

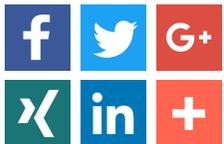
Marketing

Gastbeitrag von Sabine Hoffmann, ambuzzador: „Chatbots sind in aller Munde! Warum eigentlich?“

Sabine Hoffmann, Gründerin und Geschäftsführerin der Agentur ambuzzador, und ihr Team gehen in ihrem Gastbeitrag auf fünf Punkte, die einen Chatbot ausmachen, ein

18.11.2016

Sabine Hoffmann





Sabine Hoffmann, Gründerin und Geschäftsführerin der Agentur ambuzzador: "Die im Rahmen von Chats gewonnenen Daten sollten in jedem Fall aus Kundenperspektive eingesetzt werden, um kontextbasiert zu kommunizieren und ja, auch zu verkaufen." © ambuzzador

Chatbots sind die Revolution des Jahres 2016 und werden als die Ablöser von Applikationen gehandelt – zumindest im Silicon Valley. Auch in Europa gibt es schon viele Projekte und Wien versucht sich, als [Bot Spot](#) zu platzieren. So hat etwa Austrian Airlines gemeinsam mit ambuzzador und The Ventury als erste Major Brand Europas am 14. Oktober einen ChatBot gelauncht,

Was zeichnet also einen Chatbot im Vergleich zu bereits etablierten Kommunikationskanälen (auch Apps) aus:

1. Finden statt Suche

Einen enormen Vorteil bietet die Möglichkeit, durch den Einsatz von Machine Learning eine signifikante Komplexitätsreduktion in der Suche nach Information anzubieten, die dem User bislang unter Umständen viel Zeit abverlangte (um sich in die Logik von Websites einzufinden) und mit einem Bot dank kontextbasierter Schlüsselwörterkennung eine neue Dimension an Komfort und Geschwindigkeit bietet.

2. Customer Journey im Mittelpunkt

Das „Erlebnis Conversational Interface“ löst vor allem dann einen WOW-Effekt aus, wenn User Informationen geliefert bekommen, die im Kontext wichtig und wertvoll sind, so jedoch nicht vom Ansprechpartner erwartet werden. Oft sind das Drittdaten, die die weitere Customer Journey begleiten. Beispiel: Ein User hat bei Ankunft am Flughafen Wien die Möglichkeit über einen Chatdialog mit der Airline, sein Taxi nach Hause zu buchen.

3. Marken werden menschlich

Erstmals treten Marken über Conversational Interfaces in unmittelbaren Kontakt mit ihren Kunden – ein Bot spricht somit täglich (in Echtzeit) als die Marke selbst mit unzähligen Kunden. Die hohe Kunst: Den Nutzer die Werte der Marke im

direkten Dialog erlebbar zu machen und Nutzer damit in den Genuss eines persönlichen und individuellen Markenerlebnisses zu kommen.

4. Marken werden zu Freunden

Messenger Applikationen sind im Alltag von Konsumenten angekommen, im Kontakt mit Familie, Freunden und vertrauten Business Partnern. In diesem vertraulichen Context erreichen Marken mit einem ChatBot ihre Community. Konsumenten werden nicht länger in die Kommunikationslogik von Unternehmen gezwungen!

5. Der relevante Draht zu meinen Kunden

Nicht noch ein Newsletter! Konsumenten geben an, dass Werbung, die aus dem Kontext gerissen und nicht personalisiert ist, als störend empfunden wird. Genau deswegen werden Newsletter immer unbeliebter, Ad-Block Applikation populärer, Print-Werbeanzeigen überblättert und in Werbepausen im TV umgeschaltet. Die im Rahmen von Chats gewonnen Daten sollten in jedem Fall aus Kundenperspektive eingesetzt werden, um kontextbasiert zu kommunizieren und ja, auch zu verkaufen.

Sabine Hoffmann ist Gründerin und Geschäftsführerin der Agentur [ambuzzador](#).

 Sabine Hoffmann

 ambuzzador

Das könnte Sie auch interessieren



Marketing

YOC setzte für BMW mit Shazam erste Visual Recognition-Kampagne in Österreich um



Marketing

Friedacon: Communication Cockpit soll Strategieentwicklung in Social Media vereinfachen



Healthgrades - Gesponsert

Psoriatic arthritis treatment advances



True Activist - Gesponsert

Rare Iconic Clinton Photos



ikp kom.update: Mirko Lange erklärte strategisches Content Marketing

Wie Content zum King wird, erläuterte der Content Marketing Strategie in Wien und Salzburg

Marketing

21. November 2016



METRO Cash & Carry Österreich setzt auf Programmatic und vertraut adserver

Beim Programmatic Life Cycle von adserver spielt die Segmentierung der Userdaten in Echtzeit eine zentrale Rolle

Marketing

21. November 2016

Events



Week

Webinar-Plattform (Speed) von SM:ILe Communication 22.11.2016 - 24.11.2016

IAB Austria Basislehrgang Digital Marketing - 1. Durchgang

13.01.2017 - 31.03.2017



BIG DATA Marketing Day - Power-Konferenz für datengetriebenes Marketing

Novotel München CITY 16.02.2017 - 16.02.2017

[Alle Events anzeigen »](#)



Buzzvalue-Analyse: Van der Bellen mobilisiert besser im Social Web

Alexander Van der Bellen und Norbert Hofer zeigen auf



YOC setzte für BMW mit Shazam erste Visual Recognition-Kampagne in Österreich um

Mit visueller Erkennungstechnologie konnten Plakate durch die App Shazam eingescannt werden

Marketing

17. November 2016



Mobile Marketing: Die Funktion bestimmt die Form

Welche mobilen Werbeformen für welche Kommunikationsaufgaben wirken und ob selbst als störend empfundene mobile Werbeformen ihre ...

Marketing

17. November 2016



Alexander Beck, traffic3: „Sechs Schritte zur erfolgreichen Google-Shopping-Kampagne“

Alexander Beck, Geschäftsführer von traffic3, gibt in seinem Gastkommentar einen Überblick über die wichtigsten Optimierungsmaßnahmen für ...

Marketing

15. November 2016

Newsletter

Anmelden

An advertisement for the 'Native Coupling' app. It features a smartphone displaying the app interface. Text includes 'WILLHABEN.AT', 'IHRE GUTSCHEINE & AKTIONEN IN DER GRÖSSTEN MARKTPLATZ-APP ÖSTERREICHS', and 'NATIVE COUPONING'. A blue button at the bottom says 'JETZT INFORMIEREN'.

Meist gelesen



McDonald's Österreich startet einen Bonusclub mit App



METRO Cash & Carry Österreich setzt auf Programmatic und vertraut adserver

Gastbeitrag von Sabine Hoffmann,



Milka launcht europaweite Weihnachtszauber-Kampagne

Mit dem Motto „Gib jedem Tag ein bisschen Weihnachtszauber“ ruft Milka auf, jeden Tag besonders werden zu lassen

Marketing

14. November 2016



Google Shopping: Der beste Weg ins digitale Schaufenster

Wie viel bringt Google Shopping und worauf sollte man als werbetreibendes Unternehmen achten? Heimische SEA-Experten verraten Tipps und ...

Marketing

14. November 2016



McDonald's Österreich startet einen Bonusclub mit App

Gratis-Prämien und personalisierte Gutscheine verspricht der myMcDonald's Bonusclub

Marketing

14. November 2016

[Ältere Beiträge >](#)



ambuzzador: „Chatbots sind in aller Munde! Warum eigentlich?“



ikp kom.update: Mirko Lange erklärte strategisches Content Marketing



Mobile Marketing: Die Funktion bestimmt die Form



Google Shopping: Der beste Weg ins digitale Schaufenster

Werbeplanung
Jobsuche



Was?

Wo?

JOB FINDEN



Mediadaten

AGB

News

Über uns & Kontakt

Impressum

Guide

Team und Kontakt

Jobs

Datenschutz

Events

© Copyright 2016 werbeplanung.at

In Kooperation mit [strg.at](#)