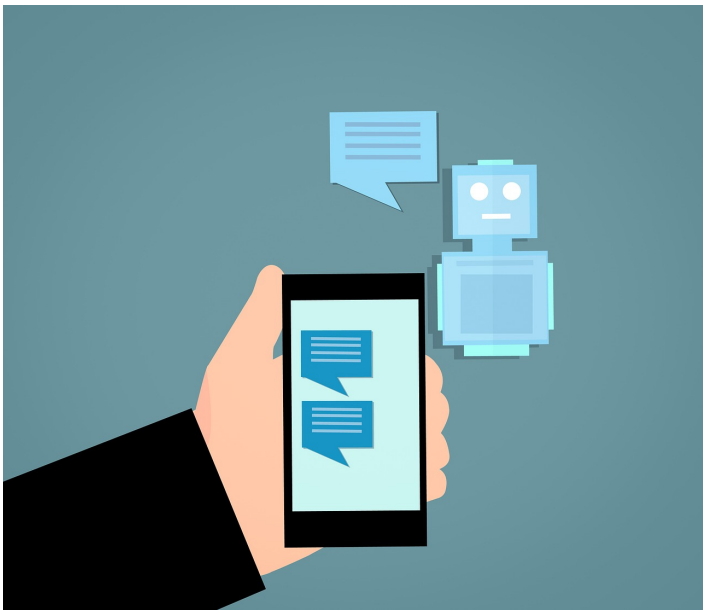
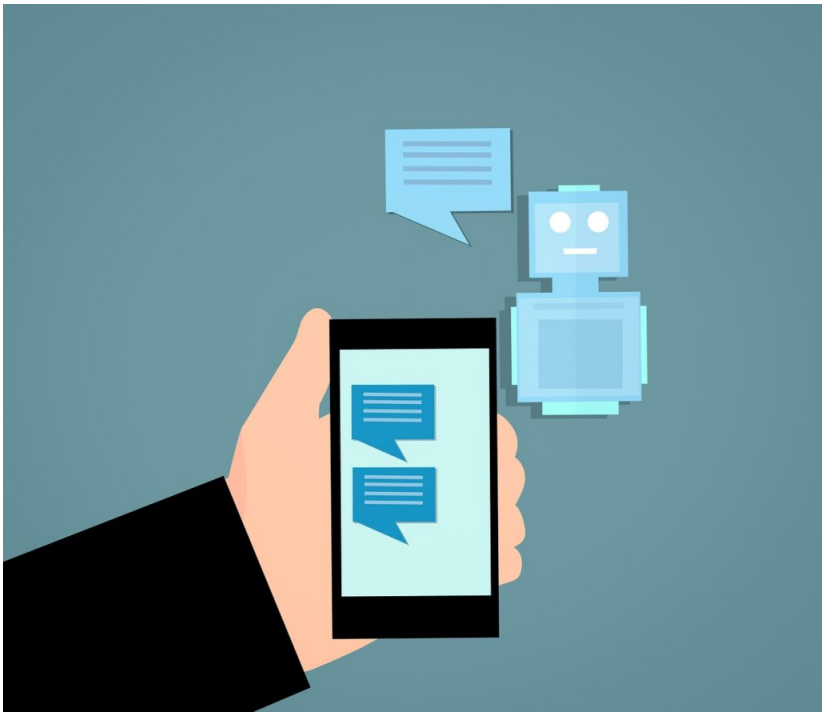
SIND CHATBOTS DIE ZUKUNFT DES SOCIAL MEDIA MARKETINGS?



Veröffentlicht am 3. Juni 2019 von Janina

Wenn Du Dich mit Online Marketing beschäftigst, wirst Du auch an Facebook und anderen sozialen Netzwerken nicht vorbeikommen. Die sozialen Medien sind ein fester Bestandteil des Online Marketings geworden und bieten Dir interessante und neue Möglichkeiten. Du erreichst Deine Kunden auf einer persönlicheren Ebene und trittst direkt mit ihnen in Kontakt. Das Community Management ist sehr zeitaufwändig und nicht immer so leicht in den Arbeitsalltag zu integrieren. Soziale Medien bieten Dir daher die Möglichkeit, automatische Antworten im Messenger einzustellen. Ob darunter der gute Kundenservice leidet oder ob Chatbots die Zukunft des Social Media Marketings sind, verraten wir Dir hier.



Was ist ein Chatbot und was macht er in sozialen Netzwerken?

Wenn Du Dich mit Online Marketing beschäftigst, wirst Du auch an Facebook und anderen sozialen Netzwerken nicht vorbeikommen. Die sozialen Medien sind ein fester Bestandteil des Online Marketings geworden und bieten Dir interessante und neue Möglichkeiten. Du erreichst Deine Kunden auf einer **persönlicheren Ebene** und trittst direkt mit ihnen in Kontakt. Das Community Management ist sehr zeitaufwändig und nicht immer so leicht in den Arbeitsalltag zu integrieren. Soziale Medien bieten Dir daher die Möglichkeit, automatische Antworten im Messenger einzustellen. Ob darunter der gute Kundenservice leidet oder ob **Chatbots die Zukunft** des Social Media Marketings sind, verraten wir Dir hier.

INHALT

- Was sind Chatbots?
- Wozu werden Chatbots genutzt?
- Automatische Nachrichten
- Bots in sozialen Netzwerken

- Social Media Marketing mit Chatbots
- Fazit

WAS SIND CHATBOTS?

Unter einem Chatbot versteht man im Grunde ein **textbasiertes Dialogsystem**, das es einem Menschen ermöglicht, mit einem technischen System zu sprechen oder zu schreiben. Ein Chatbot ist also eine Art **Kommunikationsroboter** in Form einer Software, der meist einen realen Ansprechpartner simuliert.

Chatbots können je nach Programmierung entweder auf Befehle reagieren oder aber tatsächlich aktiv kommunizieren. Intelligente **Bots sind lernfähig** und stellen sich auf den Nutzer individuell ein. Hierfür benötigt der Bot eine Datenbank, auf die er zugreifen kann. Jedem Chatbot liegt eine solche Datenbank zugrunde, in der Antworten und Erkennungsmuster hinterlegt sind. Ist das Programm lernfähig, fügt es weitere Antworten und Reaktionsmöglichkeiten seiner Datenbank hinzu. Dadurch werden **Antworten präziser** gegeben. Ziel eines solchen Bots ist es, dass der Nutzer möglichst nicht mehr erkennt, ob er mit einem Menschen oder mit einem „Roboter“ oder einer künstlichen Intelligenz kommuniziert.

Unter einer **künstlichen Intelligenz (kurz: KI)** versteht man ein technisches System, das automatisch und eigenständig lernt. KIs werden beispielsweise bei Analysen und in der Robotik eingesetzt. Chatbots, die anhand der Nutzeranfragen lernen, um Antworten besser beantworten zu können, fallen auch in die Kategorie einer künstlichen Intelligenz.

Den ersten kommunikativen Bot gab es bereits in den 1960er Jahren. Mittlerweile hat sich die Technik so weit entwickelt, dass ein Chatbot nicht nur Texteingaben versteht, sondern beispielsweise auch auf **Spracheingaben** (Voice Search) reagieren kann.

WOZU WERDEN CHATBOTS GENUTZT?

Ein intelligenter Bot wird auch als „virtueller, persönlicher Assistent“ bezeichnet. Du kennst einen solchen auch als Google Assistant, Amazon Alexa oder Siri.

Vermutlich bist Du in Deinem Leben auch noch vielen weiteren Chatbots begegnet, ohne es direkt gemerkt zu haben. Diese Bots werden häufig für den **Kundensupport** in Online-Shops oder bei anderen Anbietern im Internet eingesetzt. **Live-Chats** von Versicherungen, Telefongesellschaften und anderen Kundenservicecentern werden mittlerweile oft von Kommunikationsprogrammen bedient.

DAS MACHEN DIE BOTS IM INTERNET:

- sie begrüßen Dich freundlich
- sie erfragen Dein Anliegen oder relevante Kundendaten zur Verifizierung
- sie beantworten Dir Deine Frage
- sie können Dich an einen echten Mitarbeiter weiterleiten

Die meisten Bots werden für den telefonischen **Kundenservice** oder Chat-Support genutzt. Dadurch erspart sich eine Firma einige Handgriffe. Kunden werden bereits vor dem Durchstellen zum Mitarbeiter kategorisiert und landen mit ihrer Anfrage bei demjenigen, der ihnen helfen kann. Auch kann der Bot eine Fragestellung selbstständig bearbeiten oder zeigt dem Mitarbeiter die grundlegenden Informationen über den Anrufer, sodass das Anliegen schneller bearbeitet werden kann. Jedes Call-Center kann dadurch mehr Anfragen annehmen und effizienter beantworten.

SPRACHASSISTENTEN UND IHRE FUNKTIONEN

Sprachassistenten werden hingegen häufiger im Alltag genutzt: Beispielsweise, um Informationen über das Wetter abzurufen,

ohne dafür eine Suchanfrage eintippen oder eine App öffnen zu müssen. Sogar das Zuhause lässt sich dank **Smart Home** per Spracheingabe steuern. Auch hinter einem solchen System versteckt sich ein Chatbot, der Deine Anfrage auswertet und einen Befehl ausführt. Sagst Du Deinem Assistenten „Mach bitte das Licht an." macht der Bot das Licht an, antwortet Dir je nach System sogar noch mit einem „Okay." oder antwortet auf ein „Danke." noch mit einem „Gern geschehen.". Nichts anderes macht ein Bot auf einer Website oder auf Facebook. Er erhält einen Befehl, verarbeitet ihn und reagiert darauf. Und das ganz automatisch.



Der Google Assistant wird durch den Befehl "Ok Google" aktiviert.

Die unterschiedlichen Sprachassistenten können noch mehr als Dir das Wetter auf Deinem Smartphone vorherzusagen oder in Deinem Wohnzimmer das Licht anzumachen. Der **Google Assistant** beispielsweise wurde mittlerweile mit einer neuen Funktion

ausgestattet, den sogenannten **Google Actions**.
Diese ermöglichen es, mit einem speziellen Drittanbieter zusätzlich zu kommunizieren. Erfragst Du das Fernsehprogramm mit einer **bestimmten Frage**,
lässt Dich Google mit einem Bot von TV Spielfilm reden. Es wirkt so, als sei ein Mitarbeiter von TV Spielfilm in Dein Gespräch mit Google eingestiegen. Hat er Deine Fragen beantwortet, „verlässt" er die Unterhaltung wieder und Du kannst dem Google Assistant etwas anderes fragen. Die **Chatbots interagieren**
also untereinander und können miteinander verknüpft werden. Dies Verknüpfung funktioniert nur mit vorher festgelegten Fragen. Die Bots verbinden sich nicht bei jedem beliebigen Sprachbefehl.

AUTOMATISCHE NACHRICHTEN

Das Konzept einer **automatisierten Antwortfunktion** ist nicht neu. Schon in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts entwickelte man Aufzeichnungsgeräte für das Telefon. Erst am Ende des 20. Jahrhunderts wurden **Anrufbeantworter** auch für private Haushalte erschwinglich. Die Grundzüge eines modernen Chatbots waren damals schon vorhanden. Wenn Du nicht persönlich ans Telefon gehen kannst oder willst, begrüßt der AB den Anrufer und gibt ihm die Möglichkeit, eine Nachricht zu hinterlassen, die Du später abhören kannst. Das gleiche Prinzip gilt bei Mobiltelefonen und der Mailbox. Bei den modernen Geräten kann die **Abwesenheitsnotiz** oder eine automatische Ansage individualisiert werden, um dem Anrufer das Gefühl zu vermitteln, dass er im Prinzip doch mit Dir spricht und nicht mit einer Maschine.

In Zeiten, in der die meisten Menschen beinahe **rund um die Uhr online** sind und unentwegt miteinander kommunizieren, fällt die Notwendigkeit von Anrufbeantwortern und Mailbox mit automatischen Ansagen in vielen Bereichen des Lebens weg. Die meisten Kontaktanfragen kommen über das Internet und nicht mehr über das Telefon.
Der **Trend** geht weiterhin in Richtung Social Media,
da sich viele Menschen dort ohnehin aufhalten. Facebook wird immer mehr wie eine Suchmaschine benutzt, weshalb auch häufiger Kontaktanfragen über Unternehmensseiten im sozialen Netzwerk

geschrieben werden.

Mit automatischen Antworten kann eine Facebook-Seite vollkommen autark im Messenger mit dem Kunden kommunizieren. Du kannst eine **Abwesenheitsnotiz** hinterlegen oder eine erste Begrüßung vorgeben. Die Kontaktanfrage kann dadurch beispielsweise auf eine Telefonnummer, eine Mail-Adresse oder eine Website weitergeleitet werden. Durch die Programmierung eines eigenen Chatbots können solche **automatischen Nachrichten** noch ausgebaut werden.

BOTS IN SOZIALEN NETZWERKEN

Nicht nur automatische Nachrichten können wie ein **Facebook-Anrufbeantworter** eingestellt werden. Bots erleichtern Dir auch die Verwaltung von Beiträgen, Likes, Kommentaren und weiteren Interaktionen mit Deinen Followern.

Die sogenannten **Social Bots** können liken, kommentieren oder auch retweeten. Hierfür müssen sie vorher gut überlegt programmiert werden, damit sie aussagekräftig und glaubwürdig mit Usern kommunizieren. Diverse politische Parteien wollen solche Bots beispielsweise nutzen, um ihren Wahlkampf auszuweiten. Dies wird von Kritikern skeptisch beäugt, da die Bots eine künstliche Meinung bilden und für Manipulation und Fake News sorgen können.

Wie sogenannte Deepfakes entstehen, kannst Du in unserem Blogbeitrag „Deepfake – wie künstliche Intelligenzen News manipulieren können“ nachlesen.

Die diversen Plattformen gehen gegen diese Social Bots mittlerweile vor, weil die sozialen Netzwerke ihre persönliche Ebene nicht verlieren sollen. Dein Zielpublikum soll weiterhin durch **guten Content** überzeugt werden.

Für Unternehmen bieten **Chatbots** dennoch einen Vorteil: Die Social Bots können nämlich auch in den **Facebook Messenger** oder in **Instagram Direct** integriert werden. Dies erleichtert die (private) Kommunikation mit Deinem Kunden. Ähnlich wie bei einem Kundenservicecenter kannst Du einen Chatbot im jeweiligen Messenger auf Anfragen Deiner Follower antworten lassen.

SOCIAL MEDIA MARKETING MIT CHATBOTS

Chatbots lassen sich auf verschiedenen Wegen in einen Messenger integrieren. Du kannst einen Bot selbst programmieren oder das Angebot eines Drittanbieters nutzen. Ganz gleich, für welchen Weg Du Dich entscheidest, solltest Du Dich intensiv mit dem Bot beschäftigen und genau wissen, was er können soll und was er nicht darf. Erst dann bietest Du mit dem Chatbot Deinem Kunden einen Mehrwert. Nur wenn der User einen Nutzen in Deinem Bot erkennt, kommuniziert er auch mit ihm und schließt das Chatfenster nicht gleich wieder.

MÖGLICHKEITEN AUF FACEBOOK

Ein Facebook Chatbot kann in erster Linie die Erweiterung der automatischen Nachricht sein. Er kann den User begrüßen, erste Fragen beantworten und im Zweifelsfall eine Benachrichtigung an Dich persönlich schicken. Du erhältst vom Bot die Information, dass Dein Kunde persönliche Beratung benötigt. Erst dann kommst Du oder ein Mitarbeiter ins Spiel. Bevor das passiert, hat Dein Facebook Chatbot dem Kunden möglicherweise seine **Frage schon beantwortet** und einen zufriedenen User zurückgelassen. Zeitgleich wirst Du entlastet und kannst den Bot rund um die Uhr Kundenanfragen bearbeiten lassen.

Ein **Chatbot im Facebook Messenger** bietet sich auch als Newsletter-Ersatz an. Follower können sich bei dem Bot anmelden und erhalten dann in regelmäßigen Abständen Deine News direkt auf ihr Handy. Alternativ kannst Du den Bot auch eine Geschichte erzählen lassen. **Storytelling** funktioniert im Messenger mit wechselseitigen Geschichten, die den Kunden fesseln. Buchverlage haben diese Funktion beispielsweise für interaktive Kriminalgeschichten für sich entdeckt, die der User direkt im Facebook Messenger erleben kann. Am Schluss einer Story kannst Du weiterführende Informationen bieten, auf ein passendes Angebot verweisen oder eine andere Message senden.

MÖGLICHKEITEN AUF INSTAGRAM

Die **Social Bots auf Instagram** sind in ihrer Funktionalität noch begrenzt. Es gibt mittlerweile aber auch für dieses Netzwerk Tools, die per Direktnachricht Deinen Kunden Produktdetails schicken. Einige dieser Bots sind so intelligent programmiert, dass sie den Kunden automatisch Rabatt-Codes via Instagram Direct zuschicken, wenn kein Kauf getätigt wurde. Durch einen Chatbot lassen sich also auch auf Instagram Informationen über ein Posting hinaus bereitstellen, die einen Follower zu einem potenziellen Kunden werden lassen. Dadurch muss das Posting selbst nicht mit Preisen versehen werden, die den User möglicherweise zunächst einmal abschrecken würden.

SIND CHATBOTS DIE ZUKUNFT – FAZIT

Chatbots haben Potenzial. Laut Statistiken sehen auch die Internetnutzer einen Vorteil in Chatbots, weil ihre Anfragen umgehend beantwortet werden. Allerdings wollen viele Menschen noch immer lieber mit einem Menschen kommunizieren. Dennoch werden mittlerweile auch die Sprachassistenten besonders häufig genutzt, sodass man auch das Feld der Voice Search im Online Marketing nicht außer Acht lassen sollte.

Vor allem in den sozialen Netzwerken herrscht weiterhin der Wunsch eines privaten **Kontakts** zwischen Nutzern und Unternehmen vor. Die persönliche Ebene darf also auch trotz automatischer Antwort nicht vernachlässigt werden. Für Unternehmer bietet ein Facebook Chatbot aber dennoch eine gute Möglichkeit, Followern den schnellen und effizienten Kundenservice zu bieten, den sie sich wünschen. In der Regel erwartet ein Internetnutzer eine Antwort auf seine Frage innerhalb kurzer Zeit. Ein Chatbot macht das möglich.

Um einen Instagram oder Facebook Chatbot sinnvoll einzusetzen, musst Du Dich mit der Programmierung des Bots intensiv beschäftigen. Das kostet in erster Linie zunächst Zeit. Diese gewinnst Du aber schnell zurück, wenn Du Dich nicht mehr selbst mit jeder Nachricht bei Facebook beschäftigen musst. Ein Social Bot gibt dir immer die Möglichkeit, persönlich in das Gespräch einzugreifen. Du brauchst also keine Angst haben, dass Du den Kontakt zu Deinen Followern vollkommen verlierst. Für die **Verbesserung des Kundenkontakts** in Social Media sind Chatbots vorteilhaft. Wie die Entwicklung der intelligenten Assistenten weitergeht, wird die Zukunft zeigen.

Du möchtest mehr über Chatbots wissen oder wie man bei Facebook eine automatische Antwort einrichtet? Schreibe uns gerne eine Mail oder einen Kommentar.

Kontakt aufnehmen