

IBM Watson optimiert Kundenservice der Lufthansa Group

Lufthansa und IBM kooperieren im Bereich der Künstlichen Intelligenz / Das neue AI Studio nutzt die IBM Garage-Methode

Ehningen - 29 Okt 2019: IBM und die Lufthansa Group setzen mit dem Lufthansa AI Studio auf ein gemeinsames Entwicklungsteam für Künstliche Intelligenz (KI). Ziel ist es, mithilfe von KI-Technologien Antworten auf gegenwärtige und künftige wirtschaftliche Herausforderungen zu finden, zum Beispiel zur Verbesserung des Kundenservice. Im Rahmen der Beauftragung von IBM Services durch die Lufthansa Group arbeitet ein Team von IBM KI-Experten gemeinsam mit Mitarbeitern der Lufthansa an KI-gestützten Lösungen, welche die Prozesse der deutschen Premium-Fluglinie weiter verbessern. Das interdisziplinäre Team des Lufthansa AI Studios arbeitet nach dem Konzept der IBM Garage, um neue KI-basierte Geschäftsideen und Services schnell auf ihre Tauglichkeit hin zu prüfen und dann in Pilotprojekten zu implementieren und im Unternehmen auszurollen.

Besserer Kundenservice mit dem AI Studio

Das AI Studio arbeitet parallel an mehr als zehn verschiedenen Lösungen für unterschiedliche Fachbereiche im Konzern. Der Fokus liegt derzeit auf Anwendungen für den Vertrieb, den Kundenservice sowie auf den operativen Bereichen.

Zu den ersten Projekten des Lufthansa AI Studios gehörte die Einbindung von IBM Watson-Lösungen in das Service Help Center (SHC). Die 22 Mitarbeiter des SHC unterstützen 15.000 Agenten der Lufthansa Group an weltweit 180 Stationen bei der Beantwortung von Serviceanfragen rund um die Check-in und Boarding Prozesse. Dort fallen aktuell mehr als 100.000 Support-Calls pro Jahr an, die nun durch den Einsatz von IBM KI-Services deutlich effizienter bearbeitet werden können. Mit der etablierten Lösung können bisher getrennte Datenquellen übergreifend nach möglichen Lösungsansätzen und Antworten für Kundenanfragen durchsucht werden. Die SHC-Mitarbeiter können ihre Anfragen in natürlicher Sprache formulieren. Durch entsprechendes Training „versteht“ die Lösung dabei auch sehr fachspezifische Begriffe aus der Luftfahrt und konzerneigene Begrifflichkeiten. Hierzu verwaltet, durchsucht, analysiert und interpretiert IBM Watson die verschiedenen Wissensquellen, wie zum Beispiel SharePoint und interne Ticketsysteme. Neben kürzeren Wartezeiten der Kunden am Check-In wurde auch die Qualität der Auskünfte insgesamt erhöht.

Folgeprojekte sorgen für mehr Agilität und Innovation

Durch den Erfolg der ersten Lösungen steigt das Interesse an den Möglichkeiten der KI-Technologie spürbar und das AI Studio bearbeitet kontinuierlich neue Anfragen und Projekte aus den verschiedensten Fachbereichen. Ein Schwerpunkt liegt auf der Unterstützung weiterer Helpdesk Use Cases, z.B. im Endkunden Call Center und der Unterstützung im Bereich Customer Feedback Management. Die Daten werden dabei mit einer Kombination aus verschiedenen IBM AI-Cloud Services analysiert und z.B. durch Natural Language Processing, Sentiment-Analyse oder auch bei der Interaktion mit einem Chatbot den Mitarbeitern intelligent aufbereitet zur Verfügung gestellt. Ein Beispiel hierfür ist die KI-gestützte Sentiment-Analyse von Social Media Meldungen auf unterschiedlichen Kanälen der Lufthansa Group.

Unter dem Motto ‚Think Big - Start Small - Fail Quickly - Scale Fast‘ werden im Rahmen einer agilen

Projektvorgehensweise sämtliche Use Cases und Innovationsideen im AI Studio nach dem Konzept der IBM Garage durchdacht, vorangetrieben und umgesetzt.

„Das Lufthansa AI Studio setzt die langjährige, erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen IBM und der Lufthansa Group fort“, erklärt Harry Becker, Associate Partner bei IBM Global Business Services. „Das Besondere an dieser Kooperation ist, dass wir im Rahmen des AI Studios mit einem jungen und hochmotiviert agierenden Team die Strukturen geschaffen haben, um anspruchsvolle Innovationsvorhaben kurzfristig zu verproben und bei Eignung für den weiteren Einsatz im Unternehmen schnell umsetzen zu können.“

„Wir befinden uns in der Luftfahrtbranche in einem sehr engen Wettbewerbsumfeld. Unsere Premiumstrategie und das Serviceversprechen an unsere Kunden unterscheiden uns positiv von der Konkurrenz“, sagt Mirco Bharpalania, Leiter Data Analytics bei der Lufthansa Group. „Wir sind überzeugt, dass wir durch den Einsatz von modernen Technologien zum einen das Erlebnis für unsere Kunden noch weiter steigern können. Zum anderen wollen wir unsere Mitarbeiter in die Lage versetzen, stets die richtigen Entscheidungen zu treffen, in dem sie die benötigten Informationen zur richtigen Zeit in der richtigen Aufbereitung zur Hand haben. Wir haben frühzeitig erkannt, dass KI-Lösungen ein Vorteil bei der Weiterentwicklung unserer Service- und Geschäftsmodelle sind. Daher haben wir gemeinsam mit IBM das Lufthansa AI Studio ins Leben gerufen. Der Erfolg der ersten KI-Projekte zeigt, dass die sehr enge und agile Zusammenarbeit mit unserem Partner IBM echte Innovationen hervorbringen kann, die uns bei unserer strategischen Weiterentwicklung maßgeblich unterstützt.“

Der Vertrag wurde im 1. Quartal 2019 unterzeichnet.

Kontaktinformation

Dagmar Domke

IBM Unternehmenskommunikation +49 170 480 8228 dagmar.domke@de.ibm.com

Lara Matuschek

Media Relations Lufthansa Group +49 69 696 6472 lara.matuschek@dlh.de

<https://de.newsroom.ibm.com/2019-10-29-IBM-Watson-optimiert-Kundenservice-der-Lufthansa-Group>