



Dein KI-Sidekick: Praxishandbuch für Selbstständige

Alles, was du brauchst, um als Einzelunternehmen
mit KI effektiv und sinnvoll zu skalieren.

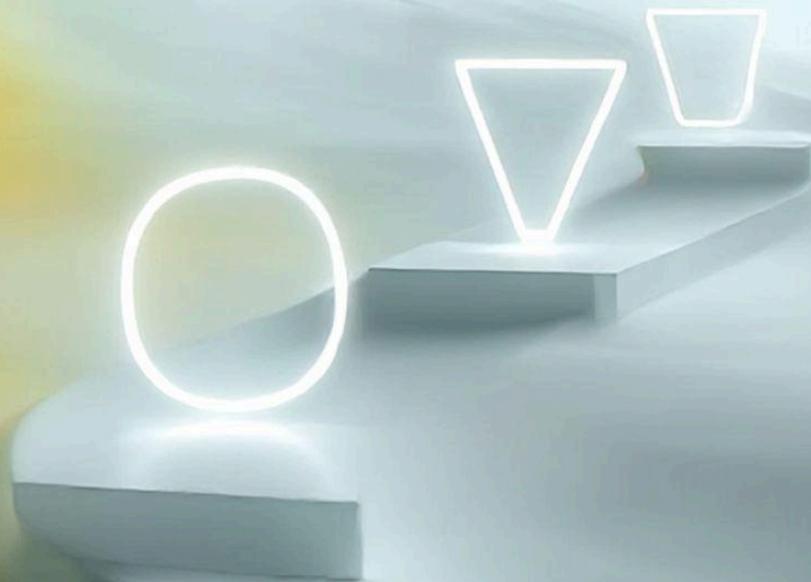
Inhalt

Einleitung	3
Was ist ein KI-Chatbot?	4
KI-Chatbots im Arbeitsalltag	6
Technologische Frameworks	9
Vom Proof of Concept zum endgültigen Produkt	10
KI-Chatbots strategisch entwickeln	13
Die Customer Journey entwerfen	15
Vorläufiges Fazit	17
Kontakt	18



Einleitung

Produktivität und Effizienz sind für jedes Business unerlässlich. In der digitalen Arbeitswelt existieren unterdessen verschiedene Ansätze, die bei der Etablierung sowohl der einen als auch der anderen behilflich sein können. Die jüngste Welle der KI-Innovation sorgt dafür, dass eine Vielzahl von kleinen Entscheidungen große Veränderungen nach sich ziehen können. Die Möglichkeiten, die sich gerade für hochgradig ambitionierte Individuen bieten, sind so groß wie selten zuvor. In diesem White Paper wollen wir uns mit einem konkreten Sachverhalt in diesem Zusammenhang auseinandersetzen: Es soll um die Nutzung und den Aufbau eigener KI-Chatbots gehen. Was vermögen diese Helferlein zu leisten? Wie können sie dazu beitragen, ein Geschäftsmodell zu skalieren? Und wie ist es möglich, sie relativ einfach selbst aufzusetzen?



Was ist ein KI-Chatbot?

Zunächst soll es um eine Begriffsbestimmung gehen. Um zu wissen, wofür man einen KI-Chatbot einsetzen kann, ist es unerlässlich, sich zunächst damit auseinanderzusetzen, was mit dem Begriff überhaupt verbunden ist – und wie kommt KI ins Spiel?

Technisch gesehen handelt es sich bei einem „Chatbot“ um eine Software, die es Menschen ermöglicht, in natürlicher Sprache mit einem technischen System (Computer) in Kontakt zu treten. Es ist also nicht notwendig, über ausgeprägte technische Kenntnis zu verfügen bzw. überhaupt zu wissen, dass es sich um ein technisches System handelt, um an Informationen des Systems zu gelangen, wenn man mit einem Chatbot interagiert. Damit ein Chatbot adäquat funktioniert, muss er also als eine Art Schnittstelle begriffen werden, die sowohl in technologischer Hinsicht sauber aufgesetzt ist als auch ein ausgeprägtes Verständnis für die menschliche Sprache abbildet. Der Begriff *Conversational User Interface (CUI)* ist ein Synonym, das sich für jene technologisch verfassten Akteure anbietet, die wir gemeinhin als „Chatbots“ zu beschreiben suchen.

Die Tatsache, dass ein Gespräch, resp. eine Konversation, im Mittelpunkt steht, sorgt dafür, dass sich „Chatbots“ so großer Beliebtheit erfreuen: häufig ist es wichtig, die eigenen Gedanken im Prozess des Kommunizierens zu schärfen und auf ein Gegenüber zu treffen, das uns situativ zu ergänzen weiß, bzw. unseren begrifflichen Horizont nachhaltig erweitert. Anders als bei einer simplen Schlagwortsuche kann man sich dem fraglichen Gegenstand im Gespräch annähern und Missverständnisse – auf beiden Seiten des Computers – sukzessive aufklären.

Nun existieren grob gesprochen zwei dominante Varianten von *CUIs*: auf der einen Seite wären da solche, die mittels geschriebener Sprache kommunizieren – hier sprechen wir von den klassischen „Chatbots“ – und solche Ausprägungen, die mit gesprochener Sprache verfahren – sogenannte „Voicebots“. Wo erstere vor allem in webbasierten Sachverhalten, wie etwa als Assistenztechnologie in Online-Shops oder als sonstiger verlängerter Arm des Kundenservices in Erscheinung treten, sind die „Voicebots“ vor allem als Teil individueller Consumer-Electronics und entsprechender Endgeräte bekannt: Von Siri, über Alexa und Cortana werden zusehends komplexere Aufgaben mittels der Nutzung von natürlich gesprochener Sprache vereinfacht.



Generell lässt sich also sagen, dass „Chatbots“ textbasierte Konversationsinterfaces sind, deren Verwendung auf die Nutzung entsprechender Hardware angewiesen bleibt (zu nennen wären etwa solche Gerätschaften, die über eine Tastatur verfügen), wohingegen „Voicebots“ zusehends environmental aufbereitet werden, d.h. sie bedürfen immer häufiger keiner konkreten Eingabemechanismen, sondern warten ubiquitär (in)aktiv auf eine Aktivierungsphrase („Hey Siri“, „OK, Google“, „Alexa ...“) und liefern im Anschluss eine Antwort auf etwaig gestellter Fragen bzw. reagieren dynamisch auf Gesprochenes.

In welchem Umfang KI sowohl bei „Chatbots“ als auch bei „Voicebots“ zur Verwendung kommt, das hängt ganz vom jeweiligen Ziel-Einsatzgebiet ab: viele Websites nutzen Chatbots als intuitive Variante der Enterprise-Search: in diesen Fällen kommt der Einsatz eines Chatbots letztlich einer Suchmaske gleich, bei der nur wenig bis gar keine KI vonnöten ist. Augenscheinlicher wird der Zusammenhang bereits dann, wenn es darum geht, frequently asked questions (FAQs) dynamisch beantworten zu lassen bzw. die Möglichkeit besteht, Terminbuchungen vorzunehmen. In solchen Fällen müssen dem „Chatbot“ Zugriffsrechte auf die jeweilige Datenbasis gewährt werden (sei es ein Kalender oder eine tabellarische Sammlung von zu beantwortenden Frageversatzstücken). Gleichsam muss dem System in einer solchen Ausprägung die Möglichkeit des automatisierten Ausspielens von verschiedenen Antworten erlaubt werden – das Ganze möglicherweise sogar in einer explizit auf die dem individuellen (menschlichen) Gegenüber zugeschnittenen Tonalität. So kann jeder Nutzerin letztlich individuell geholfen werden, was das Nutzungserlebnis massiv verbessert. KI macht in dieser Hinsicht einen gravierenden Unterschied, weil es darum geht, basale Entscheidungen zu treffen, die letzten Endes mit menschlicher Arbeitskraft korrespondieren. Es existieren noch zahlreiche andere Ideen des sach- und fachgerechten Einsatzes von KI, von denen wir im folgenden Abschnitt fünf grob anskizzieren wollen. Dabei gilt: Abschließendes zu sagen ist, gerade mit Hinblick auf ein so junges Feld wie es die KI darstellt, nachgerade töricht. Wir wollen lediglich Ihre eigene Innovationskraft anregen.



Wie KI-Chatbots den Arbeitsalltag erleichtern können

Nachdem wir uns im vorangegangenen Abschnitt nun also grob mit den Charakteristiken von Chatbots als solchen auseinandergesetzt haben, wollen wir uns im Folgenden einmal näher anschauen, welche Vorteile der alltägliche Einsatz von KI-Chatbots tatsächlich bietet. Spoiler: Es gibt viel Potenzial zu bergen! Spekulationen sind nicht nur erlaubt, sondern geradezu gewünscht.

1. Aktive Kundenbindung

Einer der augenscheinlichsten Bereiche, in denen man durch den konzertierten Einsatz von KI-Chatbots profitieren kann, ist der Kundenservice. Wir kennen es alle: undurchsichtige verschachtelte Seitenstrukturen verbauen uns allzu häufig den Zugang zu wichtigen Informationen. Klar, es besteht die Möglichkeit, innerhalb einer statischen FAQ-Sektion über etwaig bekannte Schwierigkeiten aufzuklären – eine solche Sektion mag sogar akribisch gepflegt werden, aber wertschätzender Service sieht dennoch anders aus. Es ist erwiesenermaßen so, dass Menschen solche Informationen, die sie aus Konversationen aufnehmen, besser behalten bzw. sie als wesentlich angenehmer empfinden: wenn Nutzer:innen mit dynamischen Akteuren interagieren, schreiben sie diesen einen Charakter zu; sie vermenschlichen sie in den allermeisten Fällen geradezu (vgl. ...). Diesen Umstand gilt es auszunutzen: indem man sich zusehends dem *Conversational Design* zuwendet, ist es möglich, den Nutzer:innen eine fesselnde Interaktion zu bieten, die neben der informativen Dimension auch ludische Qualitäten besitzt, d.h. einer spielerischen Verfahrensweise Vorschub leistet.

2. Erleichterte Website – Navigation und ein wichtiger Schritt in Richtung Barrierefreiheit

Gerade für solche Unternehmen, die über eine gewachsene Website-Struktur verfügen, die mitunter ziemlich verschachtelt in Erscheinung tritt, kann ein funktional aufgesetzter KI-Chatbot eine unkonventionelle Lösung bedeuten: anstatt eine statische Suchleiste zu implementieren, ist es auch denkbar einen dynamischen KI-Chatbot in Betrieb zu nehmen. Auch und gerade für Menschen mit körperlichen und/oder geistigen Einschränkungen kann die Navigation mithilfe eines KI-Chatbots um ein Vielfaches angenehmer sein. Sich mittels eines organisch entfaltenden Dialogs navigieren zu lassen, mit einem Gegenüber, das sich voll und ganz auf mich einzustellen vermag, ist ein Luxus, der noch vor wenigen Jahren nahezu undenkbar war. Auch kann etwa die angezeigte Schriftgröße dynamisch angepasst werden, oder aber uninteressante Seitenbereiche werden konsequent



ausgegraut, damit sich der Fokus der Aufmerksamkeit nicht verschiebt – letzteres ist besonders für ADHS-geplagte Menschen von Vorteil. Obacht ist jedoch geboten: nicht jeder KI-Chatbot ist gleichermaßen als barrierefrei zu bezeichnen! Außerdem gilt es, ein möglichst heterogenes Set an Trainingsdaten zu verwenden, um das Aufkommen von *Data Biases* (Datenverzerrungen) zu vermeiden.

3. 24/7 Erreichbarkeit – von (nahezu) überall

Anders als menschliche Akteure schläft ein KI-Chatbot nicht! Er steht vielmehr rund um die Uhr bereit, eingehende Anfragen zu beantworten und wird auch nach stundenlanger Betätigung nicht unvorsichtig. Dementsprechend kann man einen KI-Chatbot gut und gerne als den perfekten Service-Mitarbeitenden betrachten – adäquates Training und eine wohl aufbereitete und strukturierte Datenbasis vorausgesetzt, versteht sich.

4. Mehrsprachigkeit und potenziell globaler Einsatz

Da es möglich ist, einen KI-Chatbot so aufzusetzen, dass er automatisch auf die Eingabesprache der Nutzer:innen reagiert, kann er ein wirkmächtiges Tool darstellen, das kommunikative Hürden abbaut. Gerade dann, wenn es darum geht, internationale Kunden zu erreichen, bietet es sich an, über die multilinguale Aufbereitung der entsprechenden Inhalte nachzudenken. Durch die zeitgenössischen Entwicklungen im Bereich der KI ist es zudem nicht zwingend notwendig, selbst ein vielsprachig begabtes Individuum zu sein, wengleich es hinsichtlich der Initialen Qualitätssicherung selbstredend von Vorteil ist, zumindest über eine rudimentäre Kenntnis der Sprachen zu verfügen, die man seinem KI-Chatbot antrainiert.

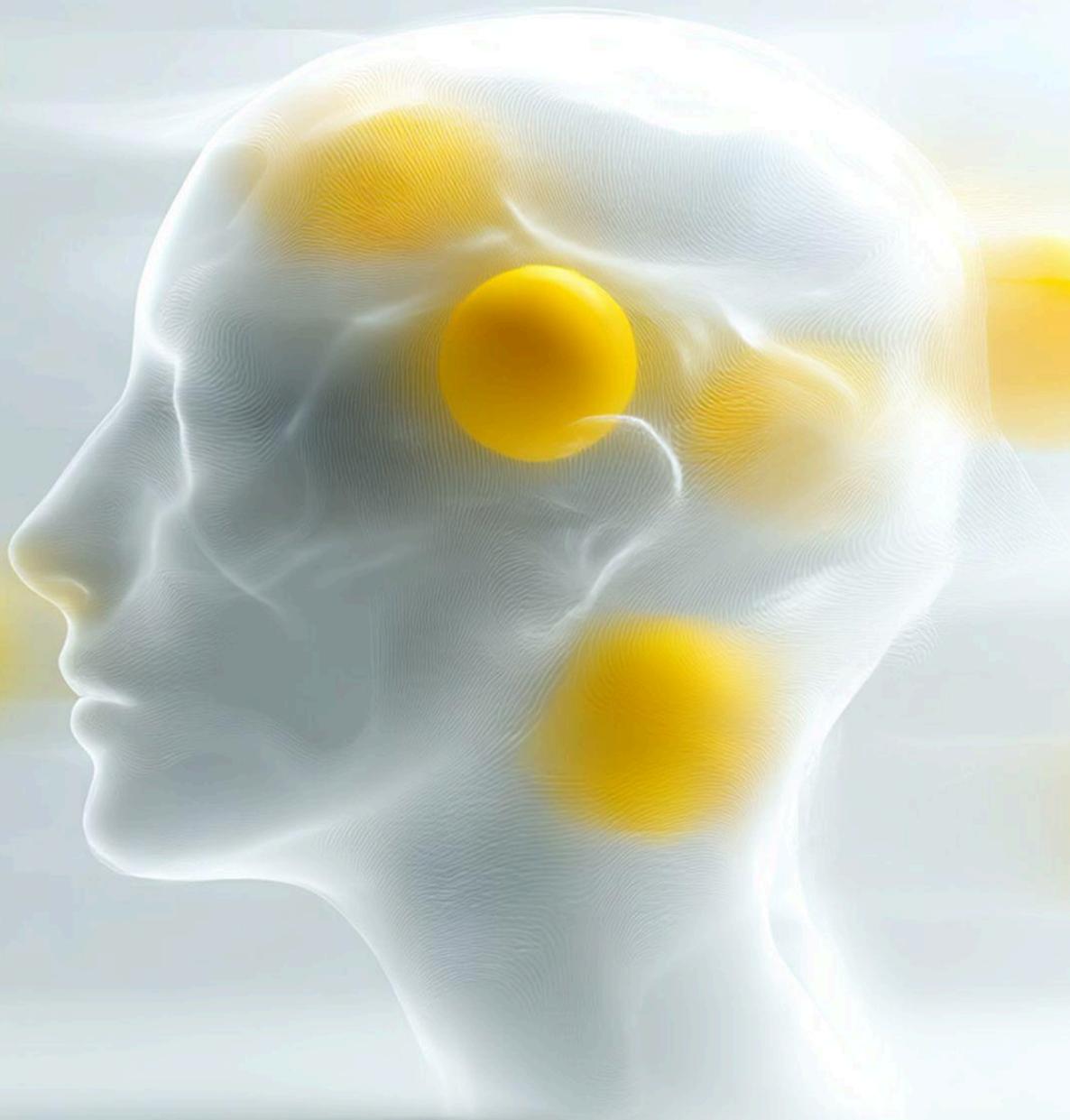
5. Einfach Integration in bestehende Prozesse und Systemstrukturen

Hinsichtlich der nachhaltigen Implementierung eines KI-Chatbots ist es beruhigend zu wissen, dass es durchaus möglich ist, einen solchen in die gewachsene System-Architektur zu integrieren. Es ist somit eine gängige Praxis, KI-Chatbots als Add-On zu begreifen und sie auch in dieser Hinsicht zu betreiben. Da es sich bei KI um eine dynamische Technologie handelt, die sich vor allem mit der Zeit entwickelt, ist eine neugierige Herangehensweise durchaus von Vorteil. Best Practices, wie sie die Konkurrenz potenziell bereithält, sind ebenfalls eine valide Methode, sich der sukzessiven Verbesserung der eigenen Software zu nähern.



Mit den Beispielen, die bis hierher genannt wurden, kratzen wir selbstredend lediglich an der Oberfläche dessen, was an Innovationen im Reich der KI-gestützten Chatbots schlummert.

Habt ihr erst einmal den Verwendungszweck identifiziert, dem ein KI-Chatbot in eurem Unternehmen dienen soll, stellt sich auch schon die Frage nach der technischen Methodik, die zum Einsatz kommen soll, um eure (geistige) Vision Wirklichkeit werden zu lassen.



Technologische Frameworks, die für das Aufsetzen eines KI-Chatbots in Frage kommen

Ein wichtiges Thema, wenn man sich mit KI-Chatbots auseinandersetzt, ist selbstredend die Frage nach der technologischen Machbarkeit. Es wird die allermeisten Laien freuen zu hören, dass in der heutigen Zeit neben komplexen Programmiersprachen auch Low-Code- oder gar No-Code-Lösungen existieren, die einen komfortablen Umgang mit technischen Feinheiten in Aussicht stellen. Ein Tool, dessen Anwendung sich, ob seiner prozessorientierten Einfachheit, besonders anbietet, ist *Landbot*. Mit Landbot ist es möglich, sowohl erste websitebasierte Chatbots zu bauen als auch Lösungen für mobile Applikationen, wie etwa WhatsApp, anzubieten. Aber auch Konkurrenzprodukte, wie *botmaker* oder *Chatbase* kommen in Frage, um einen funktionalen KI-Chatbot aufzusetzen. Für welche Plattform man sich letztlich zu entscheiden gedenkt, bleibt eine Frage der jeweils individuellen Präferenz, Fakt ist jedoch, dass es an schlagkräftigen Werkzeugen, deren Bedienung relativ einfach zu erlernen ist, keineswegs mangelt. Welchen Weg auch immer ihr zu wählen geneigt seid, eine wesentliche Erkenntnis steckt letzten Endes im Erkennen der vorrangigen Bedeutung von strategischer Planung und einem Fokus auf die explizite Customer Journey.



Vom Proof of Concept zum endgültigen Produkt

Ausgangspunkt jeder Chatbot-Entwicklung ist ein Problem, das mit Hilfe eines CUI lösbar ist bzw. lösbar gerendert werden soll. Nachdem ihr einen relevanten Use Case identifiziert habt, geht es zunächst darum, einen Proof of Concept in Form eines Prototypen herzustellen, ein sogenanntes MVP, oder *Minimal Viable Product*. Erst danach wird es wichtig werden, in akribischer Kleinarbeit ein fertiges Produkt zu kreieren. Im Folgenden wollen wir euch in sechs Schritten zusammenfassen, wie die Entwicklung eures KI-Chatbots idealtypisch vonstatten gehen sollte.

6 Schritte zum eigenen Chatbot

- 1. Vom Bedarf zum Use Case:** Neben einer ersten Analyse geht es hier auch um die Definition von Zielen und entsprechenden Zielgruppen; welches Problem soll gelöst werden?
- 2. Planung der Chatbot-Entwicklung:** In dieser Phase geht es darum, konkrete Schritte in Form von Arbeitspaketen zu planen. Hierzu gehören neben der verwendeten Technik auch Details hinsichtlich der expliziten Methodik.
- 3. Chatbot-Skizze und Proof of Concept:** Nachdem die Rahmenbedingungen festgelegt wurden, geht es nun um strategische Entscheidungen. Was für ein Konversationstyp soll zum Tragen kommen und wie steht es um die Persönlichkeit des Chatbots bestellt? Die Dialogmodellierung ist essentiell auf dem Weg zu einem konkreten Proof of Concept.
- 4. Conversation Design 1:** Von den spezifischen Inhalten über den entsprechenden Flow und das initiale Prototyping gilt es die Domäne samt der antizipierten Hauptpfade und den Styleguide festzulegen.
- 5. Conversation Design 2:** Im Anschluss an die erste Phase des Conversation Designs gilt es nun, Details festzulegen und etwaige Kanten zu glätten, bevor es zu einem Roll-Out des fertigen Produkts kommen kann. Hierzu gehören vor allem sprachliche Finessen, kohärente Dialogstrategien, fesselndes Copywriting und die Planung von Nebenpfaden, die der Interaktion mit dem Chatbot eine gewisse Tiefe zu verleihen vermögen.
- 6. Finaler Roll-Out und Go-Live:** Der finale Schritt besteht in der Implementierung des Chatbots auf der Unternehmensseite. Weiterführendes Feintuning sollte hierbei ebenso mitgedacht werden wie eine ebenso akribische Qualitätssicherung.



Es ist wichtig, darauf hinzuweisen, dass eine kontinuierliche Weiterentwicklung ein wichtiger Aspekt einer gelingenden Geschäftspraxis ist. Ein dynamischer KI-Chatbot ist letztlich nur so gut, wie seine Fähigkeit, adäquat auf mannigfaltige Situationen zu reagieren. Ändert sich die (kommunikative) Umwelt, müssen sich auch die Konversationsroutinen des technischen Systems anpassen, bzw. sie müssen eingehend angepasst werden! Da Sprache als ein fluider Zusammenhang gelten kann, ist sie auf regelmäßige Revisionen angewiesen. Eine KI kann sich zwar (semi-) autonom (weiter-) entwickeln, sie an die sprichwörtliche Leine zu nehmen ist jedoch besonders für solche Zwecke geboten, in denen es um zuverlässiges Funktionieren geht.

Wie im vorangegangenen Abschnitt klar geworden sein sollte, handelt es sich bei einem Großteil der Leistung bei der Entwicklung eines KI-Chatbots um strategische Planungsaufgaben. Nur, wenn die initiale Planung akkurat getätigt wurde, kann auch eine reibungslose technische Umsetzung angegangen werden. Entsprechend sorgfältiges Prozessieren ist dementsprechend bereits in der Planungsphase angeraten. Fragen, die zu Beginn eines Projekts nachgerade als essenziell gelten dürften, finden sich im Folgenden:

Kernfragen zum Projektstart

- 1. "Welchem Problem wollen wir mithilfe eines KI-Chatbots begegnen?"**
- 2. "Wie sieht unsere interne Zieldefinition aus und anhand welcher KPIs gedenken wir sie zu messen?"**
- 3. "Was wissen wir über unsere Zielgruppe und ihre Kommunikationsroutinen?"**
- 4. "Können wir uns eine stereotype Persona vorstellen, die unsere idealtypischen Nutzer:innen repräsentiert?"**



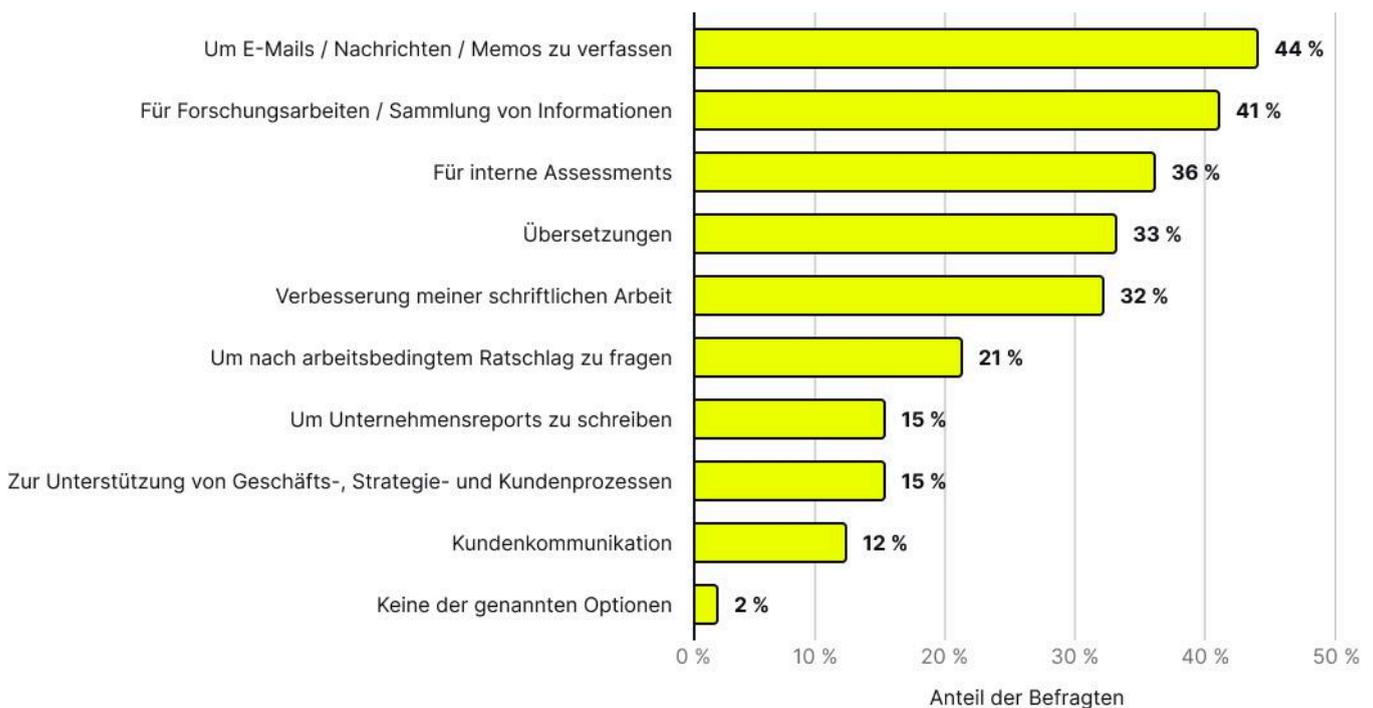
Sind diese Fragen zur Zufriedenheit aller Verantwortlichen beantwortet, lässt sich ein Use Case in der Regel recht einfach ableiten.

Ein guter Prüfstein, ob ein KI-Chatbot geeignet ist, die drängenden Anliegen der Nutzer:innen zu lösen, ist folgendes Gedankenexperiment: Stellt euch vor, ihr selbst hättet ein konkretes Anliegen und würdet euch in einem Chat an eine real existierende Person wenden, die euch dabei helfen soll, eine Lösung zu finden. Wäre das hilfreich? Handelt es sich bei einem Chat um eine effiziente und hilfreiche Interaktionsform? Sollte die Antwort nein lauten, ist die Implementierung eines KI-Chatbots vermutlich nicht zielführend und es sollten lieber andere Maßnahmen getroffen werden.



Die Entwicklung eines KI-Chatbots ist ein vornehmlich strategisches Unterfangen

Wie bis hierher klar geworden sein sollte, ist die explizite Strategiefindung eine der wichtigsten Aufgaben im Zusammenhang mit der Implementierung eines KI-Chatbots. Es geht in erster Linie darum, Bedarfe und konkrete Einsatzszenarien zu skizzieren, weniger darum, bereits von Beginn an die technische Komponente des Vorhabens in den Blick zu nehmen. Sich sowohl über das spezielle Einsatzgebiet (die *Domäne*) des antizipierten Chatbots im Klaren zu sein wie auch über etwaige Beispielkonversationen nachzudenken ist das A und O hinsichtlich eines funktionierenden KI-Chatbots. Da es sich um eine technische Komponente handelt, deren hauptsächlicher Einsatz im Zusammenspiel mit den Nutzer:innen liegt, ist es wichtig, deren Bedürfnisse, Präferenzen und auch ihre möglichen Ängste zu kennen. Nur so kann durch die Implementierung einer technologischen Neuerung auch tatsächlich ein gewinnbringender Beitrag zur alltäglichen Arbeitskultur geleistet werden.



Quelle: [Statista](#) 2024.



Die Statistiken sprechen ein klares Bild: Demnach nutzt der Großteil der Unternehmen generative KI, um sich hinsichtlich der internen Prozesse unter die Arme greifen zu lassen. Lediglich 12% der Befragten gaben 2024 an, auch den Kundenservice durch KI zu bespielen. Schaut man sich dieses Bild genauer an, stellt man schnell fest, dass es ein enormes Potenzial gibt, sich im Bereich der nach außen gewendeten Kommunikation durch den Einsatz von KI-Chatbots zu unterscheiden. Hinsichtlich der Entwicklung der internen Akzeptanz des Einsatzes von Chatbots sprechen die Zahlen eine ähnliche Sprache: Noch 2016 waren vor allem die Bedenken hinsichtlich der Korrektheit ausgespielter Informationen bzw. der Zuverlässigkeit automatischer Mechanismen besonders hoch (vgl. [Statista 2016](#)). In einer ähnlichen Befragung aus dem Jahr 2021 zeichnete sich ab, dass der Grund für die Vermeidung der sukzessiven Implementierung von Chatbots in die Außenkommunikation nunmehr mit einer mangelnden Akzeptanz auf Seiten der Kundschaft begründet wurde. (vgl. [Statista 2021](#)).

Generell lässt sich sagen, dass sich die Berührungsängste mit künstlich intelligenten Agents stark abgebaut haben und weiterhin im Abnehmen begriffen sind. Neuartige *Large Language Models* (LLMs) sind gar schon so weit, dass sie die soziale Camouflage bereits nahezu perfektioniert haben – und die Entwicklung schreitet weiterhin rasend schnell voran. Es ist somit zu erwarten, dass sich die Rolle, die KI und entsprechende Chatbots spielen werden, in Zukunft noch tragender ausnehmen wird.



Die Customer Journey entwerfen – Ein interdisziplinäres Unterfangen

Wenn die Entscheidung für die Entwicklung eines KI-Chatbots gefallen sein sollte, ist es eine der wichtigsten Maßnahmen, sich dem Entwurf einer Customer Journey anzunehmen. Wenn es darum geht, einen Mechanismus zu ersinnen, der an Stelle eines einzelnen menschlichen Mitarbeitenden, oder gar eines entsprechenden Teams, mit Kund:innen in Kontakt treten soll, bzw. Nutzer:innen adäquate Hilfe zuteil werden lassen soll, ist es besonders wichtig, sich strategisch über die wichtigsten Touchpoints Gedanken zu machen, an denen Hilfe bzw. Assistenz besonders sinnig erscheint: Die Frage danach, wo genau dynamischer Ansatz einen Unterschied zur Konkurrenz zu machen vermag, kann dabei eine wichtiger Entscheidungshilfe sein.

Im Großen und Ganzen lässt sich der Entwurf einer Customer Journey unter dem Banner der User Experience (UX) und der zugehörigen Gestaltung zusammenfassen. Dabei geht es, ähnlich wie bei der Gestaltung von eingebetteten Formularen und/oder Buttons, darum, akute Frustrationen zu vermeiden und anhand einer kohärenten Erzählung einen idealtypischen Aufenthalt von stereotyp aufbereiteten Nutzer:innen auf der eigenen Webpräsenz zu garantieren.

Die Erstellung einer Customer Journey ist eine interdisziplinäre Aufgabe, die mehrere Rollen und Fachbereiche umfasst. Wer genau verantwortlich ist, hängt vom Unternehmen, der Projektgröße und den spezifisch definierten Anforderungen ab. Es ist gerade hinsichtlich der tatsächlichen Ausgestaltung einer möglichst realistischen Modellierung wichtig, verschiedene Perspektiven zu berücksichtigen, da man es tunlichst vermeiden sollte, seine eigenen Urteile als *Ultima Ratio* anzulegen.

Vorrangig geht es bei einem KI-Chatbot und dessen Verhalten um Aspekte des Storytellings und darum, ein tiefgreifendes Verständnis der *Aufmerksamkeitsökonomie* mitzubringen, also der Tatsache, dass die Zeit der Nutzer:innen ein knappes Gut ist, mit dem entsprechend gehaushaltet werden muss. Jede unnötige Schleife sollte vermieden werden, wobei nicht ausgeschlossen ist, dem regelrechten Spieltrieb der einzelnen zuzuarbeiten.



Vereinfacht ausgedrückt, geht es vorrangig darum, sich mit den folgenden Sachverhalten auseinanderzusetzen:

Die 4 Essentials für empathische KI-Dialoge

- 1. Nachforschungen nach menschlichen Bedürfnissen in Relation zur von ihnen verwendeten Sprache müssen angestellt werden.**
- 2. Den technischen Bots sollte eine (proto-) soziale Persönlichkeit, oder ein entsprechender Charakter, antrainiert werden.**
- 3. Akribische Frage-Antwort-Skripte, die bei der Entwicklung und dem Training eines KI-Chatbots helfen und den Flow einer sich entfaltenden Konversation abbilden, sind sehr zu empfehlen.**
- 4. Bei alledem gilt es, die Ambiguität menschlicher Sprache als Asset zu verstehen und sich entfaltende Gespräche entsprechend zu planen.**



Vorläufiges Fazit

Nach den in diesem Whitepaper geteilten Insights in die strategische Planung hinsichtlich der konkreten Entwicklung eines KI-Chatbots, sei darauf verwiesen, dass es sich als äußerst hilfreich erweisen könnte, sich von ausgewiesenen Expert:innen unter die sprichwörtlichen Arme greifen zu lassen. Innerhalb eines entsprechenden Workshops kann näher auf individuelle Bedarfe eingegangen werden, Rückfragen können gestellt werden und etwaige Missverständnisse lassen sich in direktem Kontakt zeitnah klären. Es spricht also vieles dafür, von der eingehenden Expertise anderer zu profitieren. Niemand muss die Zukunft alleine gestalten, die wahrhafte Kraft liegt in der Kooperation und in einem der Zukunft zugewandten innovativen Approach. Es geht mit jeder Produktiteration darum, auch und gerade den jeweils neuen Nutzen zu antizipieren und mindestens einen Schritt voraus zu denken, will man wahrhaft langfristig erfolgreich sein.



A photograph of two men in a meeting, one on the left and one on the right, both wearing glasses and smiling. The background is a soft, warm glow. The text is overlaid on this image.

Mach den nächsten Schritt: Bau deinen eigenen KI-Assistenten in nur 4 Wochen

Remote, praxisnah & bis zu 90 % Förderung möglich – exklusiv für Solopreneure.*

Warum du dabei sein solltest

- **Sofortumsetzung statt Theorie:** Du entwickelst in 4 Wochen einen funktionsfähigen Prototypen entlang deiner Customer Journey.
- **Keine Vorkenntnisse nötig:** Dank No-Code-Tools baust du den Bot komplett ohne Programmierskills.
- **100 % online & live:** Lern flexibel von überall und tausch dich in Echtzeit mit Coaches & anderen Teilnehmenden aus.

→ Mehr erfahren und Fördermittel-Check machen

** Solopreneure, Einzelunternehmen, Einpersonengesellschaften u.v.m. mit max. 1 Vollzeitkraft. Wohnsitz & Haupttätigkeit in DE.*





Kontakt

info@taikonauten.com

+49 (0)30 60 989 456-0

Taikonauten GmbH

Prinzenallee 74

13357 Berlin