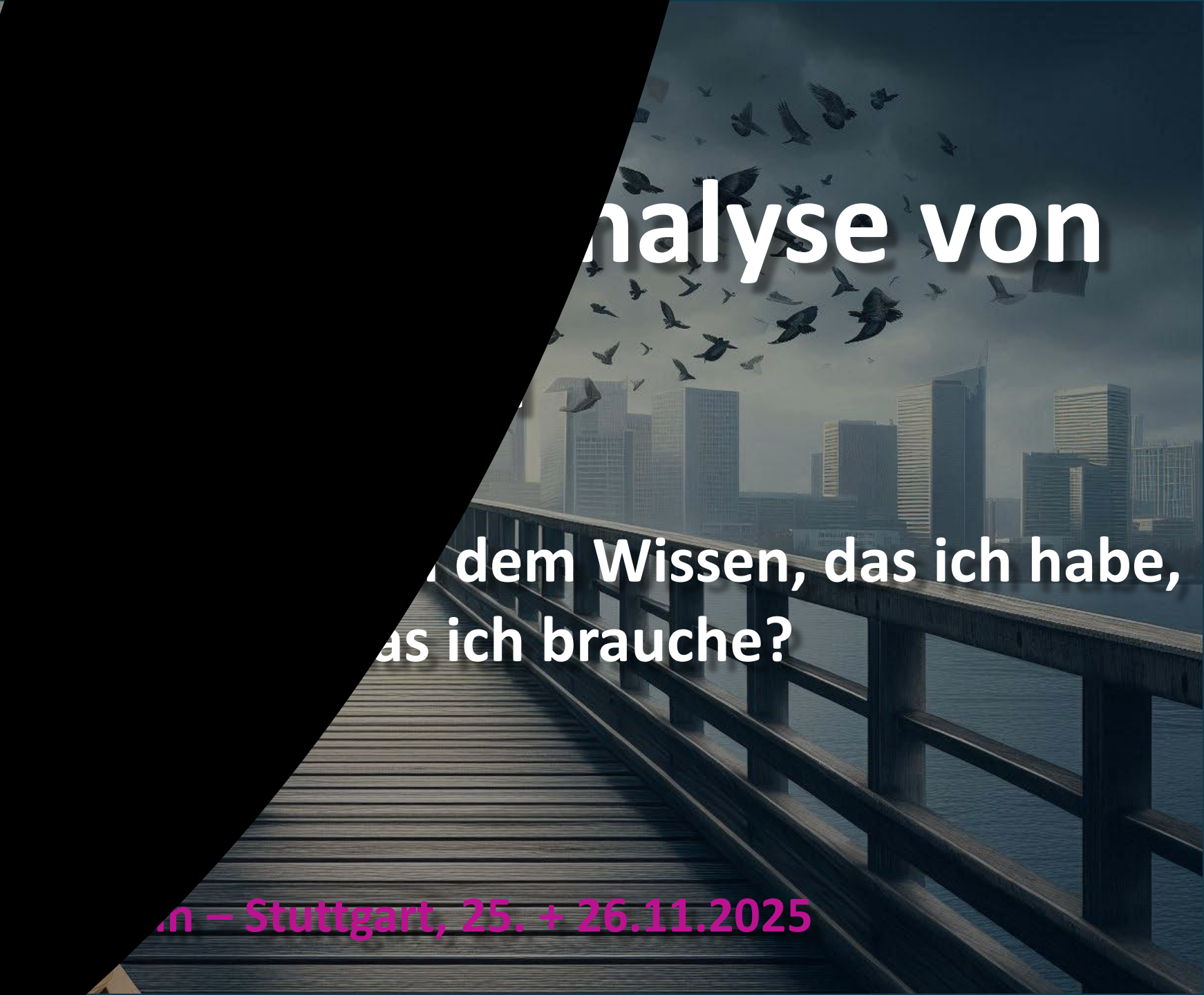


eGain

WILLKOMMEN



KI-gestützte



analyse von

Wie schreibe ich mir das Wissen, das ich habe,
auf, um es zu analysieren und zu verstehen, was ich brauche?

in – Stuttgart, 25. + 26.11.2025



Ihr Referent

eGain

Uwe Schiefelbein

Regional Manager Sales DACH/BeNeLux

Mobile: +44 (0)7919 375 129

E-Mail: uschiefelbein@egain.com

Website: www.egain.com

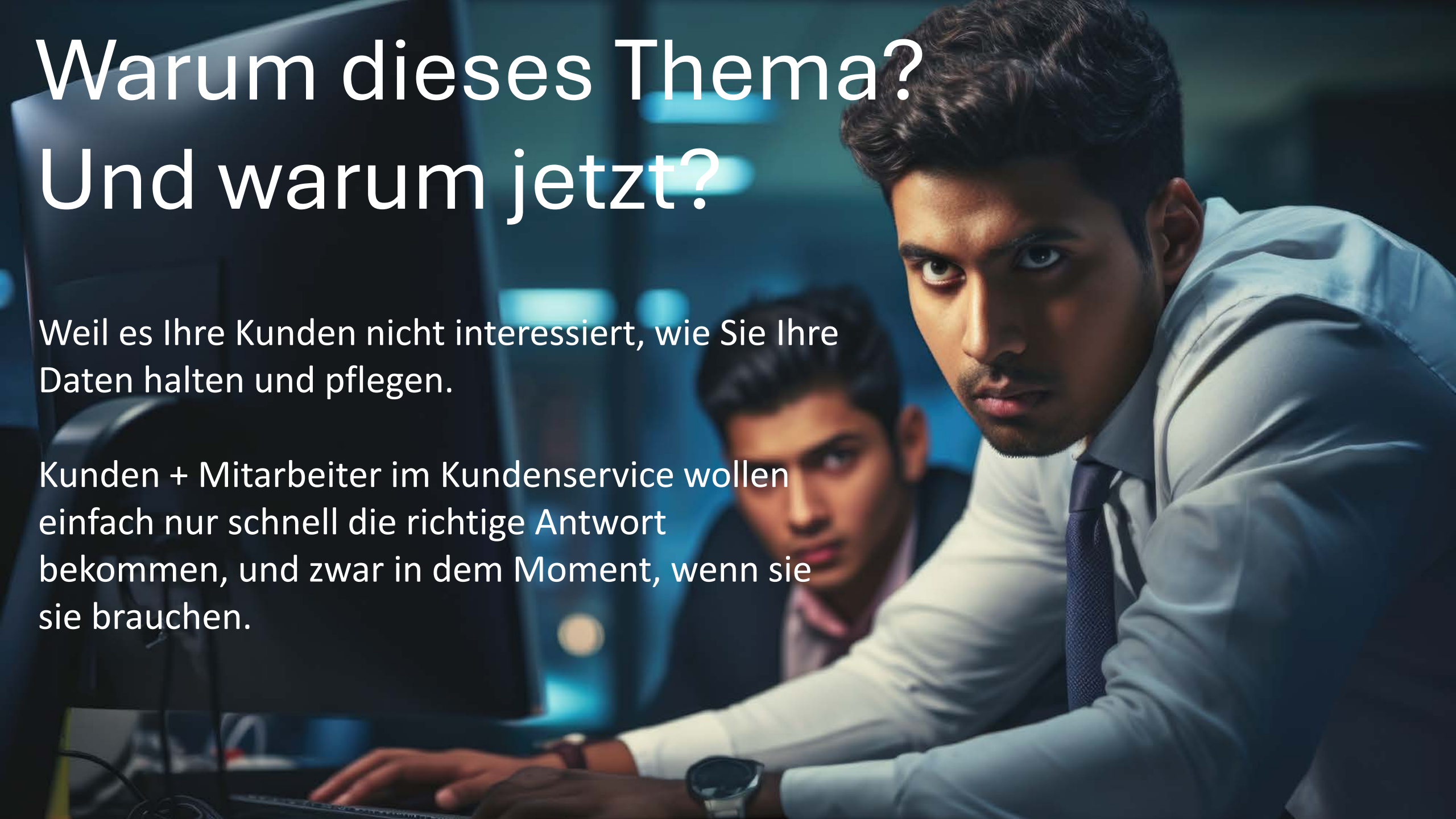
eGain Communications Ltd

- German Office
Nextower, Thurn-und-Taxis-Platz 6, 60313 Frankfurt am Main, Tel. +49 (0)69 257375-468
- UK Office
St Catherine's House, Oxford Street, Newbury RG14 1JQ, United Kingdom

Warum dieses Thema? Und warum jetzt?

Weil es Ihre Kunden nicht interessiert, wie Sie Ihre Daten halten und pflegen.

Kunden + Mitarbeiter im Kundenservice wollen einfach nur schnell die richtige Antwort bekommen, und zwar in dem Moment, wenn sie sie brauchen.



Problem Statement

Produktivitätsverluste
und hohe
Eskalationsraten

Der Wissensbedarf entwickelt
sich schneller, als die Inhalte
Schritt halten.

Explosion von Daten
vs
"Verwertbares" Wissen

Hoher Aufwand für Agenten bei
der Suche nach Antworten,
schlechter Self-Service,
inkonsistente Antworten

Fragmentierte Daten-
Infrastruktur

Erwartung der
Kunden sind höher
denn je



Problem Statement

Das klassische Problem: „Wir haben viele Inhalte, aber sie helfen uns nicht weiter.“

Der Wildwuchs an Inhalten führt zu Verwirrung, Ineffizienz und schlechten Ergebnissen (Quantität vs Qualität)

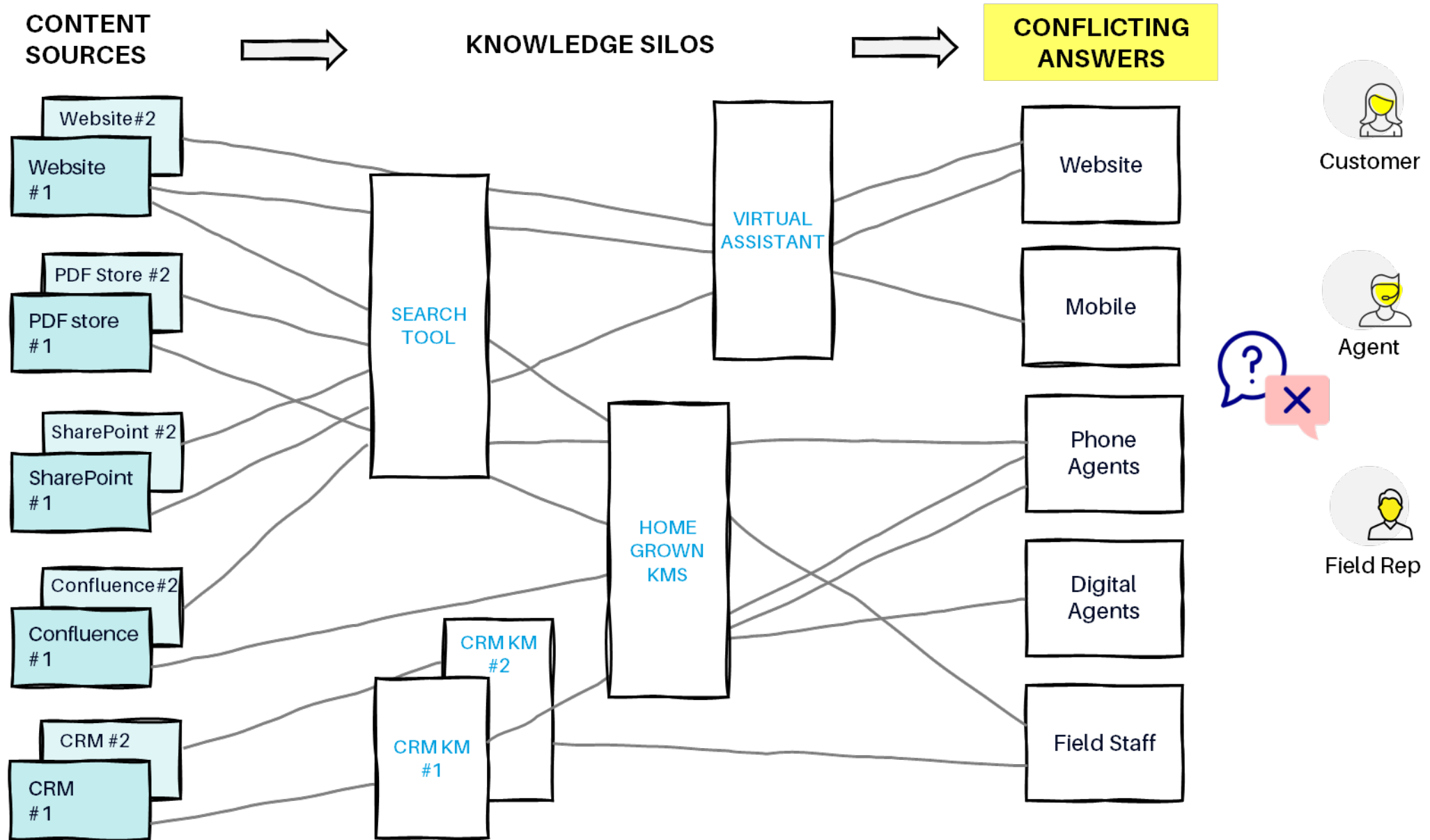
Der Wettbewerbsvorteil verlagert sich zunehmend in Richtung „Wissensagilität“

Die Mitarbeiterzufriedenheit steht in direktem Zusammenhang mit dem Zugang zu Wissen

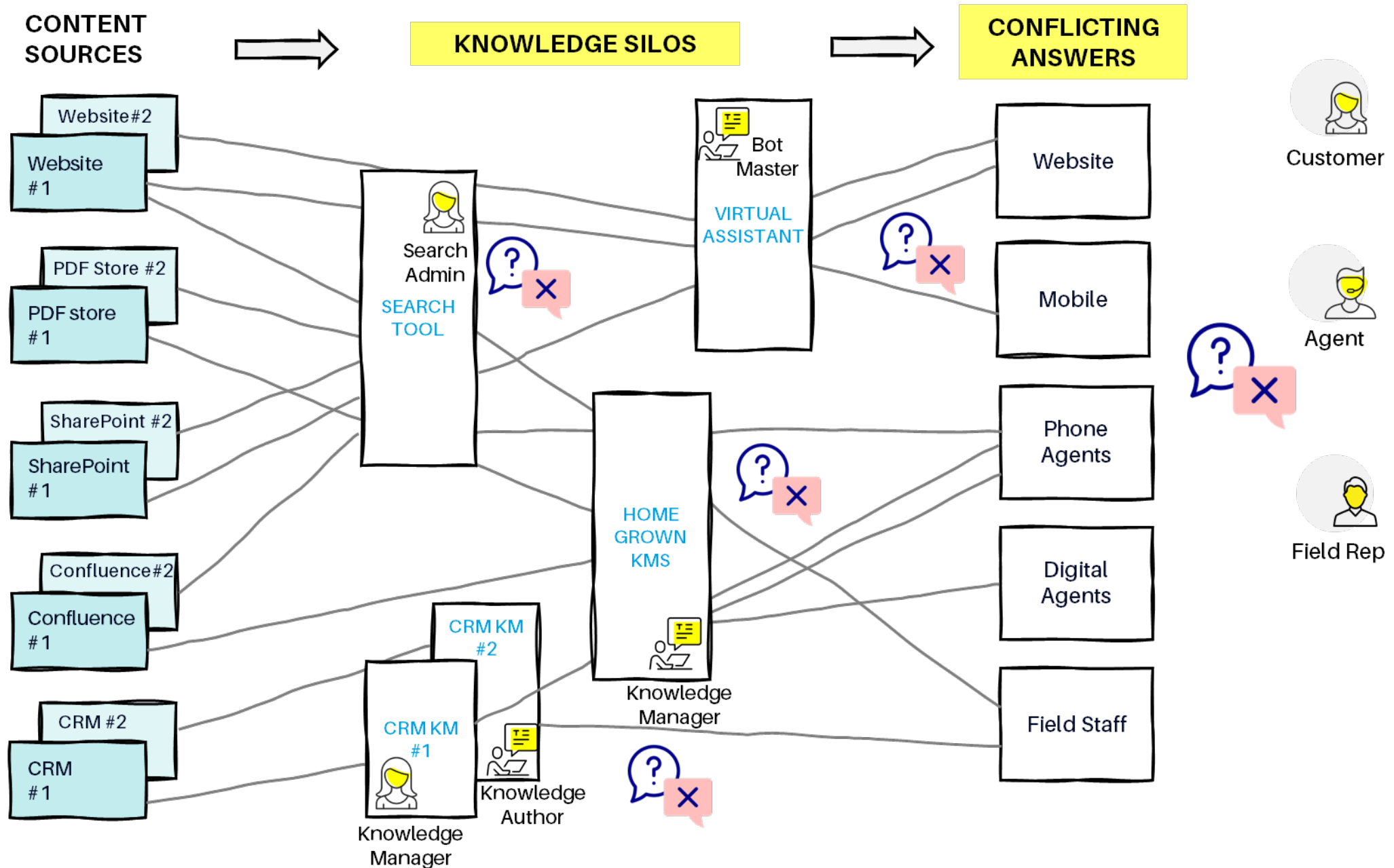
Wissen
ist vergänglich
(statisch vs dynamisch)

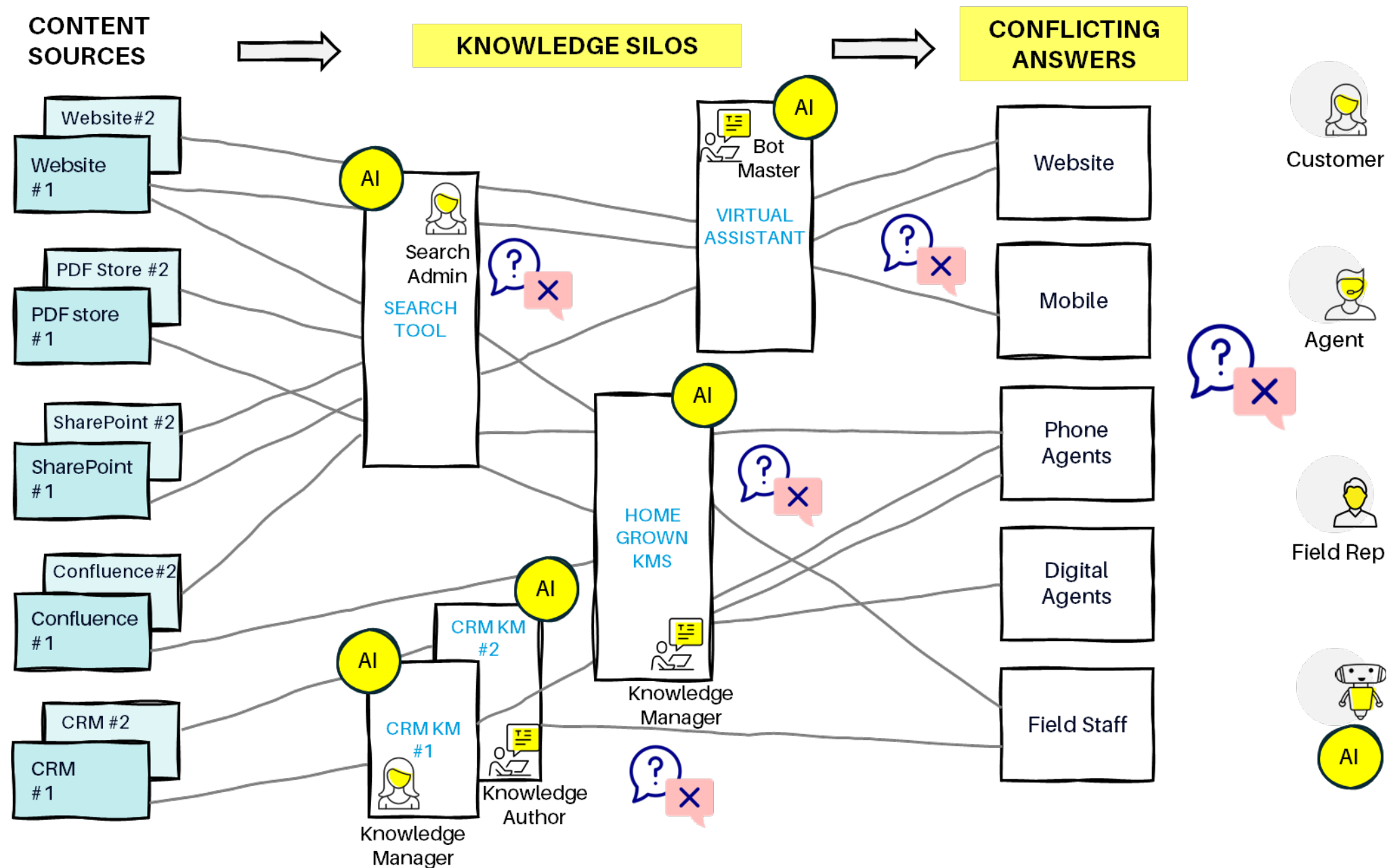
Compliance und Markenrisiko

Status Quo - Fragmentierte Datenwelt

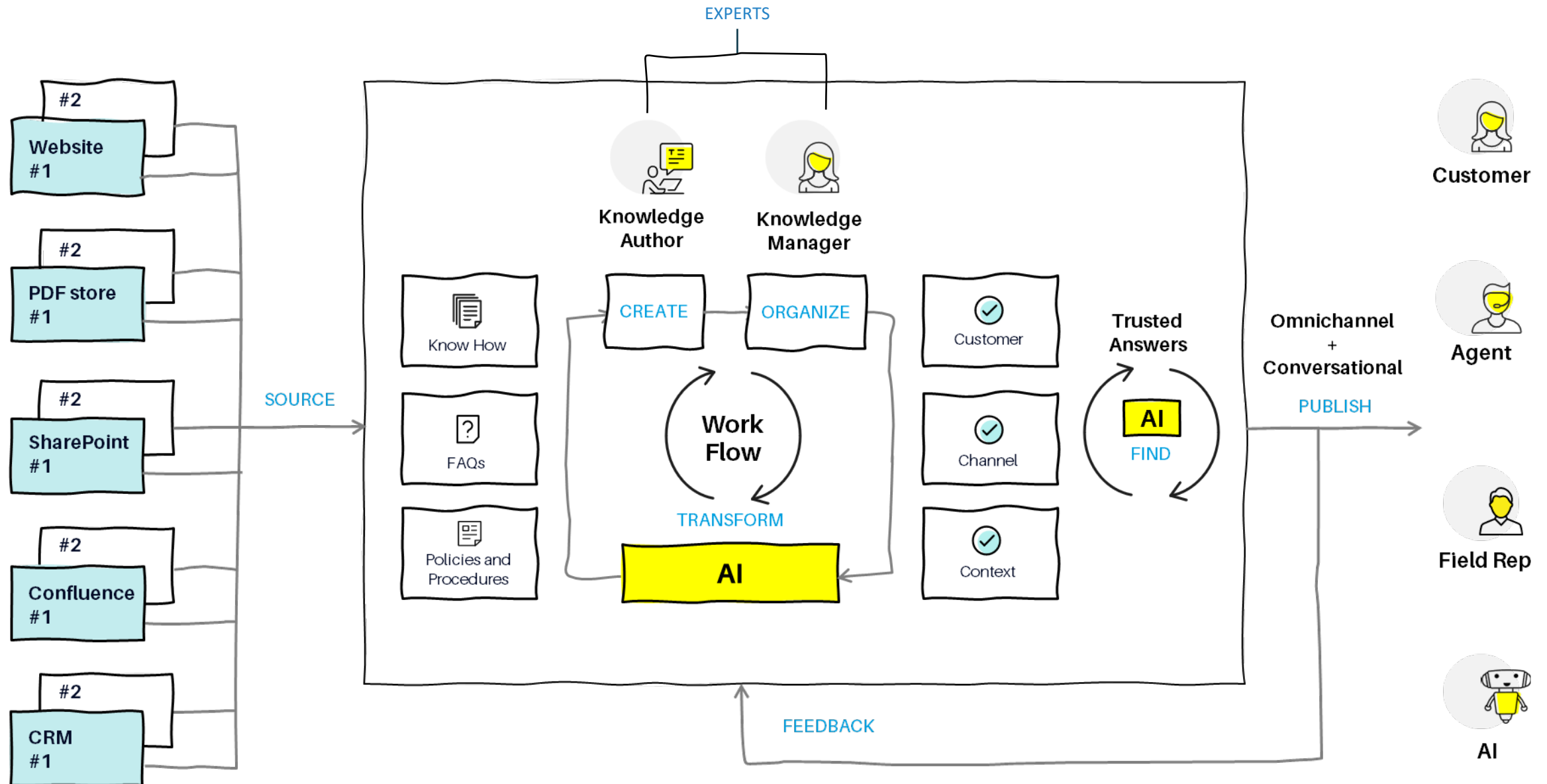


“Viele Köche verderben den Brei”





“Knowledge Hub” Ansatz



Traditioneller Ansatz: (Re)Organisieren, was man *hat*



Bestandsaufnahme und Reorganisation bestehender (auch veralteter) Inhalte.

Annahme: Verbessertes Auffinden von Information.

Problem:
Fokus ist auf was man hat, nicht auf was fehlt.



Standardansatz: Bereinigung / Migration bestehender Inhalte auf neue KM-Plattform.

Annahme:
Aktuelle Inhalte sind gut
Problem:
Fragmentierung, fehlende Evaluierung auf Aktualität, Relevanz, Korrektheit, Nutzung, Redundanz.



Kritische Frage: Optimieren wir wirklich das richtige Wissen?

Sind datengestützte Erkenntnisse vorhanden, welches Wissen die Endanwender wirklich brauchen?

„Optimierung“ = Zeitverschwendung?



Aufwändig und auf Annahmen basierend

Verbraucht Ressourcen ohne zu überprüfen, ob die User Experience verbessert wird.

Verbraucht Ressourcen
Relevanz / Nutzen?



Fehlende Erfolgsmessung/Definition von KPIs **vor** Migration (z.B. FCR, AHT)

- Limitierte Feedback-Loops.
- Fragmentierte IT Landschaften.
- Isolierter LoB Fokus
- kein holistischer Ansatz

Paradigm Shift



Paradigm Shift

Beginnen Sie mit dem Wissen, das Sie **benötigen**, nicht mit dem, was sie haben...

A

Den traditionellen Prozess umkehren -> 'nutzerorientierte' Denkweise
Anstatt zu fragen, welche Inhalte haben wir, frage: Was müssen die Anwender jetzt wissen?

B

Beginnen Sie damit, zu verstehen, nach was die Nutzer (CS Agenten, Kunden, Mitarbeiter) fragen oder suchen (z.B. Chats/Emails/Call Transcripts/Suchanfragen/Support Tickets)

C

Identifizieren Sie fehlende, unklare oder irreführende Inhalte auf der Grundlage realer Interaktionen

D

Nutzen Sie KI, um An- und Nachfragen zu priorisieren, z.B. erkennen fehlgeschlagener Suchanfragen, Chatbot-Abbrüche oder Fälle mit hoher Eskalationsrate

E

Entwerfen Sie Inhalte rund um die Aufgaben, die Anwender / Kunden lösen wollen, nicht um Taxonomie (oder auch Wissen um interne Organisationsstrukturen herum)

Wie KI dabei hilft, die Lücke zu schließen

1

Das Unsichtbare sichtbar machen – „Unternehmen wissen nicht, was sie nicht wissen“ -> KI-gestützte Wissenslückenanalyse

2

KI kann Muster erkennen, die Sie nicht sehen können. Erkennung aufkommender Trends – „Wissen, was als Nächstes kommt“

3

Search Analytics – “Verstehen, was Kunden/Service Agents suchen, aber nicht finden”

4

Automatisierte Wissensgenerierung und -vorschläge – „Entwürfe in Maschinengeschwindigkeit“

Wie KI dabei hilft, die Lücke zu schließen

5

Kontinuierliche Feedback-Schleifen und selbstlernende Systeme – „Nie wieder veraltet“ (Wissensverfall ist unvermeidlich, aber KI hilft bei der Pflege!)

6

Kontextbezogene und personalisierte Wissensvermittlung – „Das richtige Wissen zum richtigen Zeitpunkt“

7

Vorausschauender Wissensbedarf – „Probleme lösen, bevor sie entstehen“

8

Bewertung von Qualität, Relevanz und Redundanz – „Die Wissensdaten-bank „gesund“ halten“

Wo fange ich an, die Lücke zu schließen



Beginnen Sie mit Analysen, nicht mit Annahmen.

Priorisieren Sie die Erstellung von Inhalten auf der Grundlage von Interaktionsdaten (nicht nur der Meinung von Fachexperten).

Implementieren Sie einen kontinuierlichen Feedback-Kreislauf – nutzen Sie KI, um Wissen relevant zu halten.

Funktionsübergreifende Teams einbinden.

Erfolgskennzahlen definieren, messen des tatsächlichen geschäftlichen Nutzen der KM-Verbesserungen.

Knowledge Gap Closure Framework

1

Discover

Analysieren der Kunden- und Agenteninteraktionen (Suchanfragen, Chat-Protokolle, Tickets, Transkripte), um Themen mit hoher Nachfrage und unbeantwortete Fragen aufzudecken.

4

Create & Optimize

Erstellung neuer Inhalte auf Grundlage realer Anforderungen. Nutzung von KI zur Unterstützung beim Entwerfen, Taggen und Anpassen der Inhaltsstruktur. Aktualisieren oder Entfernen redundanter oder wenig wertvolle Assets.

2

Assess

Überprüfen bestehender Inhalte auf Relevanz, Genauigkeit, Nutzung und Aktualität. Nutzung von KI, um Überschneidungen, veraltete Artikel und fehlende Themen zu identifizieren.

5

Deliver

Machen Sie Inhalte über alle relevanten Kanäle zugänglich: Agent-Desktops, Chatbots, Portale, IVR usw. Nutzen Sie KI, um die Bereitstellung nach Absicht oder Kontext zu personalisieren.

3

Prioritise

Bewerten der Lücken anhand deren Auswirkungen: Häufigkeit von Anfragen, Eskalationsraten, Compliance-Risiko usw. Konzentration auf schnelle Erfolge und Bereiche mit hohem Wert (*Volume – Value Perspective*).

6

Measure & Improve

Verfolgen Sie kontinuierlich die Effektivität (CSAT, Nutzung, Abwanderung, Feedback). Nutzen Sie KI, um die Leistung zu überwachen, Probleme zu kennzeichnen und Verbesserungen vorzuschlagen.

AI Knowledge Method



Fazit

Beginnen Sie mit dem Bedarf, nicht mit dem Inhalt

KI hilft zu erkennen, was fehlt, und nicht nur das Vorhandene zu bereinigen

Die Transformation des KM ist nicht nur eine Bereinigung von Inhalten, sondern auch *Experience Design*

Machen Sie es zu einer Business Priorität, nicht nur zu einem IT-Projekt

Die Zukunft von KM ist KI-gestützt, benutzerzentriert und agil

eGgain

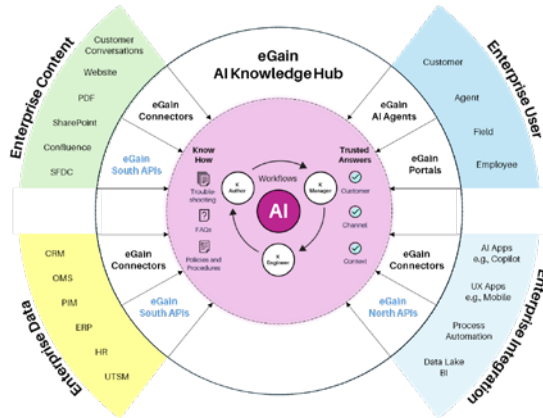
eGain at a Glance



About eGain

- ➔ SaaS Provider for AI & Knowledge-Powered Customer Engagement Automation Solutions
- ➔ Founded 1997, Listed at Nasdaq, HQ in Sunnyvale, CA. USA, Offices in US, Europe and India
- ➔ #1 AI Knowledge Platform for Customer Service

Products & Solutions



For every customer engagement and customer service interaction, you need to have the ability to deliver the trusted answer to the right person at the right time through the right touchpoint. And to be able to do that you need to have a central and intelligent Knowledge Hub.

Value

45%

Reduction in Contact Volume with Self-Services (Deflection)

15%

Improvement in AHT with AI Guidance

32%

Increase in FCR with contextual knowledge

40%

Reduction in agent training and onboarding cost

50%

Reduction in time to competency with consumable knowledge

30

Point increase in Net Promotor Score (NPS) and CSAT score

Gartner



#1 Peer Insights Customer Review

4.9/5

Generative AI

30% to 45%

Potential reduction in cost of service with generative AI
Source: McKinsey Research

60% to 80%

Knowledge authoring and curation steps can be automated
Source: eGain Research

IITD (PoC)

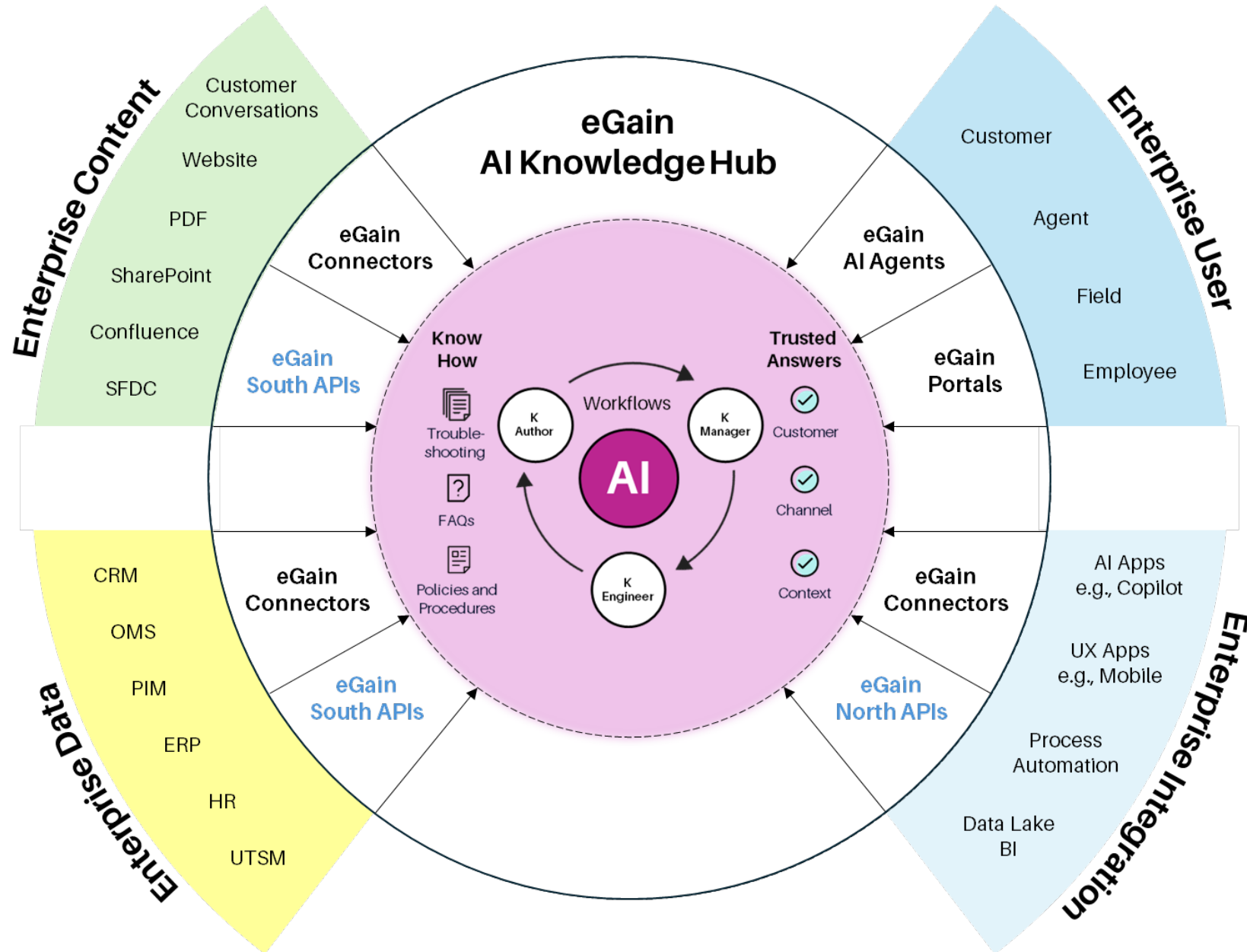
- ✓ No Cost, No Risk, Guided Pilot!
- ✓ Your use case, your data, our product, our cloud
- ✓ Experience our product in a month
- ✓ At the end, you decide, continue or quit
- ✓ No strings attached, no commitment

Valued Brands

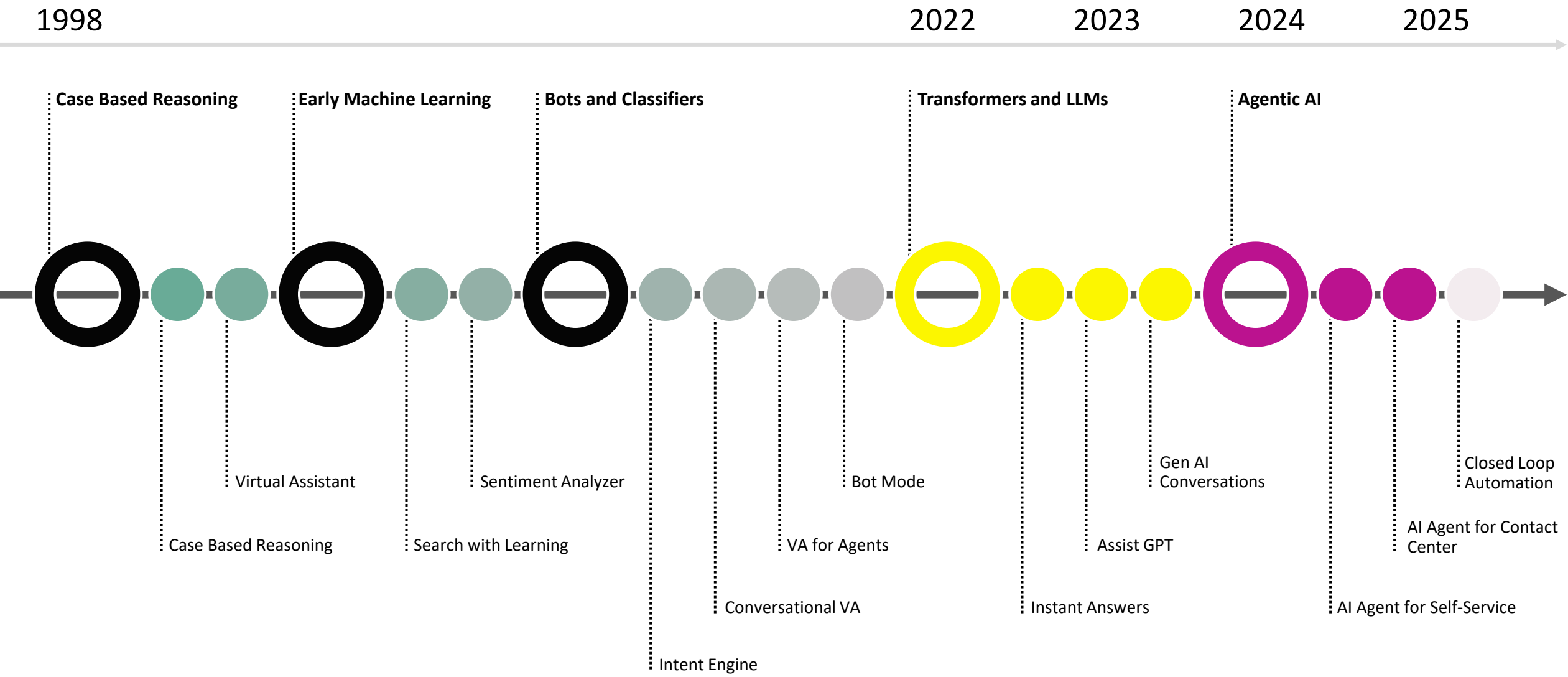


eGain Value Model - Model Your Expected Business Value, Build a compelling case for investment

eGain's Knowledge Hub Architecture



25+ years of AI innovation and application



Top-rated Knowledge Management Platform for Customer Service

easy with eGain 



KMWorld

#1 KM 2023 Reader's Promise Award

#1 KMWorld 2024 Readers' Choice Awards:
Customer Experience and Support

#1 KMWorld 2025 Readers' Choice Awards:
Customer Experience and Support

Gartner

#1 Knowledge Management for Customer Service
Market Guide

- KMCS Market Guide 2024

#1 Knowledge Management + Digital
Engagement + Composable Architecture

- Critical Capabilities Report on Customer Engagement, 2023

#1 Peer Insights Customer Review (4.9/5.0)



