

# What's next



## Enterprise

# Erfolgreiches Conversational Design für virtuelle Assistenten

Seit Jahren nimmt die Bedeutung von Chatbots und virtuellen Assistenten für den Kundendialog kontinuierlich zu. Dabei bildet ein effizientes Conversational Design die Basis für den erfolgreichen Einsatz der virtuellen Helfer. Ein Whitepaper von Nuance erklärt die wichtigsten Erfolgsfaktoren der virtuellen Kundenkommunikation und zeigt, welche Produktlösungen am besten unterstützen.

**Sylvia Lohr**

Posted 1 April 2020



Conversational Design ist nicht neu. Seit Jahren wird an den Kriterien geforscht, die den Ausschlag für eine erfolgreiche Kundenkommunikation geben. Einer der Pioniere auf diesem Gebiet ist der Sprachphilosoph Paul Grice. Dieser stellte bereits 1975 – und damit lange, bevor es die ersten virtuellen Assistenten tatsächlich gab – vier Grundprinzipien auf, mit denen die zwischenmenschliche Interaktion erfolgreich gestaltet werden kann. Laut Paul Grice

zählen dazu die Maxime

- der Quantität
- der Qualität
- der Relevanz
- des Stils

Die Bedeutung dieser Prinzipien hat auch im digitalen Zeitalter Bestand. Sie bilden eine ideale Basis, um das Conversational Design für virtuelle Assistenten erfolgreich zu gestalten. Im Folgenden stellen wir Ihnen diese kurz vor.

## 1. Maxime der Quantität

Bei diesem Prinzip geht es darum, Kunden die richtige Menge an Informationen anzubieten. Dies ist umso bedeutsamer, da von Chatbots erwartet wird kurze Antworten zu liefern, ohne dafür zu viel eigenen Input leisten zu müssen.

Dabei besteht die Gefahr, dass Chatbots zu viele Informationen von den Kunden abfragen, was sich negativ auf den Dialog auswirken kann. Der virtuelle Helfer muss über ein gutes Kontextbewusstsein verfügen, die Problemstellung schnell verstehen und rasch zu einer für den Anrufer befriedigenden, knappen Antwort gelangen.

## 2. Maxime der Qualität

Hier stellt Grice die Qualität der übermittelten Informationen in den Mittelpunkt. Um eine hohe Kundenzufriedenheit zu gewährleisten, muss der Chatbot korrekte Antworten liefern. Andernfalls besteht die Gefahr, den Anrufer durch Fehler zu frustrieren und den Dialog unnötig zu verlängern.

Eine möglichst umfassende Vernetzung des Chatbots mit anderen Systemen ist von größter Bedeutung. Denn es gilt: Je mehr Quellen der virtuelle Assistent zurate ziehen kann, desto präziser werden die von ihm bereitgestellten Informationen.

## 3. Maxime der Relevanz

Ein erfolgreicher Kundendialog bietet außerdem relevante Informationen. Es ist keinem Kunden geholfen von einem Chatbot eine zwar stimmige Antwort zu erhalten, die aber an seiner Fragestellung vollkommen vorbeigeht.

Um relevante Antworten zu liefern, muss der Chatbot die richtigen Fragen stellen, das Kundenproblem verstehen und schnellstmöglich lösen.

## 4. Maxime des Stils

Eine positive Kundeninteraktion ist dann sichergestellt, wenn die Aussagen des Chatbots

zudem klar und verständlich sind. Darum sollte das Conversational Design darauf abzielen Unklarheiten zu vermeiden. Darüber müssen Antworten möglichst einfach strukturiert werden, um Kunden das Verständnis zu erleichtern.

Die von Paul Grice formulierten Prinzipien sind umso wichtiger, da Chatbots und virtuelle Assistenten längst als alltäglich wahrgenommen werden. Für einen erfolgreichen Kundendialog ist die Qualität der geführten Gespräche entscheidend. Unternehmen müssen mithilfe eines durchdachten Conversational Design intelligente, kanalübergreifende Anlaufpunkte für Kunden gestalten.

Mehr darüber finden Sie im entsprechenden Whitepaper sowie eine Reihe von Praxisbeispielen aufzeigt.

**Tags:** [Biometrie](#), [chatbot](#), [conversational design](#), [Kundendialog](#), [Kundenkommunikation](#), [Nuance](#), [Spracherkennung](#), [Sprachtechnologie](#), [stimmbiometrie](#), [virtueller Assistent](#)

## More Information



### Erfolgreiche Chatbot-Dialoge

Sie möchten mehr über ein erfolgreiches Conversational Design für virtuelle Assistenten erfahren? Hier geht es zum Download des Whitepapers.

[Download](#)



### About Sylvia Lohr

Sylvia Lohr ist Regional Marketing Managerin in der Enterprise Division bei Nuance. Neben den Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz verantwortet sie auch die osteuropäischen Länder und die Türkei. Ursprünglich aus der analogen Welt kommend, hat sie die digitale Kommunikation maßgeblich vorangetrieben und versteht die Anforderungen der Transformation. Sie ist überzeugt, dass nur integrierte, kundenzentrierte Kampagnen erfolgreich sind und entwickelt innovative, zielgruppen-spezifische und vertriebsorientierte Marketingstrategien und setzt diese um. Sie lebt in der Nähe von Frankfurt und fährt in ihrer Freizeit gerne Motorrad.

[View all posts by Sylvia Lohr](#)