

Es spricht der Automat

Ob im Unternehmen oder an der Kinokasse: Sprachanwendungen stehen immer zur Verfügung, erlauben Service rund um die Uhr – und machen sogar Spaß. Ihr Einsatz spart Unternehmen nicht nur Kosten, sondern unterstützt auch die Kundenbindung.

Text _ Detlev Artelt

Selbstbedienung rund um die Uhr? Mit einer Sprachanwendung ist das kein Problem. Sie kaufen zum Beispiel eine Kinokarte wann und wo Sie gerade telefonieren können. Eine Sprachanwendung ist immer dienstbereit.

Mit dem neuen Medium Voice ergeben sich völlig neue Möglichkeiten für Marketing und Vertrieb. Der Kunde kann direkt angesprochen werden und sofort agieren. Ein Reaktion ist in wenigen Minuten da und das Unternehmen kann so viel schneller auf Anforderungen am Markt reagieren. Ein weiterer Vorteil

von Sprachanwendungen: Emotionen, die durch die Bilder der Werbung oder des Unternehmensauftritts geweckt werden, können durch eine Sprachanwendung auditiv unterstrichen werden. Sprache wirkt als zusätzliches Medium direkt im Kopf der Zielgruppe. So wird die Botschaft eines Produkts betont und trägt dazu bei, den Kunden zum Kauf zu animieren.

Darüber hinaus lassen sich mit der passenden Sprachanwendung beispielsweise in kurzer Zeit Informationen zur eigenen Zielgruppe sammeln. So hat

etwa der 1. FC Köln mit der prominenten Stimme eines Fußballers über 1.000 Kundendatensätze in nur drei Wochen zusammengetragen oder entsprechend aktualisiert. Bei Gewinnspielen wird der Kunde mittels einer Sprachanwendung durch das Menü geführt. Nimmt er die Hürde und greift zum Hörer, muss er allerdings dem Produkt entsprechend bedient werden. Dabei sind frische, freche und manchmal auch witzige, emotionale Dialoge gefragt, die den Anrufer zur Abgabe seiner Daten, zur Bestellung einer Ware oder zu anderen Aktivitäten wie etwa Teilnahme an einer Umfrage animieren.

Der Markt der Sprachanwendung boomt derzeit und wird durch viele Entwicklungen gepusht. So bekommt im neuen Betriebssystem von Microsoft jeder Benutzer ab Werk eine Sprachverarbeitung angeboten, um damit Briefe zu diktieren oder sogar den kompletten PC zu steuern. Pfliffige Erfinder mixen Sprachtechnologie mit innovativen Ideen und entwickeln zum Beispiel einen sprachgesteuerten Barmixer. Dieser nimmt Ihre Bestellung auf und mixt einen Cocktail für Sie.

Ein Cocktail auf Befehl

Auch vor den kleinen digitalen Helfern macht die Sprachverarbeitung nicht halt. Für ein paar Euro gibt es eine Software, die aus dem PDA eine kleine Wundermaschine macht. Anstehende Termine werden wie von Geisterhand zum Zeitpunkt der eingestellten Erinnerungszeit einfach vorgesprochen. So klingt es dann vom Schreibtisch, dass gleich das Mittagessen mit dem Ge-

p BUCHTIPP DER VOICE COMPASS 2007

Das Kompendium über den Markt der Sprachautomation liefert Hintergrundwissen in einfacher Form und schafft so ein Basiswerk für die Voice-Branche. Es erscheint im Oktober, *acquisa* konnte schon exklusiv einen Blick hineinwerfen.

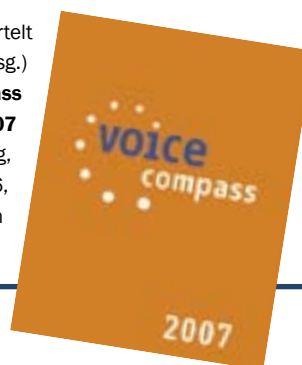
Warum quälen wir uns im Alltag noch mit Tasten und Ziffernblöcken? »Sprechen ist einfacher als Tippen«, sagt der Herausgeber und entwirft schon im Vorwort des *voice compass 2007* das Dorado der Voice-Technologie. Die Spracherkennung als Basistechnologie sei nach 50 Jahren Entwicklung ausgereift und ermögliche viele Funktionen, heißt es. Das Problem sei der Mensch, der vor neuen Entwicklungen zunächst zurückschrecke.

Mit dem Buch wollen Herausgeber und Autor das Hintergrundwissen liefern, das der Leser

braucht, um in seinem Umfeld Sprachanwendungen einzusetzen. Der *voice compass 2007* zeigt, was mithilfe von Sprache gestaltet werden kann und welche Anbieter in welchem Bereich aktiv sind.

Anhand anschaulicher Beispiele und Kalkulationen liefert der *voice compass* Ideen für Voice-Lösungen. Auf der Homepage finden Interessenten auch eine Bestellmöglichkeit für das Nachschlagewerk.

Detlev Artelt
(Hrsg.)
**voice compass
2007**
Eigenverlag,
Aachen 2006,
250 Seiten
599 Euro





Sprache verbindet. Beim Einsatz in der Kundenbindung und im Marketing sind Sprachanwendungen in der Lage, Unternehmen und Marken emotional aufzuladen

schäftskollegen ansteht oder, dass um 17.00 noch einen Zahnarzttermin auf dem Plan steht.

Und nicht zuletzt Telefonieren wird mit dieser Sprachsteuerung einfacher. Ein Tastendruck und die Worte »Franz Beckenbauer anrufen« setzen einen Dialog in Gang: »Auf der privaten Festnetznummer, auf dem Mobiltelefon oder im Büro?« Die Technologie ruft die entsprechende Nummer aus dem vorher gespeicherten Adressbuch ab und wählt sie automatisch an.

Eine automatisierte Vermittlung ist eine Sprachanwendung mit echtem Mehrwert gerade auch für Unternehmen. Sie ist immer gleich freundlich, erkennt anhand der bestehenden Mitarbeiterdatenbank jede Durchwahl, Handynummer oder die Telefonnummer vom Heimarbeitsplatz und vermittelt auch nach Feierabend Gespräche zuverlässig und vor allen Dingen mit einer sicheren Protokollierung der Anrufer. Natürlich kann ein Anruf durch eine Vermittlung an die Voicemail weitergeleitet werden. Diese Nachricht erhält der gewünschte Ansprechpartner sofort per E-Mail und

kann so von der Messe aus dem Ausland den wichtigen Kunden schnell zurückrufen.

Voice-Technik-Trend aus den USA

Diese und weitere Impulse waren Mitte August auf der SpeechTEK zu sehen. Auf der weltweit führenden Kongressmesse für Sprachtechnologie zeigten nicht nur amerikanische, sondern auch einige deutsche Unternehmen, was im Bereich der Sprachanwendungen alles machbar ist und wohin sich dieser Markt entwickeln wird. Das Thema »Passwort Reset« boten gleich mehrere Unternehmen an. Die Technologie nutzt die einmaligen biometrischen Daten der Stimme, um ein Passwort, z.B. für den Netzwerkzugang im Unternehmen, neu zu vergeben. Am Telefon benötigt dieser Prozess nur zwei Minuten – auf dem Weg über Abteilungsleiter und Sicherheitsverantwortliche oft 30-40 Minuten.

Microsoft zeigte die in Vista eingebaute Sprachsteuerung, die zu einer Umgestaltung der gesamten Office-Welt beitragen wird. Diese Erfolgsaussich-

ten werden als Motor für den ganzen Sprachmarkt betrachtet. Andere Hersteller wie Nuance zeigten die Integration von Sprachtechnologie im Auto. Damit wird die Navigation zu fremden Zielen zu einem Kinderspiel, da gerade im Auto die Eingabe per Sprache um ein Vielfaches einfacher und sicherer ist, als per Knopfdruck.

Aber um diese innovativen Anwendungen kennenzulernen, muss man nicht nach New York reisen. Was die SpeechTEK in den USA ist, sind in Deutschland die sogenannten Voice Days (www.voicedays.de). Sie sind hier das Forum für Sprachtechnologie und finden am 18. und 19. Oktober im alten Bundestag in Bonn statt. Einsteiger finden im Rahmen des Kongresses Workshops und Tutorien, die ihnen eine Einführung in die Technologie geben und grundlegende Fragen zum Einsatz von Sprachanwendungen erklären. In der begleitenden Fachaussstellung »Best Practice Park« werden die Themen des Kongresses anhand konkreter Beispiele vertieft.

Ob in Deutschland oder in den USA im Vordergrund aller Entwicklungen sollte die einfache Bedienung und die Ausrichtung auf den Benutzer stehen. Nur wenn dieser die Sprachanwendung intuitiv bedienen kann und vielleicht dabei sogar Spaß hat, werden die Verkaufszahlen der Hersteller stimmen. ·J

AUTOR

Detlev Artelt,
Geschäftsführer der
Aixvox GmbH, Aachen



Der Autor berät seit 12 Jahren Unternehmen bei der Konzeption, Umsetzung und Optimierung komplexer Sprachapplikationen. Er verfasste verschiedene Fachbeiträge und Marktstudien im Bereich datenbankgestützter Computersprachsysteme in Verbindung mit Spracherkennung und -synthese.

→ www.aixvox.com