch notwendige Vorbereitungen getroffen werden. Die Daten sollten sorgfältig gesammelt, zusammengefasst und überprüft werden, um ihre Qualität und Sicherheit zu gewährleisten.

Die Integration von GPT-4 und vergleichbaren fortgeschrittenen Sprachmodellen in die eigenen Geschäftsprozesse bietet ein enormes Potenzial, die Markenkonsistenz zu erhöhen und eindrucksvolle Kundenerlebnisse zu schaffen. Diese Technologien sollten jedoch nicht isoliert betrachtet werden, da ihre Effizienz direkt von der Qualität der zugrunde liegenden Daten abhängt. Sie müssen daher kontinuierlich mit unternehmensspezifischen Daten gefüttert werden. Nur durch eine solide Datenorganisation und eine anpassungsfähige Infrastruktur können wir verhindern, dass falsche Informationen verbreitet werden, damit die Kundenkommunikation nahtlos auf korrekten Informationen basiert.



BJÖRN LORENZEN,
Regional Vice
President EMEA
Central bei Yext.