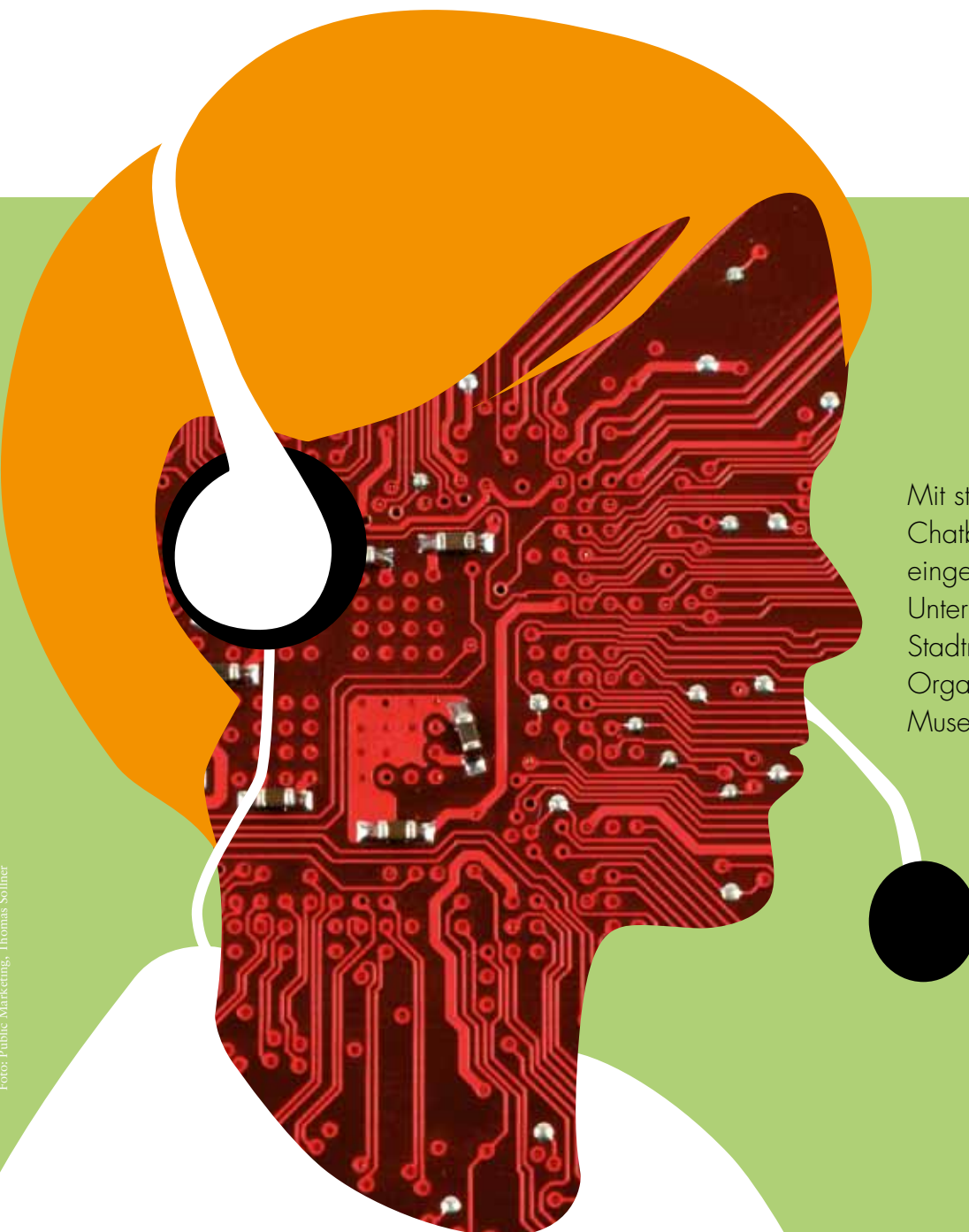


Chatbots stärken die Besucherkommunikation



Mit steigender Zahl werden Chatbots auch in Deutschland eingesetzt – nicht nur von Unternehmen, sondern auch von Stadtmarketing- und Tourismus-Organisationen sowie von Museen.

Chatbots liegen im Trend. Was zunächst für viele eher wie eine zusätzliche digitale Spielerei aussah, hat sich zu einer vielversprechenden Webtechnologie entwickelt – auch fürs Marketing. Unternehmen, aber auch öffentliche Einrichtungen und Organisation erhoffen sich Potenziale für ihre Kunden- bzw. Besucherkommunikation und wagen erste Schritte auf diesem Kommunikationsfeld. Doch was ist eigentlich ein Chatbot? Der Chatbot (eine Zusammensetzung aus den Wörtern Chat und Roboter) ist eine Applikation, die in einen Chat integriert ist und als digitaler Assistent funktioniert. Er ist wie eine Zusatzfunktion, die man im Chat nutzen kann, wenn man möchte. Jeder kann hier selbst bestimmen, wie diese Hilfestellung aussehen soll und wie weit sie gehen soll.

CHATBOT-ARTEN

Allerdings gilt: Chatbot ist nicht gleich Chatbot. Generell unterscheidet man zwischen zwei Arten: Zum einen gibt es regelbasierte Bots, die auf ein bestehendes Paket aus Texten und Antworten zugreifen. Das bedeutet: Der Bot findet keine Antwort, wenn die Fragen der Entwickler keine Inhalte enthalten, die programmiert wurden. Diese Bots sind nicht wirklich intelligent, sondern folgen einem starren Muster. Zum anderen existieren Chatbots, die Machine Learning basieren (Machine Learning, KI). Das Computersystem lernt selbstständig, indem es mit den Nutzern spricht und daraus Erkenntnisse stellt.

AUFKLÄRUNGSARBEIT IST GEFRAGT

Software, die mit Menschen einen Dialog führt – ob textbasiert oder per Spracherkennung, ist spätestens seit Apples Sprachassistentin Siri oder der Einführung von Amazons Alexa ein Thema, das eine breitere Öffentlichkeit anspricht. Eine weitere Entwicklung zielt auf die riesige Gruppe der Senior-Nutzer ab. Hier ist ein neuer Kommunikationskanal zwischen Nutzern und Unternehmen bzw. Einrichtung gefragt. Soziale Netzwerke wie Facebook haben längst registriert, dass immer mehr Nutzer sich für Hilfe interessieren und Eingriffe in den Chatverlauf halb haben sich vorgenommen. (Facebook, YouTube, etc.) können zwei verschiedene geöffnete Chatfenster ermöglichen. Bei

Den gesamten Artikel können Sie in unserer aktuellen Public Marketing-Ausgabe ab Seite 12 lesen.

Wenn Sie unser Heft noch nicht beziehen, abonnieren Sie jetzt hier!