

The Salesforce logo, consisting of a blue cloud-like shape with the word "salesforce" in white lowercase letters inside it.

salesforce

OSF | DIGITAL

Agentforce und die Zukunft des Handels

Januar 2025

Inhalt

Einführung	3
Agenten und eine ‘agentische’ Zukunft	3
Agentenresistenz	5
Verzögerung 1: Datenverfügbarkeit und -qualität.....	5
Verzögerung 2: Handlungsfähigkeit der Agenten.....	5
Verzögerung 3: Sicherheit, Datenschutz und Governance	6
Wie du ohne Verzögerungen loslegen kannst: Testen & lernen	8
Handel als Feld	9
Anwendungsfälle für Agenten	10
#1: Produktempfehlungen	11
Erstens: Natürliches Sprachverständnis	11
Zweitens: Verkettung von vorhandenem Wissen	12
Vorteile und KPIs	13
# 2: Einfacher Kauf	13
Sicherheit?!	14
Vorteile und KPIs	15
#3: Unterstützung bestellen	15
WISMO	15
Auftragsstornierung / einfache Änderung	17
Nachbestellen	18
Vorteile und KPIs	19
#4 Abonnements	19
Vorteile und KPIs	21
#5 Ersatzteile	21
Vorteile und KPIs	22
#6 Agenten als Assistenten	22
Kundenbetreuung zum Anfassen	22
Merchandiser assistieren	24
Vorteile und KPIs	25
Abschließende Zusammenfassung - Die Zukunft des Handels mit Agenten	27

Einführung

KI und Agenten werden die Welt verändern. Mit der Zeit werden sie intelligenter, besser informiert und leistungsfähiger. Im Bereich des Handels wird es einen grundlegenden Wandel geben. Viele Trends haben sich bereits abgezeichnet, bevor die generative KI mit einem Paukenschlag auf den Plan getreten ist. Bereiche wie Sprachsuche und -kommunikation, social Shopping und Checkout-Erlebnisse auf Plattformen sind nur einige der Bereiche, in denen wir solche Veränderungen sehen. Agenten werden diese Veränderungen erheblich beschleunigen.

“Hinzu kommt die doppelte Rolle, die Agenten erfüllen werden: Sie stehen dem Endkunden direkt gegenüber und sorgen für ein großartiges Erlebnis rund um die Uhr und unterstützen interne Teams dabei, produktiver und intelligenter zu arbeiten. In diesem Whitepaper werden wir diese Aspekte näher beleuchten.”

Behalte im Hinterkopf, dass Agenten nicht ohne Fallstricke und häufige Fehler daherkommen, die mit einem klaren KI-Governance-Rahmenwerk untersucht und entschärft werden sollten. KI kann immer noch halluzinieren, und das gilt auch für Agenten. Salesforce hat fantastische Arbeit geleistet, indem es dir die Leitplanken für Agenten und die Vertrauensebene für Datensicherheit und Datenschutz gegeben hat. Das ist eine hervorragende Grundlage, aber sie entbindet uns nicht von der Notwendigkeit, gründlich zu testen und Verantwortung zu übernehmen.

Agenten und eine ‘agentische’ Zukunft

Bevor wir uns mit den spannenden Anwendungsfällen, Ansätzen und Schutzmaßnahmen befassen, die wir für Agenten und Handel brauchen, wollen wir kurz darauf eingehen, was Agenten sind und wie eine agentenbasierte Zukunft aussieht.

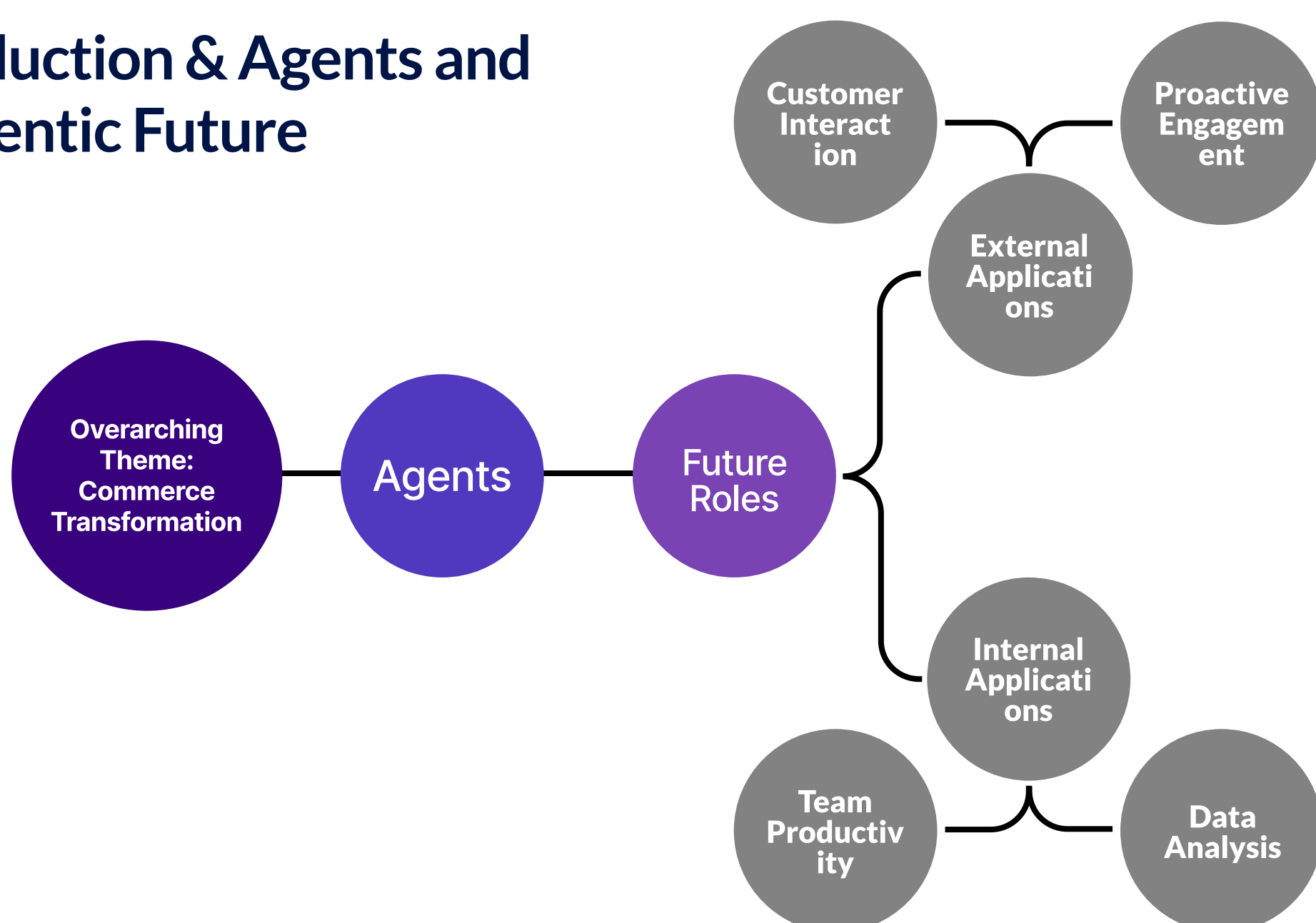
Agenten sind nicht dasselbe wie Bots oder Chatbots. Sie haben viel mehr Autonomie, Denkvermögen und Fähigkeiten als ein deterministischer Chatbot. Natürlich legen wir die Grenzen dieser Autonomie fest und was sie ausführen können. (Das wird ein Schlüsselthema sein, wenn es darum geht, die Vorteile der Zukunft zu nutzen). Sie können extern und intern auftauchen und Endkunden oder Teams helfen.

Sie können auf Kundeneingaben reagieren und proaktiv Daten und Muster regelmäßig untersuchen (damit Menschen das nicht tun müssen). Ihr Anwendungsbereich wird daher jetzt und in Zukunft sehr groß sein, und sie können einen Teil des Bindegewebes liefern, bei dem sich ein Unternehmen derzeit auf seine Menschen verlässt, wo Standard-Systeme dies nicht können.

Außerdem werden Agenten auch mit anderen Agenten in unserem eigenen Unternehmen und in anderen Unternehmen kommunizieren - genau wie Menschen es jetzt tun.

Es gibt Grenzen für ihre Fähigkeiten. Wir sehen die beliebten Argumente, dass KI nur so gut ist, wie man es ihr beibringt (was stimmt) und dass sie vielleicht nicht in der Lage ist, "echte" Kreativität zu entwickeln. Das ist gut so, denn der Mensch hat weiterhin seinen Platz, und im geschäftlichen Kontext brauchen wir diese extremen Fähigkeiten oft nicht. Es gibt eine Menge Arbeit, die Agenten uns abnehmen und zuverlässiger, effektiver und beständiger erledigen können.

Introduction & Agents and an Agentic Future



Herausforderungen bei der Einführung von Agenten: Widerstände und Lösungsansätze im Überblick

Bevor wir uns mit den Anwendungsfällen befassen, sollten wir den Widerstand untersuchen. Wir haben festgestellt, dass Agenten oft grundlegende Probleme aufdecken, von denen einige glauben, dass sie behoben werden müssen, bevor die Agenten ihr volles Potenzial entfalten können. Das kann sich auf die Akzeptanz und die Lerngeschwindigkeit auswirken. Sehen wir uns kurz drei Bereiche an, die die Einführung von Agenten verzögern, bevor wir uns der richtigen Methode zuwenden, um Agenten zu aktivieren und mit ihnen zu beginnen.

Verzögerung 1: Datenverfügbarkeit und -qualität

Zuallererst haben wir Daten. Damit ein Agent oder eine KI effektiv arbeiten kann, müssen wir sie mit hochwertigen Daten füttern. Wenn wir keine guten Daten haben, wird der Agent weniger in der Lage sein, personalisierte und genaue Antworten zu geben.

Die Datenqualität ist entscheidend. Wenn es um Anwendungsfälle wie Produktempfehlungen, Servicefälle oder Beschwerden geht, führt das Fehlen qualitativ hochwertiger Daten zur effektiven Beantwortung von Fragen zu massiver Frustration mit dem Prozess und der KI und damit zu Enttäuschung.

Das Gleiche gilt für die Verfügbarkeit von Daten. Du kannst eine Menge nützlicher Daten über Kunden, Verträge, Produkte und mehr haben, aber sie sind nutzlos, wenn sie den Agenten nicht zur Verfügung stehen. Typische Beispiele sind Daten, die in Data Warehouses oder Data Lakes gesammelt wurden und nur mit Hilfe von Reporting-Tools oder Datenanalysten auffindbar sind, aber den Geschäftsanwendern oder Agenten nicht zur Verfügung stehen.

Verzögerung 2: Handlungsfähigkeit der Agenten

Agenten können sehr gut über Daten informiert und gut konfiguriert sein, aber sie müssen auch in der Lage sein, Maßnahmen zu ergreifen. Handeln bedeutet, dass sie

Dinge tun können: Aufträge stornieren, Aufträge bearbeiten, Empfehlungen senden, Kommentare zu Fällen hinzufügen und mehr. Diese Aktionen können in Salesforce selbst stattfinden (was einfacher zu erstellen und zu konfigurieren ist), oder sie können externe Aktionen sein.

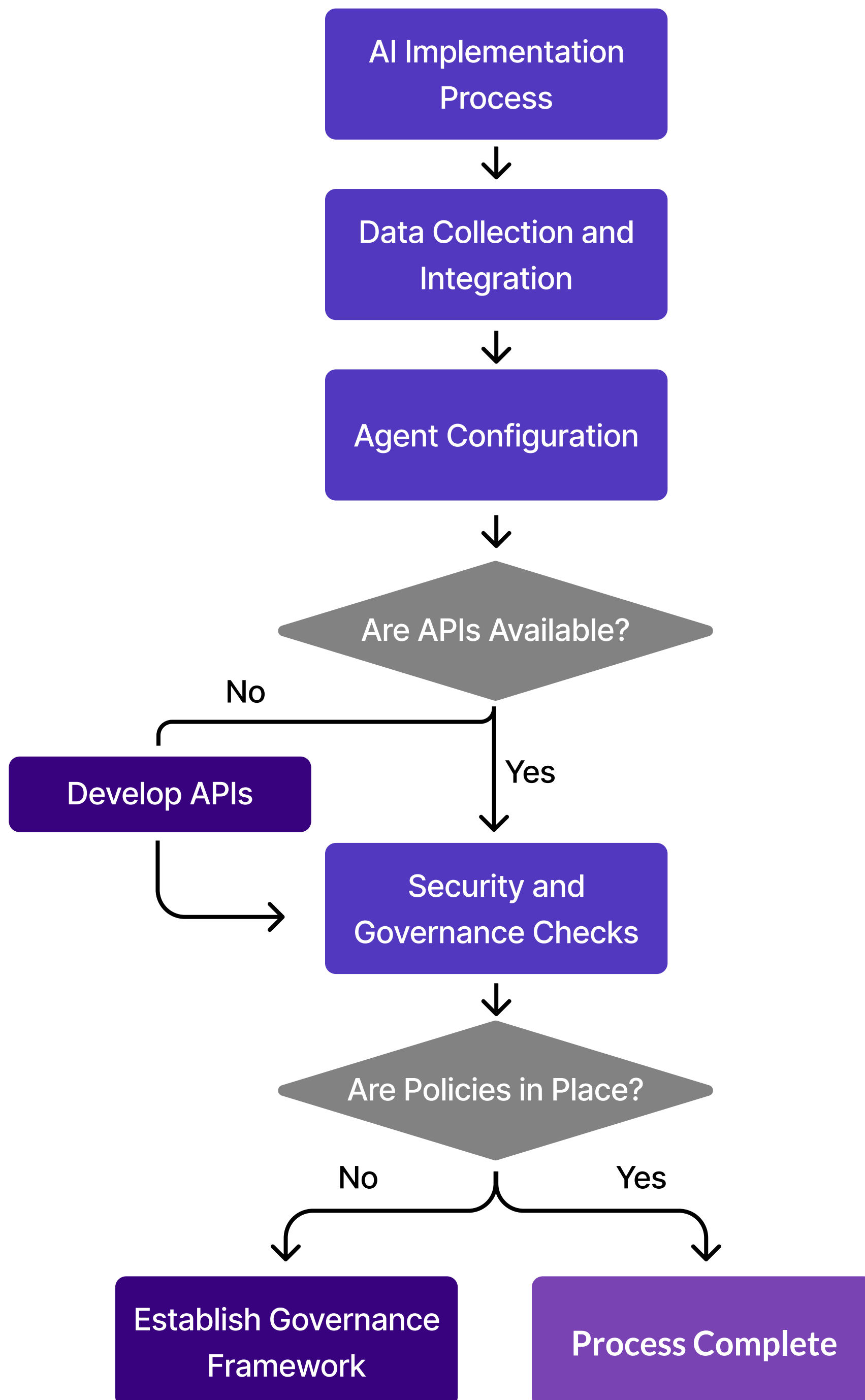
Diese externen Aktionen werden durch Integrationen und APIs gesteuert. Ein Integrationstool wie MuleSoft kann die Verfügbarkeit dieser Aktionen beschleunigen, aber sie erfordern immer noch Zeit und Planung, um sie vor dem Einsatz der Agenten durchzuführen.

Verzögerung 3: Sicherheit, Datenschutz und Governance

Sicherheit, Datenschutz und Governance sind wichtige Themen. Wir können uns einigen Horrorgeschichten über KI, den Zugang zu Daten, Halluzinationen und mehr nicht entziehen. Es ist leicht, Angst zu schüren. Der Einsatz von Salesforce und Agentforce bietet dir das Sicherheitsnetz, das du für den Anfang brauchst. Sie stellen die Vertrauensschicht bereit, die so konfiguriert werden kann, dass personenbezogene Daten maskiert werden, bevor sie an eine KI weitergegeben werden. Sie bietet auch eine Toxizitätserkennung, um sicherzustellen, dass toxische Antworten nicht an die Kunden gehen. Der Prüfpfad ist klar und einfach zu bedienen. Es bietet den Rahmen und die Leitplanken, damit deine Agenten in einer sicheren Umgebung arbeiten können.

Jedes Unternehmen wird seinen eigenen KI-Governance-Ansatz haben müssen. Vielleicht sind es Gremien, Ausschüsse, ernannte Führungskräfte oder eine Kombination davon. Es muss aber nicht überkocht werden. Wenn du noch nichts ausprobiert oder gelernt hast, dann werden dich alle Theorien der Welt nicht davon abhalten, einige Fehler zu machen.

Slowdowns (Data Availability, Agent Availability, Security)



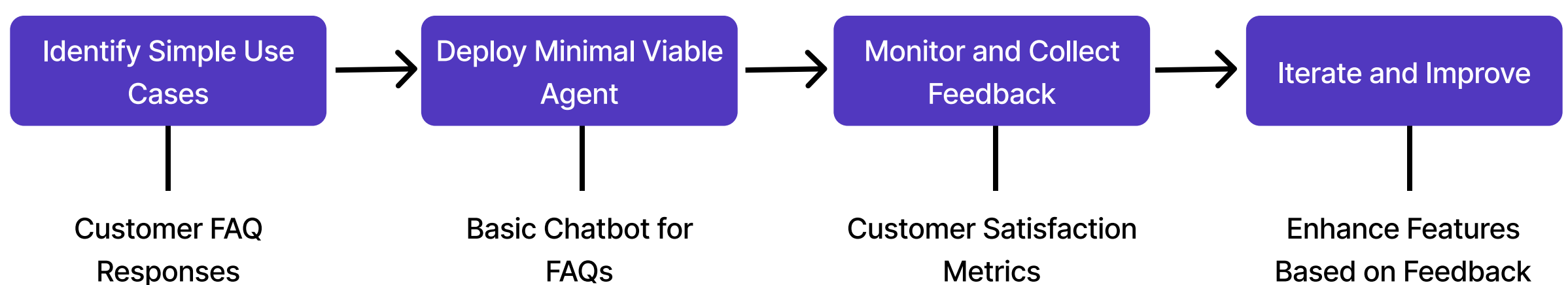
Wie du ohne Verzögerungen loslegen kannst: Testen & lernen

Das ist einer der wichtigsten Teile dieses Whitepapers und der häufigste Fehler der Kunden, wenn sie über KI nachdenken. Sie schauen sich an, was benötigt wird, und alle Abteilungen, die intern involviert sind, und die Datenprobleme und Integrationsprobleme und und und ... sie sind überfordert. Sie halten inne und sagen:

“Wir müssen erst XYZ klären, bevor wir uns das ansehen können.”

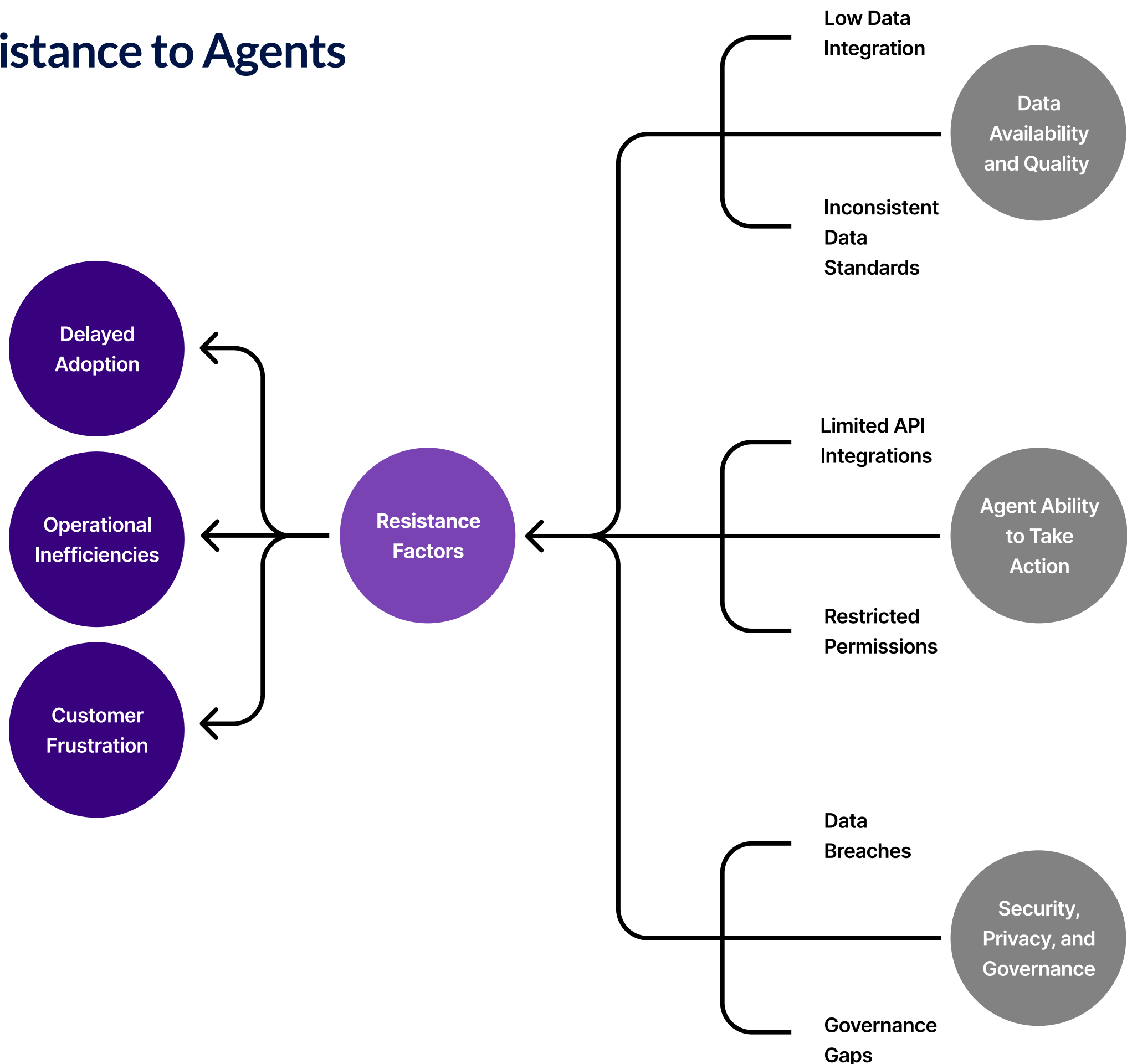
Sechs Monate vergehen, vielleicht zwölf. Die Konkurrenz hat mit dem Lernen und Testen begonnen, du aber noch nicht. Im Zeitalter der KI gerätst du schnell ins Hintertreffen, und es wird noch schwieriger, den Rückstand aufzuholen. Wir müssen anfangen, denn nur wenn du angefangen hast, kannst du lernen, dich anpassen und dafür sorgen, dass die Dinge gut funktionieren.

How to Get Started Without Slowdown



Die gute Nachricht ist, dass einfache Anwendungsfälle schnell implementiert werden können und das Lernen beginnen kann. Agenten, die Kundenfragen auf der Grundlage einer gut ausgebauten Wissensdatenbank beantworten, sind ein einfacher und gut verstandener Anwendungsfall. Fang bald an!

Resistance to Agents



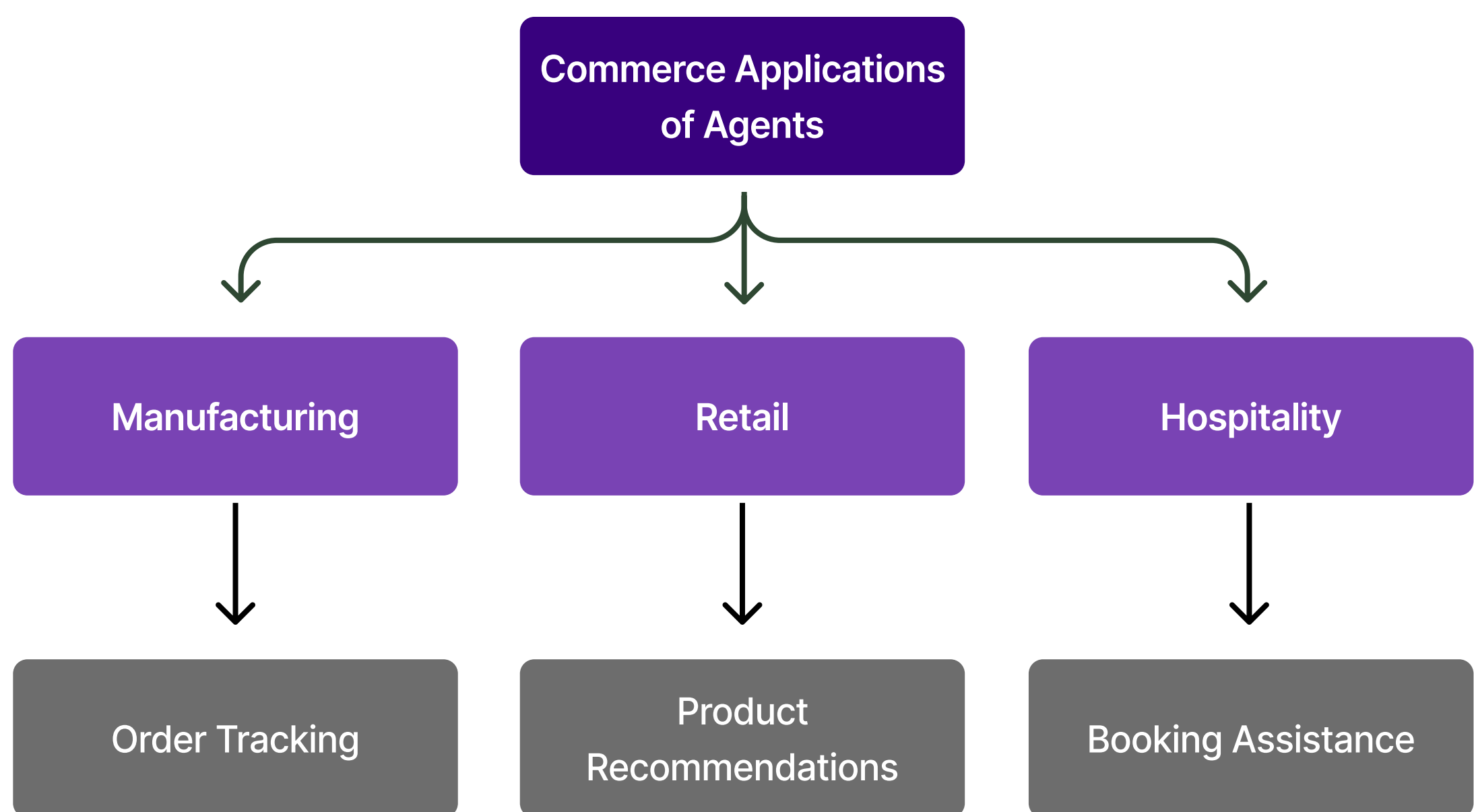
Handel neu gedacht: Über den Einzelhandel hinaus zu umfassenden Transaktionslösungen

Wenn Menschen an Handel denken, denken sie oft an den Einzelhandel - Geschäfte, E-Commerce-Websites, Click-and-Collect und so weiter. Das alles ist Handel, aber es deckt nur einen kleinen Teil davon ab. Es gibt noch viel mehr Anwendungsfälle, wenn wir uns von dem reinen Einzelhandelsdenken lösen und Bereiche wie Gastgewerbe, Veranstaltungen, professionelle Dienstleistungen, Produktion, Vertrieb, Parken und vieles mehr in Betracht ziehen. Grundsätzlich wickeln wir überall Transaktionen ab, sei es mit direkten Zahlungen, Rechnungen, Bestellungen, Kaufverträgen oder auf viele andere Arten.

In diesem Whitepaper gehen wir weit über den Einzelhandel hinaus und betrachten die Konzepte des einheitlichen Handels und des Handels an jedem Ort, was diese

Lektüre für ein viel breiteres Publikum interessant macht, als man vielleicht erwarten würde. In vielerlei Hinsicht ist der Handel die Speerspitze der Innovation bei den Kunden. Wir brauchen uns nur den Aufstieg des E-Commerce, der Online-Bestellung, des Click-and-Collect-Verfahrens, der Apps, des mobilen Einkaufs und vieles mehr anzuschauen, um zu erkennen, dass der Handel bei Innovationen im Bereich der Kundenerfahrung führend ist, und bei den Agenten wird es nicht anders sein.

Commerce as a Domain & Use Cases for Agents



Anwendungsfälle für Agenten

Kommen wir nun zum eigentlichen Kern der Diskussion. Was sind die wichtigsten Anwendungsfälle für Agenten im Handel? Wir alle kennen wahrscheinlich die Anwendungsfälle für den Standard-Kundendienst. Dabei geht es um die Ablenkung und Eingrenzung von Fällen, z. B. die Beantwortung von Fragen aus einer Wissensdatenbank. Hier werden wir uns auf Anwendungsfälle für den Handel oder handelsbezogene Themen konzentrieren, z. B. Bestellungen, Verträge, Produkte usw.

Viele dieser Anwendungsfälle sind sehr branchenunabhängig. Es kann ein Fehler sein, bei Handel nur an den Einzelhandel zu denken. Wie wir bereits gesagt haben, gibt es Handel in jeder Branche!

#1: Produktempfehlungen

Wir können doch nicht ohne das Offensichtliche anfangen, oder? Generative KI wird wirklich schlau aus dem, was wir bisher als ein fast "gelöstes" Problem angesehen haben. In diesem Fall sind Empfehlungen schon seit langem KI-gestützt. Das war die vorherige Generation der KI, die maschinelles Lernen und Algorithmen nutzte, um die Wahrscheinlichkeit einer Übereinstimmung zwischen deinen zuvor gekauften oder angesehenen Produkten und einem zukünftigen Kauf zu bestimmen. Darin sind wir auch ziemlich gut geworden.

Sie stieß jedoch an ihre Grenzen, da die Suche und die Empfehlungen immer noch auf früherem Verhalten oder Wortübereinstimmungen (Fuzzy Matching, Stems, Synonyme, Hypernyme usw.) basierten. Mit der generativen KI können wir jetzt ganz andere Fragen stellen, wie zum Beispiel:

"Zeig mir ein paar Produkte, die ein tolles Geschenk für meine Mutter wären"

"Zeig mir ein paar Produkte, die das Innenraumerlebnis meines Autos verbessern"

"Zeige mir Produkte, die leicht und winddicht für kalte Temperaturen sind"

"Zeig mir Produkte, die mir aufgrund meines bisherigen Verbrauchs ausgehen könnten"

Es gibt zwei Grundprinzipien, wie Agenten und diese Art von Fragen im Vergleich zu früheren Suchparadigmen so leistungsfähig sein können:

Erstens: Natürliches Sprachverständnis

Es mag jetzt offensichtlich erscheinen, aber generative KI und Agenten können natürliche Sprache gut verstehen. Daher verstehen wir einige sehr interessante Wortkombinationen auf einen Schlag. Nimm das dritte Beispiel oben als gutes Beispiel. Auf einer normalen Handelswebsite würdest du wahrscheinlich nach "leichte Jacke" oder etwas Ähnlichem suchen. Wenn es sich um eine spezialisierte Seite handelt, hat sie vielleicht einige Filter, um winddicht oder eine Temperaturangabe zu finden. In vielen Fällen ist das aber nicht der Fall und du musst

dich durch die Produktinformationen und -merkmale klicken. Du könntest versuchen, in der Suche nach "leichten, winddichten Kleidungsstücken für kaltes Wetter" zu suchen, aber wahrscheinlich würdest du das bekommen, was ich beim Experimentieren bekommen habe: nichts!

Jetzt kommen die Agenten und ihre Nutzung von KI ins Spiel. Wenn du einem KI-Chat-Tool die gleiche Frage stellst, siehst du sofort eine Auswahl, die es gesammelt hat. Zugegeben, sie hat diese von Websites gesammelt, auf die sie Zugriff hat, aber der Schlüssel dazu ist, dass die KI die Frage auf einer tiefen Ebene versteht. Bitte sie, Materialien zu empfehlen, und sie wird es tun. Du kannst dies in deine Agenten einbauen und auf deine Produktpalette stützen. Du wirst sehen, wie viel kreativer die Kunden sein werden. Wenn du dich an jüngere Zielgruppen wendest, kannst du davon ausgehen, dass sich diese Art der Suche schnell durchsetzen wird.

Zweitens: Verkettung von vorhandenem Wissen

In vielen der oben genannten Beispiele wird das vorhandene Wissen über einen Kunden oder seine Bestellungen mit der Suche kombiniert. Das ist für die Zukunft von entscheidender Bedeutung. Wir sprechen schon seit vielen Jahren über echte 1:1-Personalisierung im großen Maßstab. Gen AI macht dies mit den richtigen Inputs möglich.

Nehmen wir ein Beispiel aus der Automobilbranche. Wenn du nach Möglichkeiten fragst, den Innenraum deines Autos aufzuwerten, mag das zunächst wie eine vage oder seltsame Frage klingen, wenn du Autos gut kennst. Werden sie nicht mit der Ausstattung gekauft, die sie haben? Kannst du zum Händler gehen, um nach Upgrades zu fragen? Bis vor kurzem wäre die Antwort nein gewesen. Jetzt suchen Autohersteller und Autohäuser nach Möglichkeiten, den Lebenszeitwert der Kunden zu erhöhen und die zusätzlichen Dienstleistungen, die sie anbieten können, zu verbessern.

BMW kündigte zum Beispiel 2023 an, beheizbare Sitze im Abonnement anzubieten.

Die Autos würden mit der Hardware ausgeliefert, aber du müsstest dafür bezahlen, dass sie funktioniert. Das Unternehmen hat diese Ankündigung aufgrund von Verbraucherreaktionen zurückgezogen. Die Zeichen der Zeit stehen jedoch auf Sturm. Viele Menschen abonnieren ihre Autos (siehe JLRs Pivotal-Ansatz). Die Idee, im Winter etwas mehr für Funktionen zu zahlen, die man im Sommer nicht braucht, ist also nicht abwegig. Um auf unser Beispiel zurückzukommen: Die wichtigsten Informationen, die die KI erhalten muss, damit diese Produktempfehlung funktioniert, sind das aktuelle Abonnement und die Funktionen des Kunden sowie alle verfügbaren Optionen. Dann kann der Agent sein Wissen nutzen, um alle internen Upgrades für die Situation des Kunden herauszufinden. In einer Nachricht, mit einer Frage. Schön.

OK, wir haben uns schon oft mit Produktempfehlungen beschäftigt. Salesforce's Agentforce for Shoppers ist ein toller Einstieg in genau dieses Thema.

Bevor wir uns dem nächsten Anwendungsfall zuwenden, schauen wir uns die Vorteile und KPIs an, die mit diesem Anwendungsfall verbunden sind.

Vorteile und KPIs

- Leichteres Auffinden des Gewünschten → Erhöhter durchschnittlicher Bestellwert der Kunden
- Geringere Zeit für Kunden, um zu finden, was sie wollen → Höhere Konversion
- Persönliche Erfahrung auf 1:1-Ebene → Erhöhte Kundenzufriedenheit

2: Einfacher Kauf

Ich sage es nur ungern, aber wäre es nicht einfacher, einem Agenten "Ja" zu sagen, wenn er sagt: "Würdest du das gerne überprüfen und an deine Adresse schicken?" Natürlich wäre es das. Wenn ich das Produkt gefunden habe, das ich möchte, möchte ich so schnell wie möglich auschecken. Schon lange haben Kunden mit uns darüber gesprochen, wie sie Amazons Erfahrung mit gespeicherten Adressen, der Bezahlung

und so weiter so nah wie möglich kommen können, damit es so "ein Klick" wie möglich ist.

Bei Agenten muss es nicht einmal mehr ein Klick sein. Es ist nicht schwer, "Ja" zu tippen. Es ist sogar noch einfacher, "Ja" zu sagen. Habe ich schon erwähnt, dass alles, worüber wir in diesen Anwendungsfällen nachdenken, für die Sprache genauso gilt wie für das Tippen? Ja, natürlich. Agenten sind genauso gut im Verstehen von Sprache wie im Umgang mit Text.

Der Schlüssel dazu ist wiederum der Kundenkontext. Wenn du eine feste Adresse hast, kannst du auch nach Hause liefern. Aber auch die Eingabe einer neuen Adresse ist über den Chat einfach. Kannst du mir deine Postleitzahl mitteilen?", "Hausnummer?", "Kannst du bestätigen, dass es sich um 100 High Street, London EC11 1AA handelt? Das ist sehr einfach, verglichen mit dem Klicken in Felder und dem Tippen. Viele Menschen werden bezweifeln, dass die Konversationsschnittstelle besser ist und sich besser anfühlt als die Verwendung eines Bildschirms. Ich muss mir nur ansehen, wie meine Kinder mit Alexa sprechen, um zu wissen, dass es so ist.

Sicherheit?!

Du denkst wahrscheinlich: Wie sicher ist es für mich, einen Kauf zu tätigen? Wenn ich mein Telefon freigeschaltet habe, gibt es dann eine einzige Hürde für einen Kauf bei Amazon? Nur wenn ich es will! Wir müssen also die Gleichung von Reibung und Betrug in Betracht ziehen. Wir müssen auch alle Kontexte berücksichtigen. Wenn ein Kunde bereits in deine App eingeloggt ist, reicht vielleicht eine schnelle Gesichtserkennung aus, um den Kauf zu bestätigen, während er das Telefon benutzt

Bei der Stimme reicht vielleicht die Spracherkennung aus, wenn auch andere Marker hinzukommen (Standort, Kaufwert usw.). Wir müssen darüber nachdenken und uns darüber freuen.

Vergessen wir nicht, dass mobile Einkäufe mit der Apple- oder Google-Pay-Technologie diesen Widerstand ebenfalls senken. Jeder, der dies in seine Kasse eingebaut hat, hat den sofortigen Anstieg gesehen, der durch diese Möglichkeit eintreten kann. Kein Zweifel, wenn ich das Symbol sehe, bin ich schon zufriedener, besonders bei seltenen Einkäufen. Unterm Strich: Wir können beim Einkaufen mit Agenten so viel geschickter sein.

Vorteile und KPIs

- Weniger Zeit zum Auschecken → Weniger abgebrochene Warenkörbe → Bessere Konversion
- Weniger Zeit beim Auschecken → größere Kaufzufriedenheit → erhöhter Lifetime Value

#3: Unterstützung bestellen

Du könntest kein Agentforce- und Commerce-Papier ohne Bestellungsunterstützung haben. Wo ist meine Bestellung? (WISMO) ist immer noch die Frage Nr. 1 für Unternehmen. Bestellungen können sich verspäten, eine Weile nicht aktualisiert werden oder sich in einem für den Kunden unbekannten Zustand befinden. Das ist der Auslöser für WISMO-Anfragen. Agenten können bei diesen und anderen Auftragsanfragen sehr effektiv sein. Lass uns in die Details eintauchen.

WISMO

Viele Handelsunternehmen haben das in letzter Zeit ganz gut hinbekommen. Der Einzelhandel und die Reisebranche haben hier die Nase vorn, während andere Branchen leicht zurückfallen.

Im B2B-Kontext können Aufträge sogar noch zeitkritischer sein als im B2C-Bereich. Nehmen wir zum Beispiel eine Stahllieferung, die für eine Baustelle benötigt wird. Es kann wichtig sein, dass diese Lieferung nicht nur pünktlich geliefert wird, sondern auch nicht zu früh! Die Kundenerwartungen im B2C-Bereich scheinen immer darauf

abzuzielen, schneller zu sein, ohne sich Gedanken darüber zu machen, wann die Ware verwendet wird. Im B2B-Bereich kann das Timing entscheidend sein.

Die Unternehmen werden darin immer besser. Zustelldienste (FedEx, DHL, DPD, um nur einige zu nennen) haben ihre Möglichkeiten zur Sendungsverfolgung deutlich verbessert und kommunizieren direkt mit den Kunden, oft mit der Anzahl der noch ausstehenden Stopps und der geschätzten Lieferzeit in Echtzeit. Das hat einen großen Unterschied bei der Reduzierung von WISMO gemacht. Wenn dieser Prozess zusammenbricht (d.h. wenn etwas verloren geht!), werden WISMO-Anfragen ausgelöst.

Deshalb scheint WISMO einfach zu sein, ist es aber nicht. Nur den aktuellen Auftragsstatus in deinem internen System zu überprüfen, hilft dem Kunden nicht weiter. Mit der Macht der Agenten können wir viel weiter gehen.

Die Nachricht von einem Agenten:

"Deine Bestellung 0000123 ist in unserem System VERSANDT. Ich habe DHL kontaktiert und kann sehen, dass sie in ihrem Depot in North Seattle ist. Sie liegt dort seit 2 Tagen. Ich habe einen unserer Servicemitarbeiter damit beauftragt, die Sendung für dich zu suchen, denn es ist nicht normal, dass sie so lange im Depot liegt, und das erwartete Lieferdatum war gestern.

WOW! Ist das nicht eine gute Reaktion? Das Beste daran ist, dass dies bereits jetzt mit Agenten möglich ist. Sie können das interne System überprüfen. Sie können die Tracking-Informationen abrufen und die Lieferfirma anrufen, um den Status zu erfahren. Wir können den Agenten Leitplanken geben, wann sie einen Fall melden müssen: "Wenn das Paket länger als einen Tag im Depot liegt, solltest du einen Fall melden, solange das Lieferdatum nicht in der Zukunft liegt." Das ist möglich, weil Zustellunternehmen in bestimmten Mustern scheitern, und diese Muster lassen sich

einem Agenten leicht beibringen und in Anweisungen und Leitplanken umwandeln. Sehr cool.

Auftragsstornierung / einfache Änderung

Es ist eine grundlegende Frage, aber allzu oft ist die Stornierung einer Bestellung ein wenig zu schwierig. Es ist leicht zu argumentieren: Wenn du schon die technischen Möglichkeiten hast, eine Bestellung zu stornieren, warum ist es dann so schwer für einen Kunden, sich in sein Konto einzuloggen und seine Bestellung zu stornieren? Die kurze Antwort ist, dass das nicht der Fall ist, aber eine dialogorientierte Schnittstelle (Sprache oder Text) kann schneller und reibungsloser sein.

Vergleiche diese beiden Szenarien:

- 1** Ich bin zu Hause, nachdem ich die Kinder von der Schule abgeholt habe. Ich habe bei dem Laden, zu dem wir normalerweise gehen, eine Schulhose bestellt. Mir ist aufgefallen, dass ich nur eine Hose bestellt habe, obwohl ich zwei wollte. Ich will nicht stornieren, aber ich will auch nicht noch einmal bestellen und zwei Liefergebühren bezahlen. Ich gehe auf die Website und logge mich (erneut) ein. Ich finde meine Bestellungen. Ich kann keine Schaltfläche zum Bearbeiten der Bestellung sehen, also storniere ich die Bestellung. Ich gebe eine neue Bestellung für die beiden Paare auf. Das war eine Menge Klick, Klick, Klick... Klick.
- 2** Dasselbe Szenario. Diesmal öffne ich WhatsApp und öffne das Geschäftskonto des Unternehmens, bei dem ich bestellt habe. Ich sage, dass ich die Menge eines bestellten Produkts ändern möchte. Der Agent fragt, ob es meine letzte Bestellung war, und ich sage ja. Er fragt, welche Menge an Schulhosen ich haben möchte. Ich sage zwei. Im Hintergrund storniert der Agent die erste Bestellung und gibt eine neue Bestellung mit denselben Daten auf, diesmal für zwei Stück. Er meldet zurück, dass er fertig ist.

War das nicht SO viel einfacher? Lasst uns ein paar Schritte aufschlüsseln:

- Der Agent kann so eingestellt werden, dass er fragt, ob es sich um die letzte Bestellung handelt, denn das ist das häufigste Szenario für eine Mengenänderung.
- Es kann dann die Bestellungen nachschlagen, die letzte datierte Bestellung auswählen und sich die Produkte der Bestellung ansehen. Es gibt nur ein Produkt, du musst also nicht fragen, welches Produkt du ändern willst, sondern nur die neue Menge.
- Der Agent hat nicht mehr technische Möglichkeiten als der Kunde. Er kann auch keine Bestellungen bearbeiten. Er hat die gleiche Storno- und Nachbestellungsroutine durchgeführt. Das hat dem Kunden eine Menge Zeit erspart.

Letzter Punkt? Ich habe es über WhatsApp gemacht, während ich um die Kinder herum gearbeitet habe, eine Nachricht nach der anderen - kein Webbrowser, keine Webadresse, kein Login, etc.

Nachbestellen

Nachbestellungen sind ein einfacher Anwendungsfall im Handel, den Agenten dank ihres natürlichen Sprachverständnisses sehr effektiv erledigen können. Schauen wir uns dies im B2B-Kontext an, denn hier kann es noch effektiver sein, vor allem, weil B2B-Anwendungsfälle häufig einen höheren Nachbestellungsbedarf, größere Mengen und Anpassungen haben.

Nehmen wir an, Clara bestellt bei einem Hersteller, mit dem sie zusammenarbeitet. Ihr Unternehmen kauft viele Artikel von diesem Hersteller, da er Fenster für Gewerbegebiete und Industrieanlagen einbaut. Aufgrund der Art des Geschäfts werden bestimmte gängige Größen für den Standardeinbau vorrätig gehalten, aber es gibt auch Sonderbestellungen für bestimmte Fälle.

Heute muss Clara einige Artikel nachbestellen. Sie hat drei anstehende Projekte, bei denen es sich um Standard-Industrieeinheiten mit je einem Satz Dachfenster und zehn Fenstern und Rahmen handelt.

Sie weiß, dass sie in den letzten Monaten eine Bestellung für etwas Ähnliches aufgegeben hat. Sie bittet unseren freundlichen Mitarbeiter, ihre früheren Bestellungen der letzten sechs Monate zu überprüfen. "Können Sie meine letzte Bestellung finden, die an das Unity Industrial Estate in Denver geliefert wurde?" Da die Agenten nach Bestellungen suchen, das Datum ermitteln und dann die Lieferadressen mit natürlicher Sprache untersuchen können, ist die Bestellung leicht zu finden. Er gibt die Bestellinformationen zurück, einschließlich der bestellten Produkte. "Das ist es! Kann ich diese Produkte in der doppelten Menge nachbestellen und an die Adresse XYZ schicken?" Klar, das kann der Agent ganz einfach tun. Bevor er die Bestellung aufgibt, zeigt er die Produkte und Mengen zur Bestätigung an, zusammen mit der Adresse. Das war's.

Vorteile und KPIs

- Hoher Anteil an einfachen und häufigen Auftragsfällen: Automatisiere 80% der Abfragen, die Menschen machen → Reduziere die Kosten für die Bedienung / setze Humankapital frei
- Kunden zu bedienen, wann immer sie es wünschen → Höhere Zufriedenheit und weniger Verzögerungen bei der Lösung von Kundenbedürfnissen

#4 Abonnements

Abonnements sind ein gängiger Anwendungsfall für den Handel. Nehmen wir an, wir haben ein Hightech-Unternehmen, das Software verkauft. Sie verkaufen die Software pro Platz (was sich durch die KI bald erheblich ändern wird, aber vergessen wir das erst einmal!) Unser Kunde John hat mit dem Unternehmen einen Vertrag über 800 Plätze abgeschlossen. Der Vertrag läuft über 12 Monate zu 50 Dollar pro Platz und endet am 31. Januar. Es ist der 7. Juli, und wenn John 50 Plätze hinzufügen wollte, würde das sicherlich ein Portal, einige verwirrende Bildschirme und das Erinnern an Portaldaten erfordern, die er selten benutzt. Stattdessen beschließt er, es mit dem Agenten zu versuchen.

Nach einer anfänglichen ID&V (Identitäts- und Verifikationsprüfung) kommen sie zur

entreprise qu'il n'avait pas prévue. L'agent répond d'abord par quelque chose. John bittet darum, dass 50 Plätze zu seinem Konto hinzugefügt werden, da sie ein kleines Unternehmen erworben haben, mit dem sie nicht gerechnet haben. Zuerst antwortet der Agent mit etwas Ungewöhnlichem: :

“Ich habe deine aktuelle Nutzerbasis überprüft und es scheint, dass du 70 Nutzer hast, die seit über 6 Monaten inaktiv sind. Willst du wissen, wer das ist?”

Das mag jetzt albern klingen. Sie wollen mehr Plätze verkaufen. Aber um Kunden zu binden, wären sie erstaunt und erfreut, wenn der Kundenservice sie auf etwas hinweisen würde, was sie tun können, um die Situation zu verbessern. Für einen Agenten ist es nicht schwer, das interne System über die API oder vielleicht in Salesforce selbst zu überprüfen, um inaktive Nutzer in ihrem Tool zu sehen. John antwortet, dass das großartig wäre. Im Interesse der Sicherheit wollen wir nicht, dass der Agent persönliche Informationen anzeigt, auch wenn John verifiziert wurde. Stattdessen schickt er die Informationen per E-Mail an John. John sagt, dass das für den Moment reicht und wir uns melden werden, wenn wir noch etwas brauchen.

Nach einer Weile ist John zurück. Er braucht noch 10 weitere Plätze und bittet den Agenten um diese. Dem Agenten wurde mitgeteilt, dass er eine bestimmte Anzahl von Plätzen selbst hinzufügen kann, wenn die Zahlung per Kreditkarte für die verbleibende Laufzeit erfolgt, und dass die Plätze in Zukunft im Rahmen des Verlängerungsprozesses diskutiert werden können. Der Agent fügt diese Plätze zu dem bestehenden Abonnement hinzu und berechnet den geschuldeten Betrag mit Revenue Cloud. Dann schickt er einen Commerce Pay Now-Link an Johns E-Mail und erklärt ihm, dass die Plätze hinzugefügt werden, sobald er über diesen Link bezahlt.

Auch hier überspringen wir die ganze Komplexität, wie man ein Portal nach einer langen Abwesenheit nutzen kann. Der Mythos der Selbstbedienung stößt bei seltenen Nutzern oft auf diese Blocker, und sie melden sich trotzdem. Oft handelt es sich dabei um einen Vertriebsmitarbeiter, der sich das Konto ansehen, ein Treffen vereinbaren oder ein paar E-Mails verschicken muss. Die ganze Sache ist LANGSAM.

Die Technologie ist nicht das Problem, sondern die Schnittstelle

Willkommen bei Agentforce.

Vorteile und KPIs

- Automatisierung einfacher Änderungen an Vereinbarungen → Schnelleres Vorgehen bei komplexeren Änderungen oder Neuverhandlungen
- Schnelligkeit des Wechsels für den Kunden und Chance auf proaktive Bindungsleistungen → Höhere Kundenzufriedenheit und höherer Lifetime Value

#5 Ersatzteile

Garantie und Ersatzteile sind häufige Anwendungsfälle für Hersteller, und Agenten können bei diesem typischen Handelsanwendungsfall eine wichtige Rolle spielen.

“Damit ein Agent hier effektiv arbeiten kann, muss er wissen, welche Teile mit welchen Produkten verbunden sind, wie groß der Bestand an Ersatzteilen ist und welche Informationen der Kunde hat.”

Anstatt dass der Kunde durch ein Portal navigieren oder darauf warten muss, mit einem Menschen zu sprechen, kann er einen Agenten sehr effektiv einsetzen. Ein einfaches Gespräch beginnt mit der Suche nach dem Produkt, das sie haben. "Für welches Produkt brauchen Sie ein Ersatzteil?" Der Kunde kann sagen, dass es für ein industrielles Garagentor ist. Der Vertreter findet das Produkt aus den früheren Bestellungen des Kunden und bestätigt ihm, dass es das richtige ist. "Der Motor funktioniert nicht mehr." Da der Vertreter die Ersatzteile für dieses Produkt kennt, schlägt er den Motor vor, den er für den richtigen hält, und der Kunde bestätigt. Der

Agent gibt die Bestellung auf, nachdem er überprüft hat, ob das Produkt noch unter die Garantie fällt. Ganz einfach!

Wenn das Produkt nicht unter die Garantie fällt, könnte er anbieten, dasselbe mit dem Ersatzteil zu tun, aber stattdessen einen Zahlungslink senden, um die Zahlung entgegenzunehmen, bevor der Motor an den Kunden verschickt wird. Der Agent weiß, was er zu tun hat, weil wir eine einfache Anweisung in sein Set aufgenommen haben: "Wenn das heutige Datum nach dem Enddatum der Garantie liegt, biete einen Zahlungslink an, um das Ersatzteil zu bezahlen."

Vorteile und KPIs

- Problemloser Ersatz von Ersatzteilen → Höhere Zufriedenheit
- Bessere Nutzung von Daten → Weniger Bedarf an internen "Experten", die zu einer Krücke werden

#6 Agenten als Assistenten

Ein weiteres GROSSES Thema ist, wie Agenten unserem internen Team helfen können, mit weniger Zeitaufwand und besserer Genauigkeit mehr zu erreichen.

Kundenbetreuung zum Anfassen

Wir hören von unseren Luxuskunden, dass die Vorstellung, mit einem KI-Agenten zu sprechen, nicht gut ist. Ihr Angebot basiert auf einem sehr persönlichen, menschlichen Kundenservice, der den Kunden zur wertvollsten Person für das jeweilige Teammitglied in diesem Moment macht. Das Einkaufserlebnis ist genauso Teil des Angebots wie das Produkt selbst. Die Vorstellung, dass sie mit einem KI-Agenten sprechen, widerspricht dem im Kern.

Dennoch können Agenten eine wichtige Rolle in diesem System spielen. Einer der wichtigsten Punkte ist, dass du deinen Kunden unglaublich gut kennen musst. Wir können Agenten einsetzen, um unsere Teammitglieder dabei zu unterstützen, genau das zu tun.

Die Kundin betritt den Laden, und der Verkäufer erkennt sie sofort. Er sieht sie schnell auf einem (sehr eleganten) Tablet nach und bekommt einen schnellen Überblick über sie als Kundin. Eine Zusammenfassung, die Informationen enthält wie:

- Lifetime Value und Ausgaben in den letzten zwölf Monaten
- Letztes Kaufdatum und welches Produkt
- Wichtige Vorlieben und Hinweise
- Die wichtigsten Produktbereiche, die sie häufig kaufen und die sie nicht kaufen
- Alle wichtigen Termine, die kurz bevorstehen

Mit all diesen Informationen kann der/die Assistent/in sofort ein gutes Gespräch führen, ohne sich auf sein/ihr Gedächtnis zu verlassen. Die großartigen Mitarbeiter/innen dieser Marken haben ein ausgezeichnetes Gedächtnis für ihre Kunden, aber sie sollten sich auch darauf verlassen können. Die Konversation kann nun Folgendes beinhalten:

"Wie läuft es mit der schwarzen Kupplung für dich? Wie ich sehe, benutzt du sie jetzt."

"Ich glaube, du hast bald Geburtstag. Wir haben etwas Besonderes für dich."

"Letztes Jahr hast du ein Geschenk für ein Baby gekauft. Wie geht es ihnen?"

Im Wesentlichen zeigt die Konversation, wie gut wir den Kunden kennen, und das können wir in die Konversation einbringen, um ein besseres Erlebnis zu schaffen. Natürlich kann dies auch auf vorgeschlagene Aktionen, Produktvorschläge, personalisierte Rabatte und so weiter ausgedehnt werden. Die Liste lässt sich beliebig fortsetzen und zeigt, wie ein Agent durch unsere Menschen ein besseres Einkaufserlebnis im Laden schaffen kann.

Merchandiser assistieren

Agentforce for Merchandisers ist eine Suite von Tools, die Merchandisern von Commerce-Sites helfen, effizienter zu arbeiten. Wir sehen dies als einen wichtigen Trend für die Zukunft, in der ein Chat oder eine Textschnittstelle von vielen bevorzugt wird, statt Klick, Klick, Klick.....klick!

Stell dir vor, du würdest stattdessen eine Werbeaktion mit natürlicher Sprache einrichten. "Erstelle eine Werbeaktion für alle Kunden, bei der sie das günstigste Produkt kostenlos erhalten, wenn sie drei Produkte aus der Kategorie Solarpaneele kaufen. Die Aktion ist vom 1. Januar bis zum 1. Februar gültig und kann mit dem Code SOLAR3 aktiviert werden." Das ist viel einfacher als die wahrscheinlich mehr als 100 Klicks, die nötig wären, um all diese Auswahlen über eine Standardschnittstelle zu treffen.

Kommen wir zu den Produktbeschreibungen. Gute Produktbeschreibungen zu verfassen, erfordert Zeit und Mühe. Die Beschreibungen, die von den Einkäufern an das Merchandising weitergegeben werden, sind oft zu einfach und konzentrieren sich eher auf die Merkmale als auf den Verkauf des Produkts. Verwandle sie in attraktivere Beschreibungen, indem du den Agenten bittest, deine Beschreibungen für mehrere Produkte auf einmal zu erstellen. Übersetzungen sind der nächste offensichtliche Anwendungsfall für diejenigen, die mehrere Länder bedienen.

Zum Schluss wollen wir uns noch etwas ansehen, das noch mehr über Erkenntnisse durch Gespräche aussagt. Oana fragt ihren Agenten: "Sag mir, welche Kategorien im letzten Monat am wenigsten Umsatz gemacht haben?" Der Agent kommt zurück und zeigt ihr diese Kategorien. Diese Erkenntnis ist nützlich, aber es kommt auf die darauf folgenden Aktionen an. "Welche Vorschläge gibt es, um die Leistung dieser Kategorien zu steigern?" Es wird eine Liste angezeigt, und wie wir bereits gesehen haben, können diese sofort erstellt werden. Auch hier wird der gesamte Prozess der Prüfung, Zusammenfassung und Ausführung erheblich beschleunigt und vereinfacht.

Vorteile und KPIs

- Reduziere die Zeit für Aufgaben mit hohem "Klick"-Anteil → Höhere Mitarbeiterproduktivität
- Bessere Nutzung von Daten → Höhere Kundenzufriedenheit durch "gesehen werden"

Benefits and KPIs	Benefit	KPI	Detailed Vision
Increased CSAT (Customer Satisfaction)	Improved customer satisfaction through personalized interactions.	Higher customer satisfaction scores and repeat purchase rates.	Agentforce streamlines customer service by providing agents with relevant customer data and insights, allowing them to resolve issues more effectively. This results in quicker response times and more personalized service, enhancing overall customer satisfaction.
Higher Average Order Value	Upselling and cross-selling through targeted recommendations.	Increase in average order value and revenue per customer.	Agentforce simplifies the checkout process by minimizing the number of steps required to complete a purchase. It can also offer personalized discounts or promotions at checkout, encouraging customers to finalize their purchases quickly.
Ease of Purchase	Streamlined purchasing process with fewer clicks and personalized offers.	Reduction in cart abandonment rates and faster checkout times.	By understanding customer purchase patterns, Agentforce suggests complementary products or upgrades. For instance, if a customer is buying a smartphone, Agentforce might recommend a protective case or a wireless charger, thereby increasing the total purchase value.
Reduced Abandoned Carts	Targeted recommendations and reminders to complete purchases.	Decrease in cart abandonment rates and increase in completed sales.	Agentforce sends personalized reminders or offers incentives to customers who have left items in their carts. It also analyzes abandonment patterns to identify common issues, such as high shipping costs or complicated checkout processes, and suggests improvements to reduce abandonment rates.

Abschließende Zusammenfassung - Die Zukunft des Handels mit Agenten

An KI und Agenten führt kein Weg vorbei. Dies ist wahrscheinlich die größte technische Innovation seit dem Internet oder dem modernen Smartphone. Die erste gab uns die Möglichkeit, uns mit jedem und überall zu verbinden. Die zweite ermöglichte es uns, diese Fähigkeit auch unterwegs auf eine viel benutzerfreundlichere Weise zu nutzen.

Diesmal gehen wir einen Schritt weiter, denn Computer können zunehmend unsere natürlichen Sprachabsichten verstehen und entsprechend handeln. Bis zu diesem Zeitpunkt musste dies über eine Schnittstelle geschehen, bei der sich der Mensch an den Computer anpasst - Tastatur, Maus, Apps, Bildschirme, Formulare, Abläufe und so weiter. Hier kehren wir zu unserem natürlichen Zustand der Konversation zurück. Menschen werden immer besser darin, mit Agenten zu sprechen, und Agenten werden immer besser darin, zu verstehen, was wir sagen, um Handlungsoptionen zu bieten. Text und Tippen sind der Anfang, aber die Stimme wird immer wichtiger.

Wie bereits erwähnt, wird die Kluft zwischen denen, die anfangen, testen und lernen, und denen, die abwarten, was passiert, immer größer. Das haben wir bereits in den Bereichen Personalisierung, mobiler Handel, Kundenbindung und mehr gesehen. Agenten sind ein weiterer Bereich. Jedes Mal, wenn dies geschieht, wird die Geschwindigkeit der Iteration schneller. Was sich früher vielleicht im Tempo einer ganzen Generation entwickelt hat, braucht jetzt nur noch ein paar Jahre, um mitzuhalten.

Die Zeit ist gekommen.

[Contact us](#) today to schedule a consultation and see how our tailored solutions can accelerate your AI-driven customer engagement strategy.

AUTORS



Rob Smith

Global VP of Technology at OSF Digital



Mike Cain

Senior Director of Product Management,
Commerce Cloud AI at Salesforce

salesforce

OSF | DIGITAL

OSF Digital is a global leader in digital transformation, specializing in Salesforce solutions that drive operational efficiency and business growth. With expertise in AI and composable architectures, OSF Digital empowers businesses to create seamless, future-ready customer experiences. Leveraging data-driven insights, OSF helps clients enhance performance, optimize processes, and scale for success. From innovative commerce solutions to managed services, OSF Digital is committed to helping companies maximize their digital investments and achieve measurable business outcomes.

Thank you for reading.

Join the conversation

