

Whitepaper:

Chatbots für den Kundenservice

Sie haben vermutlich in den letzten Jahren neue Service-Mitarbeiter eingestellt, um die steigende Menge der Anfragen zu bewältigen. Gleichzeitig müssen Sie befürchten, dass Ihre Ressourcen gekürzt werden, weil "Kundenservice kein Geld bringt" und es "nicht so schwer ist, mal eine E-Mail zu beantworten". Vermutlich hören Sie solche Aussagen öfter. Dieses Whitepaper möchte Ihnen einige Inspirationen zur Entlastung und Optimierung im Kunden-Service geben.

Warum Sie dieses Whitepaper lesen sollten

Mit der Lektüre gewinnen Sie einen Überblick über:

- Nutzen und Anwendungsfälle im Kundenservice
- Entscheidungen und Rentabilität Ihres Chatbots
- Planung und Umsetzung eines Chatbot-Projektes.



INHALT

1. Wie entlastet ein Chatbot Ihre Mitarbeiter im Service?	2
2. Wie läuft ein Service-Vorgang im Chatbot ab?	5
3. Rentiert sich ein Chatbot für Ihr Unternehmen?	8
4. Was ist bei der Chatbot Entscheidung zu beachten?	10
5. Wie setzen Sie Ihr Chatbot-Projekt mit Kauz um?	11



1. Wie entlastet ein Chatbot Mitarbeiter im Service?

Erinnern Sie sich noch daran, wie der Kundenservice vor dem Internet funktionierte? Permanent klingelte das Telefon und die meisten Anrufe kamen von wütenden und unzufriedenen Kunden, die jemanden zum Anschreien suchten. Die damals hochgelobten E-Mails sollten dann für Entlastung sorgen, da diese nicht mehr innerhalb von ein paar Sekunden beantwortet werden mussten. Allerdings wurde Ihre Abteilung dadurch nicht entlastet, denn unbeantwortete E-Mails werden täglich immer mehr. Gut, dass diese Zeiten vorbei sind und Ihr Kundenservice jetzt endlich digitalisiert wird!

Wenn für Sie an oberster Priorität die nachhaltige Entlastung Ihrer überarbeiteten Mitarbeiter steht, dann ist es klug, sich mit den Möglichkeiten von Chatbots zu beschäftigen. Es gibt unterschiedliche Chatbots, die die Service-Kommunikation mit Kunden unterstützen. Sie wissen vermutlich schon einiges über Chatbots und brauchen daher keine große Einleitung zu dem Thema. Falls Sie noch mehr Hintergrundwissen möchten, lesen Sie in unserem [Whitepaper Chatbots für Unternehmen](#) mehr über die Chatbots Basics dazu.

Chatbots sind jederzeit und schnell verfügbar

Nun fragen Sie sich sicherlich, wie Ihr Chatbot denn Ihre Mitarbeiter entlasten kann. Sicher machen einige Ihrer Mitarbeiter oft teils unbezahlte Überstunden, weil Kunden außerhalb der normalen Arbeitszeiten anrufen. Das ist kostspielig und führt zu einem hohen Verschleiß Ihrer Mitarbeiter. In Zukunft setzen Sie für die Anfragen außerhalb der Arbeitszeiten einfach Ihren Chatbot von Kauz ein und können Ihre Mitarbeiter pünktlich in den Feierabend schicken. Ihr Chatbot ist immer verfügbar und kann jederzeit auf Anfragen reagieren. Das heißt, dass kein Mitarbeiter noch nach der normalen Arbeitszeit verfügbar sein muss, wenn ein Kunde Abends vom Sofa aus noch Fragen stellen möchte.



Gleichzeitige Abwicklung dank Multimandantenfähigkeit

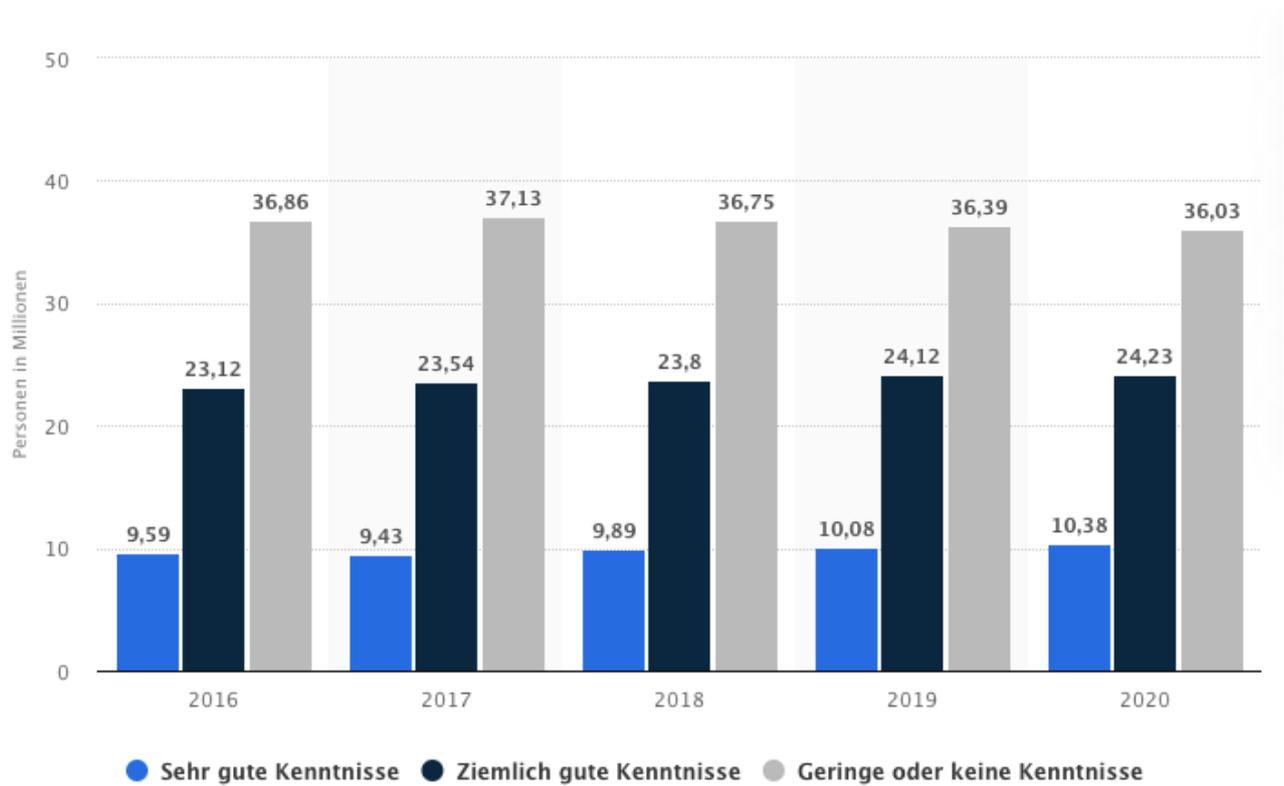
Sie kennen das noch von früher, als ein Anruf beim Kundenservice mit einer langen Warteschleife verbunden war, weil sich alle Mitarbeiter bereits in Gesprächen befanden. Wie viele Ihrer Kunden haben schon einen Anruf abgebrochen, weil die Warteschleife zu lange dauerte? Diese vielen entgangenen Anrufe stressen Ihre Mitarbeiter und Kunden.

Kunden wünschen sich positive Marken-Erlebnisse. Ihr Chatbot ist immer bereit zum Einsatz. Er kann gleichzeitig viele Gespräche führen und sorgt dafür, dass Kunden nicht mehr durch Warteschleifen verärgert sind. Stattdessen steht Ihr Service für eine schnelle und freundliche Abwicklung bereit. Ihre Mitarbeiter haben endlich die Zeit, als Experten aufzutreten, die ein Anliegen zur vollsten Zufriedenheit lösen.

Kompetenter mehrsprachiger Kunden-Service

Durch die Internationalisierung müssen Service-Abteilungen heute mehrsprachig sein. Die Englischkenntnisse der Deutschen steigen zwar auch an, jedoch zeigt diese Statistik, dass immer noch viele Deutsche kein oder nicht so gutes Englisch sprechen (siehe Grafik unten). Ihre wenigen Mitarbeiter mit guten Sprachkenntnissen sind oft überlastet, weil sie als einzige die internationale Kundengruppe bedienen können. Um auch diese Mitarbeiter zu entlasten, sollten Sie darauf achten, dass Ihr Chatbot auch eine Multisprachfähigkeit besitzt.

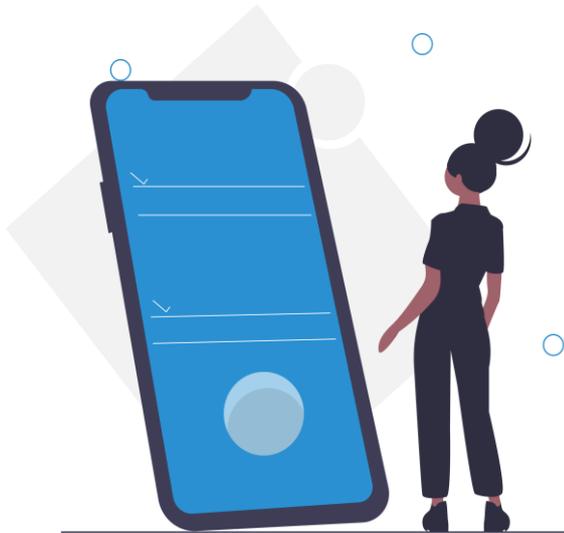
Ihr Chatbot von Kauz kann auch Fragen auf Englisch oder Französisch beantworten und schafft so Kapazitäten, die mehrsprachigen Mitarbeiter stattdessen zur Antwortübersetzung einzusetzen. Dank der automatischen Übersetzung von Kauz ist die Übersetzung leicht gemacht.



[Statista.de](https://www.statista.de): Umfrage in Deutschland zur Einschätzung der Englischkenntnisse bis 2020

Hat Ihr Unternehmen so viele Dokumente, dass Ihre Mitarbeiter lange für eine Antwort brauchen, weil sie einfach nicht das passende Dokument finden? So ein altmodisches Vorgehen mindert die positive Erfahrung, die Ihre Kunden mit Ihrem Kundenservice machen könnten. Setzen Sie auch dafür Ihren Chatbot ein! Dazu geben Ihre Mitarbeiter nur die gewünschten Suchbegriffe ein und der Chatbot von Kauz filtert die Suchergebnisse schneller als eine herkömmliche Suchfunktion. Ihre Mitarbeiter finden dadurch schneller Dokumente, Anleitungen und Informationen, was im Gegenzug die Arbeitsprozesse erleichtert und für einen verbesserten Kundenservice sorgt.

2. Wie läuft ein Service-Vorgang im Chatbot ab?



Vermutlich fragen Sie sich jetzt, wie der Einsatz Ihres Chatbots in der Praxis abläuft. Zudem befürchten Sie, dass Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen überflüssig werden und Sie Ärger mit Ihrem Betriebsrat bekommen? Haben Sie keine Sorge: Ihr Chatbot kann zwar vieles, aber er funktioniert nur in Zusammenarbeit mit Ihrer Abteilung.

Ihr Chatbot wird allerdings Veränderungen mit sich bringen. Hauptsächlich nutzen Sie Ihren Chatbot wie einen Sekretär, der die Kundenfragen vorfiltert. Bei zukünftigen Anfragen versucht zuerst Ihr Chatbot, eine zufriedenstellende Antwort bereitzustellen. Der Vorgang kann dabei so ablaufen:

Ihr Chatbot liefert Auskunft über Produkte und Lösungen

Die Kommunikation wird entweder durch Ihren Chatbot initiiert oder wird durch den Kunden durch die Eingabe auf Ihrer Webseite oder über den Facebook Messenger gestartet. Sobald Ihr Chatbot die Frage oder Aussage erhält, läuft der Vorgang des Verstehens und Einordnens an, um anschließend das Ergebnis in der angeschlossenen Datenbank zu suchen. Die Antwort ist entweder eine Aussage oder eine Auswahlmöglichkeit, je nach vorhergehender Eingabe. Manchmal muss Ihr Chatbot natürlich auch einmal genauer nachfragen, falls es eine Anfrage mit vielen verschiedenen Interpretationen war.

In einigen Fällen kommt es vor, dass Ihrem Chatbot zu dem spezifischen Thema noch keine Informationen vorliegen und er verweist an den Livechat. Außerhalb der Geschäftszeiten stellt er stattdessen das E-Mail-Formular bereit. Da ca. 80 % der Kundenanfragen repetitiv sind und die Antwort bereits vorliegt, erhalten Ihre Mitarbeiter viel weniger Anfragen und können sich voll und ganz darauf konzentrieren. Natürlich benötigen Ihre Mitarbeiter dadurch weniger Zeit

für den aktiven Kundenservice, aber diese Zeit können sie investieren, um die noch unbeantworteten Fragen zu analysieren.

Bot-Kundenberatung zur Produkt-Details über Service bis zum Abschluss

Ihr Chatbot ist nicht nur für einfache Fragen zuständig! Für Ihre verschiedenen Produkte bietet er auch eine individuelle Produktberatung an. Es ist technologisch unerheblich, um welches Produkt es sich handelt, da der Chatbot individuell auf Ihre Bedürfnisse eingestellt wird und die Produktberatung mit Hilfe Ihrer Informationen durchführt.

Dabei macht es allerdings einen großen Unterschied, welche Qualität Ihr Chatbot hat. Ein Chatbot mit Machine-Learning wird in der Regel nur die Fragen beantworten können, die ihm vorher aufwendig antrainiert wurden. Bei Aussagen wie "Ich fahre in den Urlaub" ist allerdings die Kontexterkennung wichtig. Ein Versicherungs-Chatbot, der auf Natural Language Understanding (NLU) basiert, erkennt in dem Falle, dass der Kunde vermutlich Informationen über eine Reiseversicherung erhalten möchte und kann die Beratung beginnen.

Nun reagiert Ihr Chatbot ähnlich einem menschlichen Berater, vergleicht Produkte und Leistungen und bietet nach einer ausführlichen Produktberatung den Vertragsabschluss an, der direkt im Chatfenster abgeschlossen werden kann. Nach einer Antwort des Bots ist der Nutzer wieder am Zug und kann so lange Fragen stellen, wie er möchte. Ihr Chatbot hat keine Eile und kann gleichzeitig auf mehrere Anfragen reagieren. Das Gespräch endet in der Regel, wenn der Kunde zufrieden ist und keine weitere Eingabe machen möchte.

Chatbot Terminvereinbarung für die persönliche Beratung

In einigen Fällen ist nach der Beratung durch Ihren Chatbot immer noch eine persönliche Beratung gewünscht, da Ihr Chatbot Ihren Kunden hilft, einen menschlichen Berater aber nicht ersetzt. Gerade Themen oder Fragestellungen, die nicht oft nachgefragt werden, sind (noch) nicht in Ihren Chatbot eingebunden und können daher nicht beantwortet werden. Ihr Chatbot hilft dann, Ihrem Kunden bei der Terminvereinbarung mit einem Berater.

Praktischerweise fügt er die Informationen der Unterhaltung direkt an die Termineinladung an, so dass der menschliche Berater direkt alle bereits besprochenen Informationen vorliegen hat und kompetent mit Ihrem Kunden kommunizieren kann. Dadurch entsteht eine Win-Win-Situation, da Ihr Kunde bereits schnell erste Informationen erhalten hat und Ihr Berater durch die Vorberatung des Chatbots viel Zeit einspart, die nun für hochwertigere Beratungen genutzt werden kann.

Manchmal tritt eine Anfrage zu einem bestimmten Thema häufiger auf, kann aber noch nicht vom Bot beantwortet werden. Dies wird dann im Chatbot-Editor analysiert und eine passende Antwort kann unkompliziert eingepflegt werden. Dadurch kann Ihr Chatbot die Information in Zukunft schneller und präziser bereitstellen. Als Folge nimmt die Qualität Ihres Kundenservices also stetig zu, während die persönlichen Anfragen Ihrer Mitarbeiter abnehmen und Ihr Team mehr Zeit für besondere Fragen und andere Aufgaben hat.

Chatbots von Kauz haben sogar eine Voice-Integration für Alexa Skills

Da bei Ihrem Kundenservice sicherlich noch immer viele Anrufe eingehen, brauchen Sie auch dort eine nützliche Möglichkeit zur Entlastung Ihrer Mitarbeiter. Diese Möglichkeit wird Ihnen durch einen hochwertigen Chatbot geboten. Binden Sie Ihren Chatbot von Kauz ganz einfach in Ihre Telefonsoftware ein und er nimmt automatisch die Anrufe an. Diese Voice-Integration basiert auf der gleichen Programmierung wie Ihr schriftbasierter Chatbot. Die mündliche eingegebene Sprache wird erkannt und mit der Datenbank abgeglichen. Die Antwort erfolgt ebenfalls über eine Sprachausgabe und funktioniert so zuverlässig wie Ihr schriftbasierter Chatbot. Auch hierbei ist es möglich, an einen menschlichen Mitarbeiter weiterzuleiten, falls die Frage des Kunden noch nicht in die Datenbank eingegeben ist. Durch die Integration in Ihr Telefon-Callcenter sparen Sie viel Zeit und Ressourcen Ihrer Mitarbeiter und begrüßen Ihre Kunden immer mit einer gut gelaunte Stimme.

3. Rentiert sich ein Chatbot für Ihr Unternehmen?

Sicherlich fragen Sie sich, wann sich die Anschaffung eines Chatbots amortisiert. Vergleichen Sie die Kosten für Ihren Chatbot mit den laufenden und permanent ansteigenden Kosten für neue Mitarbeiter, stellen Sie sehr schnell die Vorteile des Chatbots fest.



Ein Chatbot kostet im laufenden Betrieb monatlich in etwa so viel wie ein menschlicher Mitarbeiter. Sie können Ihren Chatbot also als einen neuen Mitarbeiter betrachten. Allerdings arbeitet der Chatbot wesentlich länger für Ihre Abteilung, da er nicht krank wird und auch nicht kündigt. Den üblichen Arbeitsausfall eines menschlichen Mitarbeiters sparen Sie sich also. Laut der Statistikdatenbank [Statista.de](https://www.statista.de) fehlte der durchschnittliche Deutsche im Jahr 2019 krankheitsbedingt 11 Tage. Rechnet man dazu die durchschnittlichen 26 Urlaubstage von Callcenter-Mitarbeitern ([Studie Unternehmer.de](https://www.studie-unternehmer.de)) und ca. 10 Feiertage, kommt man auf durchschnittliche 47 freie Tage pro Mitarbeiter.

Dazu kommen Wochenenden, die mit dem Sonntag entweder einen zusätzlichen Arbeitsausfall darstellen, oder mit dem Zuschlag mehr Geld kosten. Bei einer Fünftage-Woche arbeitet ein Arbeitnehmer im Schnitt also nur etwas mehr als die Hälfte der 365 Tage eines Jahres. Dagegen fällt ein Chatbot nur aus, wenn alle Server ausfallen und das höchstens für eine kurze Zeit. Wenn ein Sturm die Stromleitungen verwüstet, können übrigens auch nicht alle Ihre Mitarbeiter zur Arbeit kommen. Alleine durch die ständige Erreichbarkeit erhöht Ihr Chatbot also die Qualität Ihres Kundenservice immens und reduziert das Anfragevolumen für Ihre restlichen Mitarbeiter.

Hat Ihr Unternehmen mehrere Filialen mit unterschiedlichen Angeboten? Gerade dann rentiert sich ein Chatbot! Sofern Ihr Chatbot eine Multimandantenfähigkeit hat, können Sie Ihren ersten Bot als Basis für ein Template nehmen und bedienen so direkt mehrere Filialen. Der Chatbot benötigt lediglich die Informationen über die Unterschiede, um universell eingesetzt zu werden.

So spart Ihr Unternehmen direkt in mehreren Supportabteilungen das Einstellen und Einarbeiten neuer Mitarbeiter. Die Anschaffungskosten amortisieren sich innerhalb kürzester Zeit, wenn Sie diese verteilt auf mehrere Filialen rechnen und damit all diesen Filialen einen verbesserten Service bieten.

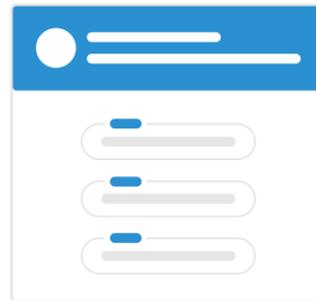
Senken Sie Ihre Kundenservice-Kosten nachhaltig: Mit Chatbots von Kauz sichern Sie sich folgende Vorteile für Ihr Unternehmen:

- Mehr Zeit durch Automatisierung häufig gestellter Anfragen rund um die Uhr
- Zufriedenere Kunden durch schnelle Antwortlösungen im Chat
- Beste Ergebnisse durch unseren Full-Service Bot
- Gewinnen Sie interessante Einblicke durch eine [Demo!](#)

4. Was ist bei der Chatbot Entscheidung zu beachten?

Sie sind noch unsicher, wie Sie das Projekt in Ihrem Unternehmen einführen? Für Ihr Chatbot-Projekt müssen Sie einige wichtige Punkte beachten und das Projekt genau planen. Dabei helfen wir Ihnen selbstverständlich.

Chatbots haben unterschiedliche Qualitäten. Wünschen Sie einen Chatbot, der wenig kostet, dann kann es sein, dass Sie hohe Ressourcen in die Entwicklung investieren, was dann doch teuer wird. Wünschen Sie einen hochwertigen Chatbot, der Ihren Kundenservice effizient entlastet und schnell einsatzbereit ist, können Sie auch hier zwischen verschiedenen Chatbot Typen wählen.



Stark verbreitet ist der Klickbot, der allerdings die Interaktionen Ihres Kunden stark einschränkt und so Ihren Kundenservice nur wenig entlastet. Vermutlich möchten Sie einen Chatbot, der auch den Gesprächskontext versteht und nicht nur mit vorgegebenen Fragen arbeitet. Sie sollten wissen, dass es dabei einen großen Unterschied macht, ob Ihr Chatbot auf Machine-Learning (ML) basiert und eine richtige Antwortrate von durchschnittlich ca. 40 - 50 % erreicht, oder ob Sie auf Natural Language Understanding (NLU) setzen und damit die korrekte Antwortquote auf ca. 70 - 90 % erhöhen. Durch die linguistische Programmierung ist das Verständnis des Chatbots flexibler und er kann auch komplexere Zusammenhänge verstehen.

Ein Chatbot wird speziell für Ihr Unternehmen aufgesetzt und gleicht daher nur bis zu einem bestimmten Punkt anderen Chatbots. Die Themen und Antworten, die Ihrem Unternehmen wichtig sind, werden individuell festgelegt und sorgen so dafür, dass Ihr Chatbot einzigartig ist. Falls gewünscht, wird Ihr Chatbot an das Intranet angeschlossen und kann auch spezifische Kundenfragen zu Kontoinformationen beantworten.

5. Wie setzen Sie Ihr Chatbot-Projekt mit Kauz um?

Die Implementierung eines Chatbots folgt einem Projektplan. Zunächst geht es um den Projektfokus. Was sind die Ziele, Erwartungen und Einsatzbereiche zum Chatbot-Projekt? Dann folgt die Frage: Welche Chatbot-Art ist am besten geeignet? Es gibt Chatbots, die nur bestimmte Fragen beantworten können und durch die Unterhaltung anhand von verschiedenen Auswahloptionen führen. Hochwertiger wird es, wenn man einen Chatbot mit freier Texteingabe verwendet, da diese aufwendiger zu programmieren und dementsprechend nicht so häufig am Markt vertreten sind.

Chatbots nutzen verschiedene Arten, wie sie neue Informationen lernen. Am Bekanntesten ist sicherlich Machine-Learning, eine Form von künstlicher Intelligenz, die allerdings oftmals nur eine Antwortquote von 40-50% besitzt. Im Vergleich zur linguistischen Programmierung schneidet das Machine-Learning schlecht ab. Deshalb setzt Kauz auf eine eigens konzipierte linguistische Programmierung NLU ([Natural-language understanding](#)) mit einer Erfolgsrate von etwa 70-90% richtiger Antworten. Da eine hohe richtige Chatbot Antwortrate maßgeblich für positive Kundenerlebnisse ist, empfehlen wir bei Kauz hochwertige Chatbots mit NLU Programmierung.

Gemeinsamer Strategie-Workshop zur Konzeption Ihres Chatbots

Kauz erarbeitet mit neuen Kunden im Workshop gemeinsam eine individuelle Strategie passend für individuelle Unternehmensziele. Dabei wird der Funktionsumfang festgelegt. Viele Unternehmen nutzen einen Chatbot nur für ausgewählte Bereiche. Ein Thema im Workshop ist zudem der Kommunikationsstil. Der Tonfall vom Chatbot wird an die Branche angepasst und reicht von seriöser Sprache über Fachsprache bis zum humorvollen Stil. Verschiedene Themen erfordern manchmal auch unterschiedliche Antwortstrategien, die ebenfalls am runden Tisch besprochen werden.

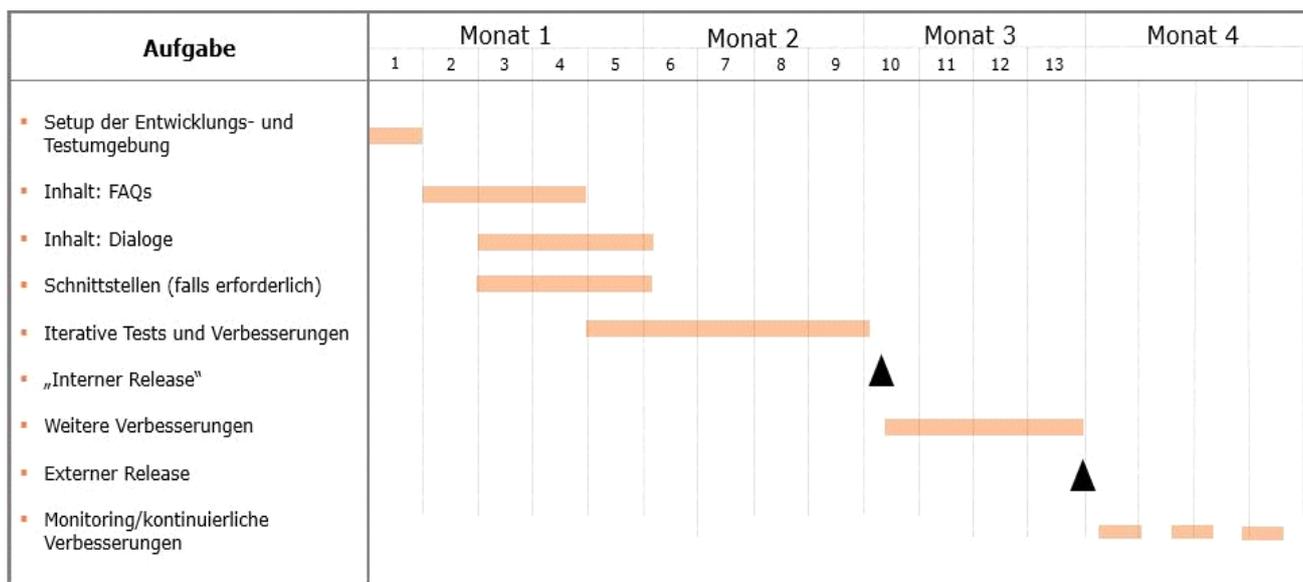
Proof-of-Concept folgt nach einer Woche

Innerhalb von einer Woche wird dann Ihr Proof-of-Concept erstellt. Das ist schon ein funktionsfähiger Chatbot in einer Demo-Umgebung zu Testzwecken. Als Basis für Ihren Chatbot wird dieser funktionsfähige Chatbot bei der

Implementierung weiterentwickelt. Dafür benötigt Kauz lediglich Informationen für den gewünschten Themenbereich. Die Programmierung wird von Kauz übernommen. Das Proof-of-Concept kann frei getestet werden. Es ist auf einen definierten Bereich abgestimmt und kann die Fragen dazu beantworten.

Kauz Chatbot Implementierung dauert 2-3 Monate

Wenn das Ergebnis gut ist, geht es in die Entwicklungsphase. Kauz wird nun innerhalb von 2-3 Monaten eine vollständige Implementierung durchführen. Dafür stellt das Kunden-Unternehmen die bereits vorhandene Datenbank bereit. Damit alles zur vollsten Zufriedenheit läuft, ist Kauz in ständigem Austausch mit Ihnen. Ein Training von Unternehmensseite, wie bei einigen Chatbots notwendig, entfällt übrigens bei Kauz. Unser Ziel ist es, den Aufwand für Sie minimal zu halten. Ein hochwertiger Chatbot von Kauz kann in 2-3 Monaten erstellt werden, siehe folgende Abbildung.



Während der Entwicklung wird Ihr Chatbot um neue Themen und Funktionen erweitert, durchläuft mehrere Testphasen und stetig verbessert. Wenn Sie wollen, kann er an bestehende Systeme Ihres Unternehmens (z.B. Berater-Chat, Service Datenbanken) angeschlossen werden oder unabhängig laufen.

In drei Monaten haben Sie einen voll funktionsfähigen Chatbot, der selbstverständlich in Zukunft weiterhin optimiert wird. Das Ergebnis kann sich sehen lassen und ermöglicht den Übergang in den Kundenservice 4.0, der frei

von Arbeitszeiten permanent verfügbar ist und eine deutliche Entlastung für Ihren bestehenden Kundenservice bietet und Ihren Kunden positive Markenerlebnisse liefert.

Fünf Tipps für Ihr erfolgreiches Chatbot Projekt

1 Use Case: Stellen Sie den Nutzer in den Projekt-Fokus, das ist essentiell beim Entwickeln einer Chatbot-Lösung.

2 Fachabteilungen integrieren: Wenn es um Customer Service Bots geht, muss jemand vom Customer Service im Projektteam sein.

3 Konzipieren Sie Ihren Chatbot fokussiert mit tiefem Know-how zum Use Case. Verwenden Sie definierte Anwendungsfälle und gehen Sie in die Tiefe.

4 Klar und offen kommunizieren: Der User muss wissen, dass er mit einem Bot kommuniziert, bzw. wenn sich ein Mitarbeiter in den Dialog einschaltet (Human-Switch) muss auch das kommuniziert werden.

5 Ressourcen für die Zeit nach dem *Going Live*: Jetzt beginnt für uns und unsere Kunden das wirkliche Optimieren. Wir sind darauf vorbereitet, aber auch auf Kundenseite sollten Ressourcen bereitgestellt werden um in die ersten 4-6 Wochen nach Launch zeitnah zu reagieren und den Bot beständig zu optimieren.



Die Mission von Kauz ist, den Einsatz qualitativ hochwertiger Chatbots einfach zu gestalten für die Online Kommunikation. Die Chatbots kommen im Kundenservice, im Verkauf und in der Beratung zum Einsatz. Sie ermöglichen kostengünstigen, hochqualitativen Service rund um die Uhr. Chatbots von Kauz erleichtern Mitarbeitern die Arbeit und erhöhen die Kundenzufriedenheit.

Alleinstellungsmerkmale der Chatbots von Kauz (USP)

1 Eingebautes Sprachverständnis: („die beste NLU“): Chatbots von Kauz liefern bis zu 70 bis 90 % korrekte Antworten durch *linguistische Programmierung*. Chatbots mit *Machine-Learning* liefern nur bis zu 40-50 % korrekte Antworten.

2 Echte Multi-Channel- und Multi-Mandantenfähigkeit: Entwicklung und Pflege von Chatbots für viele Mandanten, Kanäle und Sprachen in einem Chatbot-Editor

3 Einfache Implementierung: Chatbots von Kauz funktionieren ohne Training durch Kunden. Das spart viel Zeit und Ressourcen

Wir freuen uns über Ihre Anfrage!

Kauz GmbH

Erasmusstraße 15

40223 Düsseldorf

www.kauz.net

T +49 (0) 211 3004 9622

M +49 (0) 151 1200 3549



Dr. Thomas Rüdell, Kauz Gründer und CEO