

CONVERSATIONAL DESIGN – SPRECHEN SIE BOT?

In diesem Artikel möchten wir Ihnen einige grundsätzliche Regeln und Fallen bei der Erstellung von Conversational Design Dialogen vorstellen.

Conversational Design für (Voice) Bots kombiniert das Know-how, Daten und Informationen zu analysieren und zu interpretieren, mit der Fähigkeit den Output eines Bots möglichst natürlich und emphatisch zu übermitteln. Dafür müssen beide Welten, die des Bots und des Menschen, korrekt verstanden und interpretiert werden, damit aus der Symbiose von Psychologie, Technologie und Conversational Copywriting neue Verknüpfungen entstehen können.

Grundsätzlich verstehen sich Bot und Mensch zunächst einmal nicht, da die menschliche Kommunikationslogik und das Verständnis auf unterschiedlichen Voraussetzungen und langjährigen Erfahrungen basieren. Während uns von Geburt an durch eine konstante „Schulung“ bestimmte Floskeln, Gesten und Gesprächslogiken selbstverständlich sind, sind diese für den Bot neu, beziehungsweise widersprechen seinem Grundverständnis. Menschliche Kommunikation wird zudem durch Empathie bestimmt. Bot-Kommunikation ist primär durch Analyse strukturierter Daten und der damit einhergehenden Interpretation der Anfrage definiert.

Hierzu zwei Beispiele einer „Misskommunikation“

Beispiel 1:

User: „Weißt Du wie spät es ist?“
Bot: „Ja.“

Beispiel 2:

User: „Wie spät ist es?“
Bot: „In New York sind es 7 Uhr 31 und in London 12 Uhr 31.“
(der User ist aber in diesem Moment in Berlin)

Aus Bot-Sicht wurde in beiden Fällen jeweils eine korrekte Antwort gegeben. Als Mensch werten wir die Antwort jedoch als falsch, weil ein Mensch eine ganz andere Erwartungshaltung an die Antwort hat. Beide Antworten beinhalten hierbei zwei unterschiedliche Interpretationsfehlertypen. Im ersten Fall liegt der vermeintliche Fehler darin, dass die typisch menschliche Floskel nicht richtig interpretiert

wurde. Im zweiten Fall benötigt der Bot weitere Informationen zum aktuellen Standort des Users, um eine korrekte Antwort zu geben.

TIPP 1: Achten Sie daher bei der Erstellung von Dialogen darauf, dass typisch-menschliche Formulierungen von Fragen im Spektrum richtig interpretiert und vor allem auch so klassifiziert werden. Stellen Sie zudem sicher, dass zusätzliche wichtige Informationen für die Antwort, wie zum Beispiel im vorliegenden Fall der Standort, vorliegen oder abgefragt werden können. Auch wenn dies trivial klingt, liegt gerade in diesen Punkten die Sollbruchstelle zwischen menschlicher versus Bot Kommunikation. Gerade hier entstehen die Fehler im Dialogdesign, die dazu führen, dass ein Nutzer die Kommunikation abbricht, um mit einem echten Menschen zu sprechen. Ein erneutes Ausprobieren des Bots ist dann deutlich unwahrscheinlicher – You never get a second chance to make a first impression!

Bot Vorstellung

Da wir gerade beim erstem Eindruck sind: Besonders zu Beginn eines Dialogs, bei der „Bot-Vorstellung“, werden immer wieder typische Fehler gemacht, die eine Nutzung durch den Kunden beeinträchtigen oder ihn davon abhalten, den Bot tatsächlich zu nutzen.

Beispiel 3:

Bot: „Hallo, ich bin XXX, die virtuelle Assistenz von junokai. Ich lerne jeden Tag dazu und ich versuche bei der Beantwortung von Anliegen zu helfen. Um meine Fähigkeiten weiter zu verbessern, bitte ich Dich am Ende Deine Erfahrung mit mir zu bewerten. Wobei kann ich Dir weiterhelfen?“

Der hier gemachte typische Fehler ist, dass in diesem Vorstellungstext der Fokus primär auf dem Bot, seinen Bedürfnissen und nicht beim Kunden liegt. (Einfach mal nachzählen, wie oft in diesem Vorstellungstext die Worte „Ich“, „Mein“ und „mir“ genutzt werden). Diese Bedarfsperspektive entsteht oft, wenn Bot-Dialoge allein aus technisch-logischer Sicht konzipiert und implementiert werden

ohne Einbindung von Kundenservice- und Dialog- Verantwortlichen. Die folgende Alternative zeigt eine deutliche Zentrierung auf den Kunden und grenzt dabei das Service- und Themenspektrum des Bots auf „Kundenservice“ und „Terminvereinbarung“ ein.

Beispiel 4:

Bot: „Hallo, ich bin XXX, die virtuelle Assistenz von junokai und kann Dir zu vielen Themen im Bereich Kundenservice Informationen liefern oder für Dich einen individuellen Termin mit einem unserer Berater vereinbaren. Was kann ich für Dich tun?“

TIPP 2: Setzen Sie von Beginn an das Anliegen des Kunden ins Zentrum des Dialogs und simplifizieren Sie die Vorstellung aus Kundensicht. Involvieren Sie erfahrene Kundenservice-Mitarbeiter in der Dialogerstellung, da diese über gute Expertise und Erfahrung in Kundendialogen verfügen.

Ein typischer Fehler bei der Bot-Vorstellung ist auch einen Bot zu arrogant oder mit übertriebenen Kompetenzen vorzustellen.

Beispiel 5:

Bot: „Hallo, ich bin XXX, die intelligente Assistenz von junokai und kann Dir helfen Deinen Kundenservice nachhaltig zu verbessern oder für Dich einen individuellen Wunschtermin mit einem unserer kompetenten Beratern vereinbaren.“

Je neutraler und fokussierter Sie ihren Bot vorstellen, umso mehr werden Nutzungsraten steigen.

Eckpfeiler bei der Konzeption von Bot-Antworten

Bot-Informationen, auch Prompts oder Utter genannt, haben 5 Eckpfeiler, die bei der Erstellung des Dialogs zu berücksichtigen sind.

1. Qualität

Es werden generell nur wahre Informationen vermittelt und sofern keine Antwort aus Bot-Sicht existiert, wird dies vermittelt und idealerweise eine Alternative (z. B. Weiterleitung an einen Mitarbeiter oder Rückrufterminierung) angeboten.

2. Quantität

Eine Herausforderung für einen Bot sind quantitative Anfragen oder Antworten, die ein Bot liefern muss.

Beispiel 6:

*Bot: „Wie viele Zimmer hat ihre Wohnung?“
User: „Wir haben zwei Schlafzimmer, ein Wohnzimmer, ein Kinderzimmer...“*

Ein schlechter Conversational Designer würde an dieser Stelle vermutlich dem Bot eine Antwort wie „Nennen Sie mir bitte eine Zahl“ vorgeben oder sofern es nur Chat betrifft, z. B. ein Formular mit Synonymen zum Ankreuzen ausspielen. Besser ist an dieser Stelle:

Bot: „Verzeihen Sie bitte. Wie viele Zimmer sind das in Summe?“

Dieser Dialog wird deutlich sympathisch-menschlicher und vom User weniger befehlend als „Nennen Sie mir bitte eine Zahl“ wahrgenommen.

Beispiel 7:

*Bot: „Sie können mit MasterCard, Visa oder PayPal bezahlen. Wollen Sie den Bestellvorgang abschließen?“
User: „Ich zahle mit Visa.“*

In diesem Beispiel ist die Frage des Bots geschlossen das bedeutet, eigentlich gibt es theoretisch nur die Ja/Nein Antwort. Als Mensch sind wir es aber gewöhnt, auch solche Fragen in der oben angeführten Art zu beantworten. Erwarten Sie daher im Conversational Design von einem Menschen nicht immer eine Ja/Nein Antwort auf eine geschlossene Frage.

3. Relevanz

Die Kommunikation von Informationen oder Abfragen wird auf das Wichtigste und Wesentlichste reduziert. Nicht mehr, aber auch nicht weniger.

Beispiel 8:

*Bot: „Haben sie alle benötigten Unterlagen zum Abschluss ihrer Reisebuchung vorliegen?“
User: „Welche sind das genau?“*