

Key-Insights von OTTO Kunden-Feedbacks schnell und einfach erkennen.

OTTO gehört zu den erfolgreichsten E-Commerce Händlern in Europa. Bereits im Jahr 1995 erkannte OTTO die zunehmende Wichtigkeit des Online-Handels und investiert seither konsequent in die Weiterentwicklung des Geschäftsmodells unter Einsatz neuster Technologien, die sich zentral an die Bedürfnisse der Kund*innen anpassen.

Der Leitgedanke, die Kund*innen stets in den Vordergrund zu stellen, hat maßgeblich zur OTTO Erfolgsgeschichte beigetragen. Der Wunsch, die Kund*innen zu verstehen und das gesamte Konzept stets an ihren Bedürfnissen auszurichten, wurde durch das Implementieren einer Kunden-Feedbackkultur manifestiert.

Täglich besuchen durchschnittlich 2,9 Millionen Menschen den OTTO Onlineshop und geben zahlreiche Feedbacks pro Tag. Um diese Masse an Texten schnell zu überblicken und darin Muster und Trends zu erkennen, setzt OTTO die automatisierte Textanalyse von Voices ein.



Die Herausforderung

OTTO erhält täglich eine Vielzahl an Lob & Kritik über ein Feedbacksystem im Online-Shop. Um diese schnell und kostengünstig zu analysieren, benötigt OTTO eine maschinelle Text-Analyse auf höchstem Niveau.

Der Perspektivenwechsel hin zur immer stärker ausgeprägten Customer-Centricity, stellt etablierte Lösungen und Systeme wie beispielsweise Online-Shops vor große Herausforderungen.

Der Erfolg eines Onlinehandels hängt vor allem mit der Anzahl der eigenen Verkäufe zusammen. Folglich führen verkaufsverhindernde Aspekte wie beispielsweise ein schlecht funktionierender Kundenservice oder ein nicht gut durchdachter Bestellprozess zu maßgeblichem Kundenverlust. Gleichzeitig setzen Kund*innen heutzutage diverse Basisleistungen voraus und orientieren sich auch an den Empfehlungen und Meinungen der vorherigen Käufer*innen.

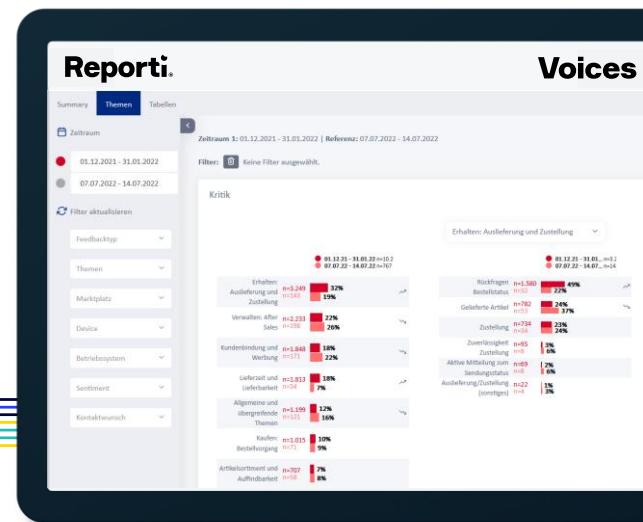
Zeitnahe Feedback zu Features und Funktionen sammeln Online-Shops beispielsweise durch den Einsatz unterschiedlicher Surveys oder mit einem Feedback- und Kontaktformular.

OTTO nutzt hierfür ein eingebundenes Kontaktformular, dass es den Kund*innen ermöglicht, umgehend und permanent Lob & Kritik zu äußern.

Aufgrund der umfangreichen Nutzung des Feedbacksystems und der Menge an Daten, die täglich gesammelt werden, ist eine manuelle Auswertung der Texte nicht effizient.

Die Herausforderung war demnach, ein System zu etablieren, dass Texte automatisch analysiert sowie kategorisch sortiert und zuordnet, sodass Trends oder negative Abweichungen umgehend sichtbar werden.

Des Weiteren müssen Ergebnisse so transparent und übersichtlich dargestellt werden, dass eine abteilungsübergreifende Analyse ermöglicht wird.





Die Lösung

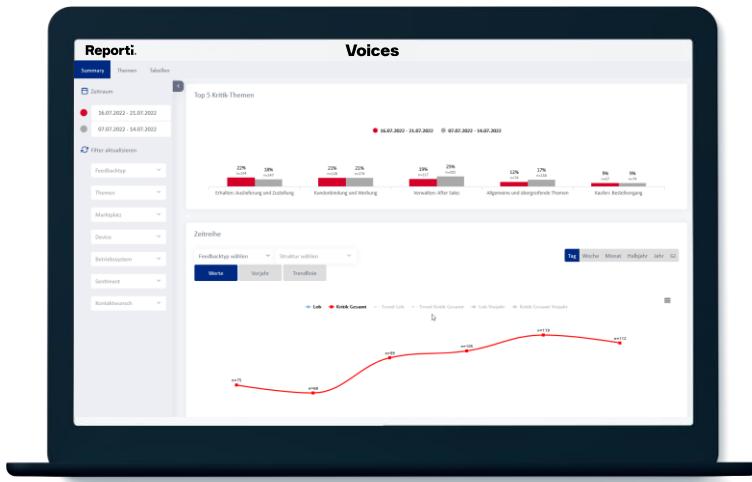
Voices erfasst und kategorisiert täglich die Feedback-Stimmen und stellt diese automatisch im interaktiven Dashboard von Reporti® dar.

Die Feedback-Texte werden über eine API-Schnittstelle direkt beim Online-Shop abgeholt, analysiert und in einem interaktiven Dashboard dargestellt.

Die leistungsstarke KI hinter Voices basiert auf einem neuronalen Netz und kategorisiert die Texte vollautomatisch auf dem Niveau eines menschlichen Kodierers. Der gesamte Prozess stellt einen Bruchteil des manuellen Aufwandes dar und glänzt außerdem durch konstante Qualität.

Die KI von Voices versteht umfangreiche sowie kurze informelle Texte problemlos und ermöglicht einen umfassenden Einblick darüber, was die eigenen Kund*innen denken.

In enger Zusammenarbeit mit den Stakeholdern wurde ein mehrstufiges, hierarchisches Kategoriensystem entwickelt, welches durch die individuellen Analysemöglichkeiten per Dashboard optimale Auswertungen für unterschiedliche Abteilungen ermöglicht.



- Modernste KI-Technologie** zur Textanalyse auf dem Niveau des menschlichen Textverständnisses
- Intuitive Bedienung** und umfangreiche Analysemöglichkeiten im interaktiven Dashboard

- Alles im Blick** um relevante Themen schnell zu identifizieren und Trends zu erkennen
- Hochgeschwindigkeits-Engine** mit schneller Textanalyse – unabhängig von der Textmenge



Das Ergebnis

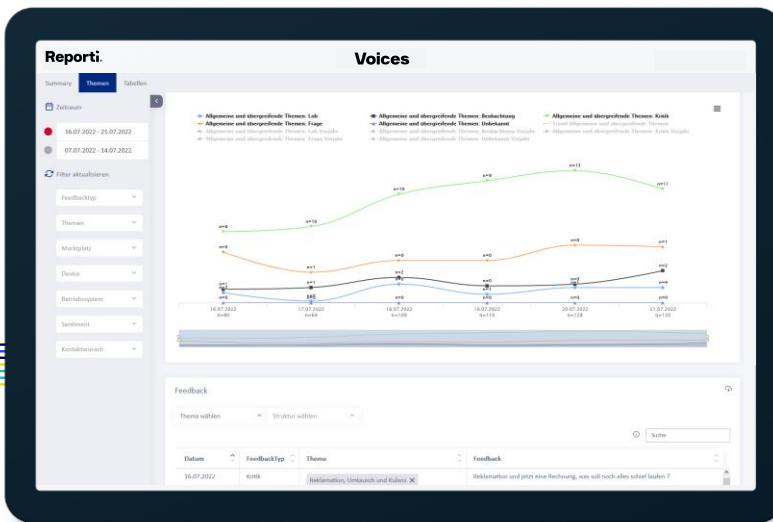
Customer-Centricity neu gedacht: OTTO kennt die Bedürfnisse und Wünsche der Kund*innen - und das tagesaktuell.

Durch das Feedback der Kund*innen, erhält OTTO umfassende Insights zu den Bedürfnissen und Wünschen der Kund*innen. Das strukturierte Feedback unterstützt OTTO nun dabei, die eigenen Prozesse entlang der gesamten Customer Journey regelmäßig zu prüfen und zu optimieren.

Die transparente Darstellung in unserem UX-First Dashboard Reporti® bietet umfangreiche Analysemöglichkeiten, die durch ideal aufbereitete Diagramme eine klare und transparente Übersicht über das Kundenfeedback bieten.

OTTO kann nun durch den Einsatz von Voices die Kundenbindung nachhaltig stärken, da Probleme frühzeitig erkannt und Maßnahmen ergriffen werden können. Hierdurch sinkt beispielsweise auch das Abwanderungspotenzial der Bestandskunden und neue Kund*innen können langfristig gebunden werden.

Mit Voices ist es gelungen, die Komplexität eines großen Online-Shops wie otto.de adäquat abzubilden und die Customer-Centricity nachhaltig und zukunftsorientiert zu fördern.





„Mit der automatischen Textanalyse von Voices erhalten wir tagesaktuelle Key-Insights aus Kundenfeedbacks – schnell, kostengünstig und in einer gleichbleibend hohen Qualität.“

Mara Declair

User Experience Managerin bei Otto (GmbH & Co KG)



www.cogitaris.de