

# Firefly

Firefly® ist das erste einer neuen Generation von Tools, um auf Web-Sites für jeden Kunden individuelles, maßgeschneidertes Service anzubieten.

Die Technologie, sogenannte „Software Agents“, kommt aus der Artificial Intelligence Forschung. Agents werden mit dem Ziel entwickelt, daß sie eigenständig im Auftrag ihres Benutzers Handlungen ausführen – aber nicht aufgrund eines fix determinierten Algorithmus, sondern aufgrund ihres Wissens, ihrer „Intelligenz“ und der Fähigkeit, mit anderen Agents zusammenzuarbeiten.

Die Agents, die in Firefly eingesetzt werden, haben das Ziel, Wissen über die Interessen von Kunden zu sammeln. Dies geschieht durch Interaktion mit Kunden und Agenten, z.B. indem der Benutzer verschiedene Produkte nach Gefallen klassifiziert oder anhand der Bestellungen, die er macht. Daraus kann nun ein Agent neue Angebo-

te kreieren, indem er Agents mit ähnlichen Benutzerprofilen sucht und von diesen Informationen bezüglich bestimmter Produkte einholt, die sein Benutzer noch nicht gekauft bzw. dafür noch nicht sein Interesse bezeugt hat.

Das Firefly-System besteht aus fünf Komponenten, mit denen ein Online-Shop auf einer WWW-Site ergänzt werden kann (siehe Abb. 1): Mittels Passport registriert sich ein neuer Benutzer und bekommt einen persönlichen Agent zugewiesen, der ihn auch bei allen weiteren Besuchen „betreut“. Recommendations ist das Kernstück, in dem wie oben beschrieben, die Agents durch Kooperation Angebote für den Benutzer finden. Um einen Benutzer stärker zu binden, bietet Community die Möglichkeit der Bildung von virtuellen Gemeinschaften, in denen Benutzer mit ähnlichen Interessen gefunden werden können und verschiedene Kommunikationsformen zur Verfügung gestellt werden. Zum Beispiel ein einfaches Chat, eine Diskussionsgruppe oder

dadurch, daß die Benutzer ihre eigenen Homepages innerhalb des Firefly-Systems basteln können und diese allen anderen zugänglich sind. Targeting dient zur Schaltung von Werbung gemäß der vom Agent gespeicherten Interessen auf den WWW-Seiten. Damit erreicht man die potentiellen Käufer eines Produkts viel genauer und erspart sich zudem die Verärgerung von Benutzern über den normalerweise mitgelieferten „Werbungsmüll“. Mit Analysis können schließlich die klassischen Analysen von Kundendemographie, Produktakzeptanz usw. gemacht werden – mit Daten in höchster Qualität und Aktualität.

Auszuprobieren ist Firefly auf <http://www.firefly.net/>, wo an Hand eines CD-Shops gezeigt wird, wie die virtuelle Kundenbetreuung der Zukunft aussehen kann.

*Firefly® Passport, Recommendations, Targeting, Community und Analysis sind eingetragene Marken von Firefly Network Inc.*

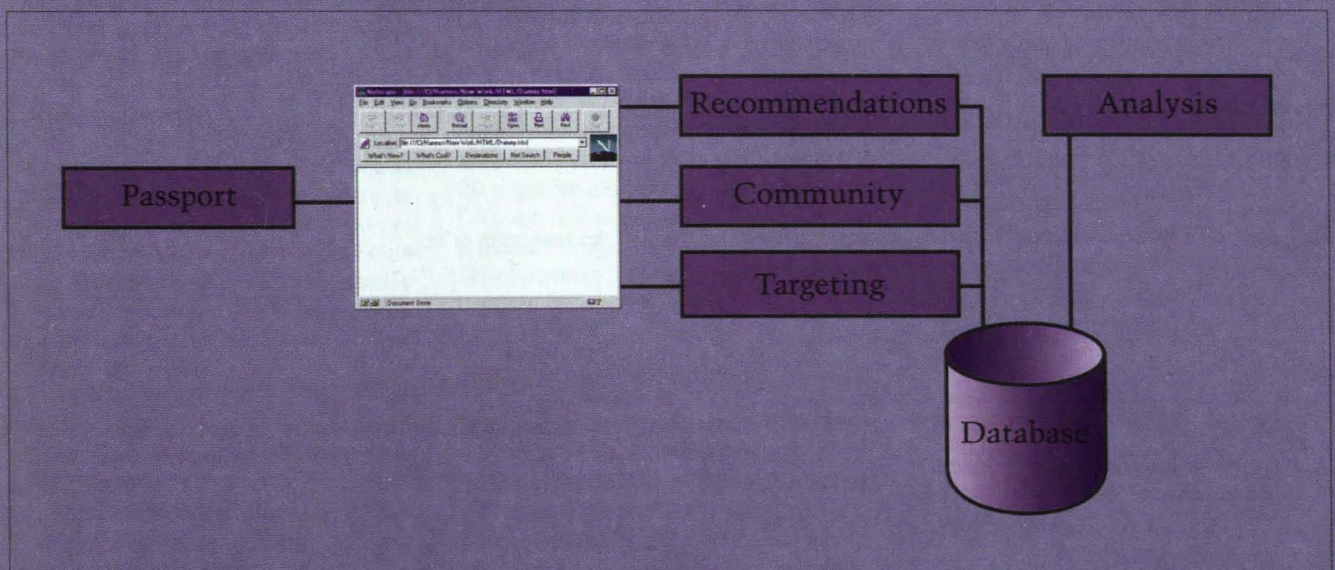


ABB. 1: DIE KOMPONENTEN EINES FIREFLY-SYSTEMS