USU

White Paper

Chatbot meets ChatGPT

Wie eine intelligente Kombination den Kundenservice verbessern kann

Inhalt

Einleitung 3

Der Hype um ChatGPT 4

Faszinierende Dialoge: Welche Technik steckt hinter ChatGPT? 5

Worin besteht der Unterschied zu bisherigen Chatbots? 5

ChatGPT im Kundenservice – Funktioniert das? 6

Worin liegen die Stärken? 6

Worin liegen die Schwächen? 7

Die ideale Lösung für den Kundenservice 8

Wie funktioniert die Integration? 10

Welche Einsatzmöglichkeiten der Kombi-Lösung gibt es bereits? 11

Fazit 12

Einleitung

„ChatGPT wird die Welt verändern“, „ChatGPT treibt KI-Revolution an“ – das sind nur zwei von vielen Aussagen, auf die man aktuell in Bezug auf ChatGPT stößt.

Noch vor einem halben Jahr war das KI-basierte Sprachmodell nur Fachleuten bekannt. Seit einigen Wochen macht der vermeintlich intelligente Textgenerator Furore und beschäftigt eine breite und oft begeisterte Öffentlichkeit – von Analysten über Universitäten, Journalisten, Marketiers bis hin zu Schülern, die sich Aufsätze oder Hausarbeiten erstellen lassen. Die Ergebnisse werden häufig als erstaunlich hochwertig betrachtet – auf den ersten Blick. Schaut man dann allerdings etwas genauer hin, wird deutlich an welchen Stellen ChatGPT speziell im Bereich Kundenservice noch Defizite hat.

Hier setzt die USU mit dem Chatbot Universe an. Es kombiniert beliebig viele spezialisierte Chatbots mit ChatGPT. Damit hat die USU aus Analystensicht einen einmaligen Vorsprung gegenüber dem Wettbewerb erzielt und als erstes Unternehmen eine ChatGPT Anwendung geschaffen, die den Service sinnvoll unterstützt und sich ohne Aufwand in bestehende Systeme integrieren lässt.

Aber wie kann die USU Lösung den Kundenservice verbessern? Welche Auswirkungen hat sie und kann diese Revolution Kundenservice-Mitarbeiter entlasten oder gar ersetzen? Oder ist es vielleicht sinnvoll weiterhin ein Zusammenspiel von Mensch – Maschine zu fördern?

Mit genau diesen Themen, wollen wir uns im Folgenden genauer auseinandersetzen.

Der Hype um ChatGPT

Seit Ende des vergangenen Jahres ist der Hype um Künstliche Intelligenz überall entflammt. Denn im November 2022 stellte das KI-Startup OpenAI den legendären Chatbot ChatGPT vor. Seitdem ist ChatGPT in aller Munde - und das aus gutem Grund: Das neue Chatbot-Modell ist besonders gut darin, sich mit Menschen zu unterhalten. Der große Sprung zu früheren Chatbots ist dabei, dass man eine normale und „reale“ Unterhaltung führen kann, wobei ChatGPT in Sekundenschnelle passende Antworten ausgibt. Im März 2023 stellte OpenAI dann ein Update vor: GPT-4. Dieses Sprachverarbeitungsmodell ist noch weit fortschrittlicher als die Vorgängerversion GPT-3. GPT-4 ist multimodal und kann sogar Bilder verarbeiten. Mit Hilfe eines Bildes aus dem Inneren eines Kühlschranks erkennt die KI nicht nur die Inhalte, sondern gibt auch Vorschläge, was damit gekocht werden kann. Das Modell ist zuverlässiger und kreativer als sein Vorgänger, aber immer noch anfällig für falsche Antworten, da es auf Daten aus dem Jahr 2021 basiert. Nichtsdestotrotz, zeigt GPT-4 die enormen Fortschritte im Bereich der generativen KI in den letzten Jahren auf.

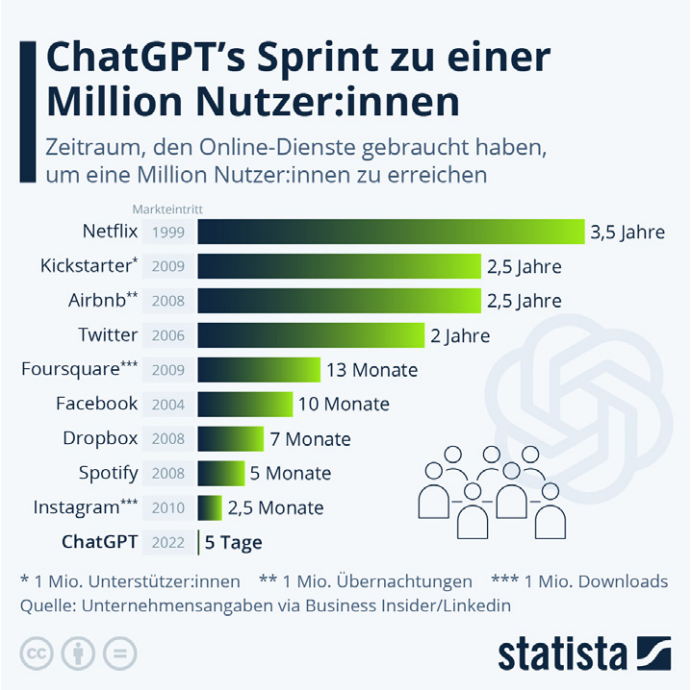
Das Konzept und die grundsätzliche Technologie dahinter sind zwar seit Jahren bekannt, jedoch liefern erst moderne Cloud Computing Lösungen die benötigte Rechenpower für solch umfangreiche und komplexe Sprachmodelle, wie dem hinter ChatGPT.

Die Fähigkeiten von ChatGPT sind mehr als beeindruckend und dementsprechend stark war auch zur Veröffentlichung im November 2022 die Resonanz im Internet. Laut einer Statista-Umfrage, haben sich binnen 5 Tagen mehr als 1 Million Nutzer:innen registriert um das Programm zu testen – zum Vergleich Instagram brauchte dafür 2,5 Monate, Facebook 10 Monate oder Netflix 3,5 Jahre.

Im Januar 2023, über 3 Monate nach der Veröffentlichung von ChatGPT – sind Euphorie und Neugierde weiterhin ungebrochen. Bis zu diesem Zeitpunkt, zählte das Programm mehr als 100 Mio. aktive Nutzer:innen, welche täglich rund 10 Millionen Suchanfragen schicken – ein Wert den selbst die Google-Suche erst nach rund 2,5 Jahren erreichte.

Im Februar 2023 äußerte sich Bill Gates, in einem Gespräch mit dem Tagesspiegel zum Thema der neuen KI-Software und deren Fehleranfälligkeit im Alltag. Gates gab zu verstehen, dass es noch einige Jahre dauern werde, bis das aktuelle Fehlerproblem gelöst sei, obwohl es keinen Weg zurück gebe. Er betonte jedoch, dass die Milliarden, die in die Entwicklung von Software- und Digitalunternehmen fließen, größer seien als die Forschungsetats von Regierungen.

Es bleibt spannend, welche Entwicklungen ChatGPT uns in Zukunft noch bringt. Durch die Ankündigung von Microsoft in den kommenden Jahren rund 10 Milliarden US-Dollar in OpenAI zu investieren, um die Entwicklung von leistungsstarken KI-Technologien zu fördern, ist jedoch klar, dass der Hype um ChatGPT noch lange nicht am Ende sein dürfte.

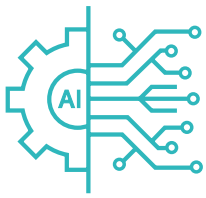


Quelle: Infografik „ChatGPT's Sprint zu einer Million Nutzer:innen“ | Statista

Faszinierende Dialoge: Welche Technik steckt hinter ChatGPT?

Der Chatbot basiert auf Grundlagen des maschinellen Lernens und neuronaler Netze. Dies bedeutet, dass es aufgrund seiner umfangreichen Trainingsdaten in der Lage ist, auf Fragen zu antworten und menschenähnlich zu kommunizieren. Die künstliche Intelligenz kann Gedichte schreiben, Texte zusammenfassen oder sogar programmieren. Im Detail läuft die Funktionsweise von ChatGPT wie folgt ab: Zunächst werden dem Modell Fragen oder Anweisungen übermittelt, die es verarbeitet und analysiert. Dabei nutzt es seine Trainingsdaten und seine neuronale Netzwerk-Architektur, um die relevanten Informationen zu extrahieren und eine Antwort zu generieren. Die Antwort wird dann an den Nutzer zurückgesendet, sodass ein Dialog entsteht, der teilweise von dem eines echten Menschen nicht zu unterscheiden ist.

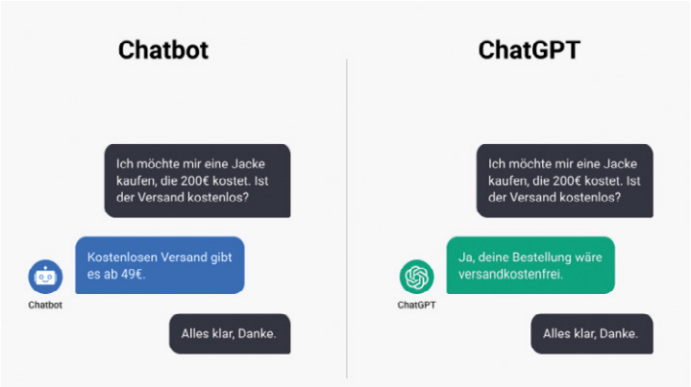
Zugrunde liegt ChatGPT das Sprachmodell GPT, das mit riesigen Mengen von Daten trainiert wurde. In der Version GPT 3.5 verfügt das Modell über 175 Milliarden Parameter und 800 Gigabyte an Speicherkapazität. Mit der neusten Version ChatGPT-4 hat sich das Modell zu einem „Multimodal Large Language Model“ (MLLM) weiterentwickelt, welchem bereits 100 Billionen Parameter zur Verfügung stehen und das sowohl Text, Bild oder Audio als Inputquelle nutzen kann.



Worin besteht der Unterschied zu bisherigen Chatbots?

Aktuelle Chatbots wissen, wie sie einige Fragen beantworten, können allerdings nicht spezifisch antworten. In einer normalen Chatbot-Kommunikation kommt es dadurch zu Situationen, in denen der Bot fragt: „Was meinst du damit?“ oder in denen er verschiedene Antwortmöglichkeiten vorschlägt, aus welchen die Kund:innen die Richtige auswählen müssen. Das ChatGPT Modell hingegen versteht und verarbeitet die Nachrichten sofort. Wenn ein:e Kund:in nun fragt: „Ich möchte mir eine Jacke kaufen, die 200€ kostet. Ist der Versand kostenlos?“ liest ChatGPT intern die Einträge in der Datenbank, weiß dadurch, dass das Unternehmen kostenlosen Versand ab 49€ anbietet und weiß außerdem, dass 200€ mehr sind als 49€. Diese beiden Informationen werden verknüpft und direkt als Antwort ausgegeben. Diese könnte dann zum Beispiel so aussehen: „Ja, deine Bestellung wäre versandkostenfrei.“.

Ein aktueller Chatbot würde hingegen lediglich eine Standardantwort aus der Datenbank ausgeben: „Kostenlosen Versand gibt es ab 49€.“



Quelle: ChatGPT_Chatbot_inside_04_de_neu.png (1840×1280) (omq.ai)

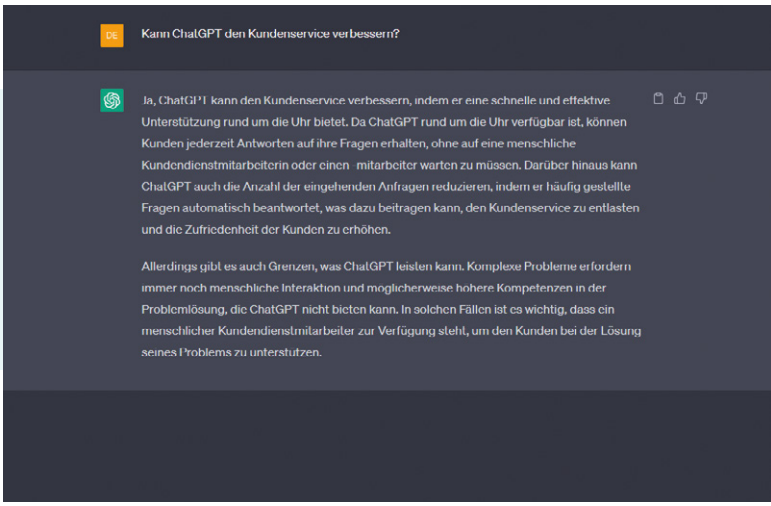
ChatGPT im Kundenservice – Funktioniert das?

Auch im Kundenservice stellt diese neue Technologie eine enorme Veränderung dar. Mit ChatGPT können Unternehmen automatisierte Antworten auf eine Vielzahl von Kundenanfragen generieren, gleichzeitig die Antwortzeit reduzieren und die Personalkosten senken. Die KI-Technologie hat das Potenzial, den Kundenservice schneller, effizienter und kostengünstiger zu machen. Damit lässt sich insbesondere bei Routine- und sich wiederholenden Aufgaben Zeit einsparen.

Kunden bemerken den Unterschied durch eine verbesserte Customer Experience, z. B. bei sprachlich optimierten und konkreter auf Ihr Anliegen formulierten E-Mail-Antworten. Durch regelmäßige Auswertung vorheriger Interaktionen, können Variationen in die automatisch generierte Sprache von ChatGPT integriert werden, die zu einer besseren Conversion und Kundenbindung führen.

Worin liegen die Stärken?

Stellt man ChatGPT die Frage:
„Kann ChatGPT den Kundenservice verbessern?“, antwortet die künstliche Intelligenz selbstbewusst mit „Ja, ChatGPT kann den Kundenservice verbessern.“.



Quelle: https://chat.openai.com/

Aber wie?

Schauen wir uns die Stärken der KI-Anwendung an, die für den Kundenservice von Nutzen sein können:

Dialogfähigkeit, Intent-Erkennung und Informationserweiterung

ChatGPT kann durch seine einzigartige Art der Spracherkennung präzise den eigentlichen Zweck oder die Absicht hinter den Fragen von Benutzer:innen verstehen. Durch die intensiv trainierte Sprachführung und der hohen Datenmengen an Standardwissen, kann die KI-Anwendung mit dem Fragenden elegant in den Dialog einsteigen und ähnlich eines realen Service-Mitarbeitenden kommunizieren. Im Gegensatz zu herkömmlichen Frage-Antwort-Chatbots, kann ChatGPT kontextbezogene Antworten auf Fragen liefern, die auf bereits früher gegebenen Fragen/Antworten basieren. Durch die Fähigkeit, natürliche Sprache zu verstehen und zu produzieren, wird Benutzer:innen die Kommunikation mit ChatGPT erleichtert, ohne dass bestimmte Befehle oder spezielle Vokabularien verwendet werden müssen.

Was bedeutet das für den Einsatz Kundenservice?

Mit Blick auf den Kundenservice, ist diese Fähigkeit äußerst hilfreich. Anfragen können somit auch verstanden werden, wenn diese in Umgangssprache oder schwammig formuliert werden – eben genau so, wie in einem realen Gespräch. Zudem kann auch die Menge an „Standard-Wissen“ in einigen Branchen im Kundenservice hilfreich sein. Dadurch kann ChatGPT zusätzliche Informationen liefern, die über die direkte Frage bzw. das Problem von Anwender:innen hinausgehen.

Worin liegen die Schwächen?

Wenn man ChatGPT selbst nach seinen Schwächen im Kundenservice fragt, antwortet der Bot recht selbstkritisch und listet folgende Aspekte auf:

„Obwohl ChatGPT-3 ein fortschrittliches KI-Modell ist, hat es auch einige Schwächen im Kundenservice:

- Fehlererkennung: ChatGPT-3 ist ein maschinelles Lernmodell und kann daher Fehler machen, insbesondere bei komplexen Anfragen oder in unklaren Kontexten.
- Empathie: ChatGPT-3 kann nicht wie ein menschlicher Kundenservice-Mitarbeiter auf Emotionen reagieren und kann daher manchmal unangemessen oder nicht hilfreich erscheinen.
- Datenschutz: ChatGPT-3 verarbeitet personenbezogene Daten und es müssen Datenschutzmaßnahmen getroffen werden, um sicherzustellen, dass diese Daten sicher verwaltet werden.
- Schulung: ChatGPT-3 muss entsprechend trainiert werden, um optimale Leistung im Kundenservice zu erreichen, was Zeit und Ressourcen erfordert.
- Kosten: Die Implementierung und Nutzung von ChatGPT-3 kann teurer sein als die Nutzung anderer Chatbot-Technologien.

Es ist wichtig zu beachten, dass ChatGPT-3 ein Werkzeug ist und dass seine Leistung von der Art und Weise, wie es implementiert und verwendet wird, abhängt. Es ist wichtig, die Stärken und Schwächen von ChatGPT-3 im Kontext der spezifischen Anforderungen des Kundenservices zu bewerten, um zu entscheiden, ob es die beste Lösung ist.“

Neben den Schwächen, die ChatGPT nennt, gib es weitere Punkte, die wir für die Verwendung im Kundenservice kritisch sehen:

Datengrundlage, Qualität und Antwort-Konsistenz

ChatGPT nutzt Quellen (Websites, Wörterbücher, Enzyklopädien, wissenschaftliche Artikel, etc.) im Internet, ohne jedoch die verwendeten Quellen preiszugeben. Darüber hinaus erstellt er Texte aufgrund von Textwahrscheinlichkeiten, nicht aufgrund sachlicher Einsicht. Dies kann dazu führen, dass ungenaue oder unangemessene Antworten generiert werden.

Was bedeutet das für den Einsatz Kundenservice?

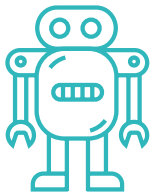
Beim Einsatz von ChatGPT im Kundenservice, sollten Unternehmen Trainingsdaten regelmäßig überprüfen und aktualisieren. Damit Kund:innen Vertrauen aufbauen, ist es wichtig, ChatGPT klare Richtlinien vorzugeben, denn nur so, können einheitliche und konsistente Antworten garantiert werden. Dadurch das ChatGPT wahllos Antworten aus unterschiedlichen Quellen generiert, ist eine Garantie für Qualität der Antworten nicht gegeben. Besonders in bestimmten Branchen, kann dies kritisch sein. In diesem Fall, kann ein Qualitätskontrollsystem helfen.

Keine Handlungsausführung

ChatGPT ist im Vergleich zu anderen Chatbots nicht in der Lage Dialoge zu steuern. Es besteht also nicht die Möglichkeit, Kund:innen mit Fragen bzw. Antworten zu versorgen, auf die Anwender:innen nicht selbst gekommen wären. ChatGPT gibt nur Informationen aus, kann aber nicht handeln oder Aktionen im Namen von Anwender:innen ausführen.

Was bedeutet das für den Einsatz Kundenservice?
Beim Einsatz von ChatGPT im Kundenservice könnte diese fehlende Funktion zu einer erhöhten Frustration bei Kund:innen führen. In den meisten Fällen wird eine nahtlose Interaktion erwartet. Eine direkte Handlungsausführungsfunktion wäre für den Kundenservice wichtig, da sie den Kundenservice effektiver und effizienter macht. Wenn Benutzer:innen beispielsweise ein Problem haben, das eine Bestellung oder Buchung erfordert, könnte der Kundenservice-Mitarbeitende die Aktion direkt im Namen des Benutzers ausführen, ohne dass eine zusätzliche Aktion von Benutzer:innen nötig ist. Dies würde den Prozess schneller und bequemer machen und die Wahrscheinlichkeit des Absprungs während des Prozesses verringern. Darüber hinaus, treten Kund:innen häufig mit einem Problem an den Kundenservice heran und werden durch Rückfragen zur Lösung geleitet. Hier kann ChatGPT allerdings keine leitende Funktion übernehmen, da er lediglich auf gestellte Fragen reagiert.

Die ideale Lösung für den Kundenservice



Aufgrund der Risiken, die die Nutzung von ChatGPT birgt, ist es aktuell nicht ratsam den Bot als eigenständige Lösung im Kundenservice einzusetzen, da er Texte anstatt Antworten generiert. Das bekannte „Halluzinations“-Problem von ChatGPT ist gerade im Kundenservice nicht erwünscht.

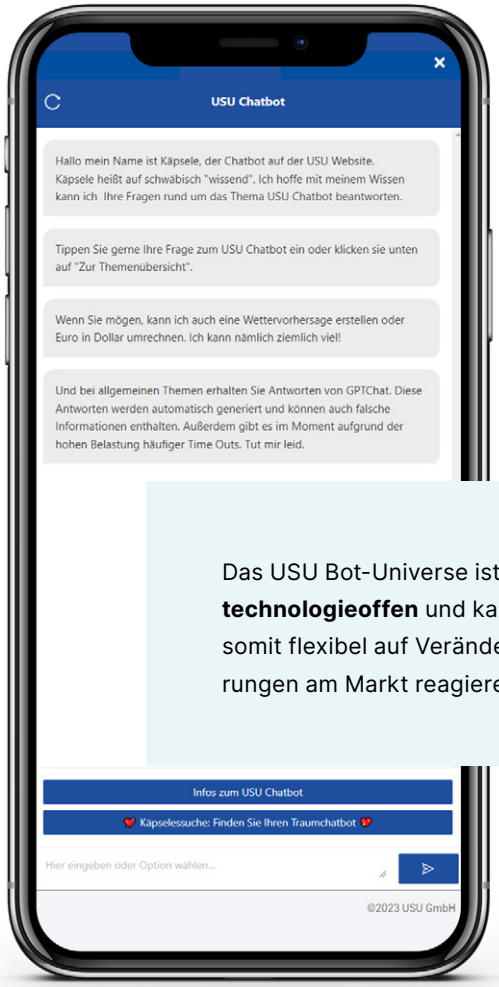
Um sich jedoch die Technologie von Nutzen zu machen, ist es ist wichtig zu verstehen, was ChatGPT kann und was nicht. Bis jetzt, liegt die Originalität in der einzigartigen Sprachverarbeitung und Textgenerierung. Allerdings reicht das allein nicht aus, um einen reibungslosen Einsatz im Kundenservice zu garantieren. Denn gerade dort, muss Antwort oder Lösung immer zuverlässig, einheitlich und qualitätsgesichert sein.

Der USU Chatbot hingegen greift auf eine Wissensdatenbank zurück, grenzt Themen ein und liefert qualitätsgesicherte Antworten. Darüber hinaus kann der Bot auch Funktionen ausführen, Kund:innen durch Rückfragen zur Lösung führen und in einer Multibot-Architektur komplexe Anfragen zuverlässig beantworten. Was ihm allerdings fehlt? Eine ausgereifte Dialogfähigkeit und gezielte Intent-Erkennung.

Die beiden Systeme ergänzen sich an vielen Stellen. Genau hier hat die USU angesetzt und in kürzester Zeit eine ideale Lösung für den Kundenservice geschaffen. Chatbots und ChatGPT werden im selbstentwickelten **USU Bot-Universe** kombiniert. Das nach der Einschätzung von Marktanalysten derzeit einzigartige USU-Technologiekonzept kombiniert viele verschiedene Fach-Chatbots und kann durch die Integration von ChatGPT auch komplexe Kundenservices durchführen. Durch diese Verschmelzung können die Vorteile beider Systeme ausgeschöpft und jeweils so eingesetzt werden, dass ein Mehrwert generiert wird.

Durch die einzigartige Chatbot-Univers Architektur, ist es möglich mit minimalem Aufwand und in kürzester Zeit, Technologien von Drittanbietern wie ChatGPT über API-Schnittstellen zu integrieren.

Wichtig und entscheidend hierbei ist, dass die Kontrolle immer bei den USU Chatbots liegt. Nur dann besteht die Möglichkeit validierte und qualitätsgesicherte Informationen zu generieren.



Das USU Bot-Universe ist **technologieoffen** und kann somit flexibel auf Veränderungen am Markt reagieren.

Die Stärken des USU Chatbot Universe:

- Setzt auf der USU-Wissensdatenbank auf, die sich aus dediziert ausgewählten Dokumenten selbstständig aufbaut und qualitätsgesichertes Wissen generiert
- Chatbots lernen selbstständig aus jeder Frage und jeder Antwort
- Besitzt die Fähigkeit, x-beliebige Anzahl Chatbots einzubinden und damit die Antwort Basis beliebig weiterzuverbreiten
- Multilinguale Funktion durch Einbindung von KI-Technologien aus eigenen Forschungsergebnissen
- Kann eigenständig weitere Prozessschritte und Aktionen anstoßen

Wie funktioniert die Integration?

Auch im Kundenservice stellt diese neue Technologie eine enorme Veränderung dar. Mit ChatGPT können Unternehmen automatisierte Antworten auf eine Vielzahl von Kundenanfragen generieren, gleichzeitig die Antwortzeit reduzieren und die Personalkosten senken. Die KI-Technologie hat das Potenzial, den Kundenservice schneller, effizienter und kostengünstiger zu machen. Damit lässt sich insbesondere bei Routine- und sich wiederholenden Aufgaben Zeit einsparen. Kunden bemerken den Unterschied durch eine verbesserte Customer Experience, z.B. bei sprachlich optimierten und konkreter auf Ihr Anliegen formulierten E-Mail-Antworten. Durch regelmäßige Auswertung vorheriger Interaktionen, können Variationen in die automatisch generierte Sprache von ChatGPT integriert werden, die zu einer besseren Conversion und Kundenbindung führen.

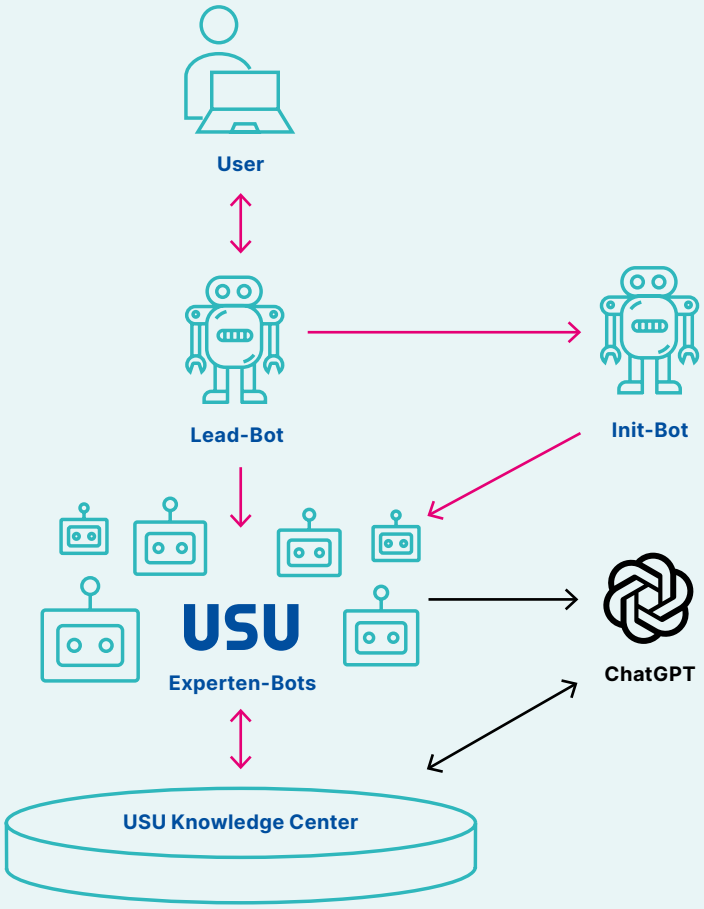
Einzigartige Multibot-Architektur

Das USU Bot Universe kombiniert Fähigkeiten vieler Chatbots zum leistungsfähigen Kundenservice

Das USU Multibot-Konzept unterteilt Chatbots in drei Rollen, Expertenbots, den Initbot und den Lead-Bot. Der Initbot analysiert die eingehende Frage als erster, stellt eventuell Rückfragen und ermittelt die für das für die Beantwortung überhaupt geeignete Expert-Team. Die Expertenbots liefern Informationen zu bestimmten Fachthemen und der Lead-Bot fungiert als Moderator und weist dem Anwender den für sein Anliegen passenden Experten-Bot zu.

Während die USU Chatbots für kritische Themen, bei Diagnosen oder der aktiven Ausführung von Services zum Einsatz kommen, spielt ChatGPT seine Stärken im Generieren von Texten bei eng begrenzten Themen und konsistent aufbereiteten Inhalten aus.

Sobald sich ChatGPT in die Kommunikation einschaltet, wird eine kurze Information gegeben, dass nun nicht mehr der USU Chatbot antwortet, sondern ChatGPT – dies ist wichtig, da in diesem Fall keine Qualitätssicherung der Antworten durch die USU gewährleistet ist.



Welche Einsatzmöglichkeiten der Kombi-Lösung gibt es bereits?

Einsatzmöglichkeiten im Kundenservice:

1. Qualitätsgesicherte Antwort-Konsistenz und Wissenserweiterung

Der große Vorteil im USU Chatbot Universe ist der, dass sich die Chatbots bei Generierung der Antworten auf die Wissensdatenbank stützen und somit nur qualitätsgesicherte und konsistente Informationen an Kund:innen weitergeben.

Durch die Integration von ChatGPT in das Bot Universe umgehen wir eins der größten Defizite des Systems – die wahllose Informationszusammenführung verschiedener Quellen bzw. der Halluzination.

Als Teil der Bot Architektur, kann auch für ChatGPT definiert werden, inwieweit das Internet bei generierten Antworten mit einbezogen werden soll.

Es gibt die folgenden Szenarien:

01 | USU Chatbots beschränken sich ausschließlich auf die Informationen in der Wissensdatenbank.

02 | ChatGPT wird ein bestimmter Inhalt aus der Wissensdatenbank zugewiesen. Der „Wortsinn" den ChatGPT im Internet gelernt hat wird zur Interpretation verwendet.

03 | Chatbots und ChatGPT wird ein bestimmter Inhalt aus der Wissensdatenbank zugewiesen aus denen Antworten generiert werden. Dieser definierte Context, kann allerdings auch durch Webinhalte erweitert werden. Dies ist eine interessante Möglichkeit für Branchen, in denen Allgemeinwissen relevant ist (Telekommunikation, IT).

04 | ChatGPT kann als „Smalltalk"-Bot eingesetzt werden. In diesem Fall greift er nicht auf Inhalte aus der Wissensdatenbank zu, sondern verwendet Wissen aus dem Internet.

2. Weiterleitung von Anfragen an Schnittstellen

Dadurch dass ChatGPT nur ein KI-basiertes Sprachmodell ist, kann es keine direkte Verbindung zu einem Servicemitarbeiter herstellen, sondern lediglich dabei helfen, Kontaktinformationen zum Kundenservice zu finden oder diese bereitzustellen.

Mit Integration in das USU Bot Universe, entsteht die Möglichkeit, dass ChatGPT Anfragen an den USU Chatbot weiterleitet, der wiederum eigenständig Tasks ausgeführt oder Anfragen direkt als Ticket erstellt und/oder an den Kundenservice übergibt.

Fazit

ChatGPT ist eine bahnbrechende Innovation, die Industrien revolutioniert und sich stetig weiterentwickelt. Mit ChatGPT-4 wurden viele Verbesserungen vorgenommen, die zu einer erheblichen Verbesserung der Qualität der generierten Texte führen. Obwohl ChatGPT nicht als eigenständige Lösung im Kundenservice eingesetzt werden sollte, da qualitätsgesicherte Antworten essenziell sind und Kund:innen häufig zur Lösung geführt werden müssen, hat die USU durch die Integration von ChatGPT in das USU Chatbot Universe eine ideale Gesamtlösung für den Kundenservice geschaffen, die die Vorteile beider Systeme vereint. Wir bei USU glauben, dass große Sprachmodelle wie ChatGPT den Kundenservice revolutionieren können, wenn menschliche und maschinelle Intelligenz intelligent kombiniert werden. Eine erfolgreiche Strategie besteht darin, allgemeine Sprachmodelle mit vorhandenem Wissen zu verbinden und aus einem allgemeinen Sprachmodell ein an die Organisation angepasstes Wissensmodell zu erstellen. Die Einbindung des Menschen ist entscheidend, da eine intelligente Kombination von Sprachmodellen und menschlicher Interaktion in solchen Prozessen der Schlüssel zum Erfolg ist, unabhängig davon, wie sich die KI weiterentwickelt.

Über USU

Als mittelständisches Unternehmen macht die USU seit 1977 mit innovativen Service-Anwendungen auf sich aufmerksam. Internationale Kunden wie IKEA, Nespresso, Daimler und die Deutsche Bahn belegen, dass Deutschland nach wie vor ein Innovationsstandort ist. Dass die Schwaben führend in Service Anwendungen sind, hat sich auch in Berlin herumgesprochen. Forschungsaufträge für das Thema „Servicemeister“ des BMI zeigen, dass der Mittelstand nach wie vor Wachstumsmotor in Deutschland ist.

Die USU setzt dabei auf einen kontinuierlichen Wachstumskurs und baut ihr Serviceangebot stetig aus. Dabei finanziert sich die USU aus eigenen Umsätzen und nicht mit Milliarden von Private Equity Unternehmen. Heute zählt das Unternehmen über 1200 nationale und internationale Kunden und 802 (Stand: 05/23) Mitarbeiter im In- und Ausland.

Mehr zum Thema Chatbot

White Paper: Chatbot Universe

Eine Kombination mit der Sie auch komplexe Aufgaben meistern.

Jetzt herunterladen

Lösungsvergleich Chatbots

Finden Sie heraus, welche Chatbot-Lösung die passende für Ihr Unternehmen ist.

Jetzt herunterladen

5 Schritte zur erfolgreichen Einführung eines Chatbots

Diese 5 Schritte sollten Sie bei der Chatbot-Implementierung beachten.

Jetzt herunterladen

Interesse? Wir freuen uns auf einen gemeinsamen Austausch.

www.usu.com

USU-202305