

Inhalt

Vorwort	9
1. Kapitel: Wie könnten sich Chatbots entwickeln? – ein Ausblick	13
2. Kapitel: Definition von Chatbots und Conversational Interfaces	19
3. Kapitel: Wo sind die Bots? – Integrationsmöglichkeiten von Chatbots	29
Integriert auf einer Webseite	29
Als eine separate Landingpage	32
Integriert in einer Applikation	33
In Messenger Apps	35
Im Facebook Messenger	35
Im WhatsApp Messenger	37
Im WeChat	39
Im Microsoft Teams oder Skype	40
Im Slack	41
Im Telegram Messenger	42
In anderen Messenger Apps, wie Kik, Viber etc.	43
In digitalen Advertisements	44
In Voice-Assistenten wie Amazon Alexa oder Google Home	45
4. Kapitel: Vor- und Nachteile von Chatbots – Warum Bots?	49
Vorteile von Chatbots	49
Einfache Nutzung	49
Transport von Persönlichkeit und Emotionen	50
Aufbau einer Beziehung	51
24/7-Erreichbarkeit	52
Kombination von Medien	53
Nachteile von Chatbots	55

5. Kapitel: Einsatzmöglichkeiten und Usecases	57
Einsatzmöglichkeiten	57
Beantwortung von sich wiederholenden Fragen	57
Automatisierung von Prozessen	61
Intern für Mitarbeiter	64
Digitale Assistenten	67
Marketing und Sales	69
Employer Branding	75
Führen von anonymen Gesprächen	76
Umfragen	79
Nachrichten und Updates	81
Display-Anzeigen im Internet	82
Usecases und Erfolgsgeschichten von und mit Chatbots	84
Kundenanfragen mit einem WhatsApp Bot beantworten	84
Hybrid Chats im Customer Service – Chatbot verknüpft mit Livechat	88
Chatbots als Marketing- und Lead-Generierungs-Tools	97
ai-zurich – Mehr verkaufte Tickets dank Chatbot	101
Ein Chatbot zur Beantwortung von sich wiederholenden Fragen im Versicherungssektor	104
Optimierung der Customer Journey	108
Ein Chatbot als fixer Bestandteil der Marketing-Kampagne	114
Mehr Stellenanfragen dank eines WhatsApp Chatbots	120
Chatbots für die betriebsinterne Wissensvermittlung	126
Ein Produktivitäts-Chatbot in einer Applikation	131
Mehr Zeit für Beratung und Upselling	137
6. Kapitel: Ein Chatbot-Konzept erstellen	143
Motivation für ein Chatbot-Konzept	143
Das Konzept	144
Bedarfsanalyse	144
Usecase-Definition	145
Zieldefinition	148
Zielgruppen	150
Persönlichkeit des Chatbots	154

Funktionen und Features	157
Dialoginhalte	165
Umsetzung und Testing	176
Veröffentlichung	178
Weitere Rahmenbedingungen	182
Mein Chatbot-Canvas für Chatbot-Konzepte	183
Vertiefung: Chatbot-Persönlichkeiten	185
Studie: Stimme einer Marke als Basis für den Chatbot	197
Motivation für die Studie	197
Ablauf der Studie	199
Ergebnisse der Studie: Invisible Interface ist nicht faceless	200
7. Kapitel: Die Umsetzung von Chatbots	203
Allgemeines zur Umsetzung	203
Umsetzung mit einem Chatbot-Tool	203
aiaibot	204
Collect.chat	207
Landbot.io	207
MessengerPeople	209
Userlike	210
Drift	210
Manychat	212
Flow xo	213
Flow ai	214
SAP	215
Google Dialogflow	216
IBM	216
Chatfuel	217
Microsoft Bot Framework	218
Eigenentwicklungen	218
Chatbot-Komponenten bei einer Eigenentwicklung	219
Einen Chatbot aufsetzen	225
Analytics	227
Die Weiterentwicklung: Lernen Chatbots dazu?	228
Zusätzlicher Gesprächsstrang	230
Weitere Schnittstellen	230

Erweiterung der NLP-Datenbank	231
Weiterentwickeln mit Hilfe von Algorithmen	231
Entwicklung eines Master-Bots	232
8. Kapitel: Beispiel-Usecase	235
Konzeptphase	235
Bedarfsanalyse	235
Usecase-Definition	238
Zieldefinition	241
Zielgruppendefinition	243
Chatbot-Persona und -Persönlichkeit	247
Features	252
Umsetzungs-Methode	255
Testverfahren	257
Launch-Aktivitäten	259
Umsetzungsaktivitäten	262
Die Dialoggestaltung	262
Umsetzung	267
Testing und Veröffentlichung	268
Weitere Anmerkungen	269
9. Kapitel: Datenschutz und Datensicherheit	271
Datensicherheit	271
Datenschutz	272
10. Kapitel: Historische Entwicklung von Chatbots	275
Fragebogen	289
Über die Autorin	291
Stichwortverzeichnis	293