

Emotion Analytics: More than words!

Gelungene Kommunikation ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für jedes Unternehmen. Das Verständnis für die Wirkung von Kommunikation liefert daher wichtige Hinweise auf Verbesserungspotenzial – sei es im Kundenservice, im Vertrieb, im Marketing, bei Personalfragen oder im Management. Sogar ganze Transformationsprozesse bauen auf dem Verständnis einheitlicher Werte und Ziele auf. Hier kommt Emotion Analytics ins Spiel.

Philipp Grochowski

Worte haben Wirkung: Sie prägen unsere Realität, Gedanken, Emotionen und Beziehungen. Die Wirkung geht dabei über die Inhalte hinaus: Sie wird auch von formalen Sprachmustern geprägt. Jede Person verfügt dabei über einen individuellen Kommunikationsstil, ein gewohntes, präferiertes und recht stabiles Verhaltensmuster. Dies umfasst Formulierungen, typische Wörter, Begriffe, Redewendungen, Wortkombinationen, Länge der Sätze etc. Das Kommunikationsmuster eines gut bekannten Menschen erfassen wir mitunter selbst dann, wenn wir ihn oder sie gar nicht hören und sehen - und damit relevante Kommunikationsanteile entfallen - sondern die Kommunikation schriftlich vorliegt. Nicht selten sagen wir dann „ich konnte beim Lesen seine/ihre Stimme hören“.

Wie kommuniziere ich?

Wir selbst sind uns unseres typischen Kommunikationsstils meist nicht bewusst. Es ist wie mit der eigenen Stimme: Unsere Umgebung kennt sie, ist mit ihrem Klang vertraut. Wir selbst hören uns nicht. Und wenn doch, scheint es fremd. Auch der Blick auf den

eigenen Kommunikationsstil ist geeignet, uns zu überraschen. Dabei tun wir gut, uns daran zu erinnern, dass nicht der Sender, sondern der Empfänger entscheidet, welche Botschaft bei ihm wie ankommt. Jetzt gibt es eine Möglichkeit die eigene Sprachwirkung objektiv messbar zu machen und besser zu verstehen. So können wir gezielter kommunizieren, Verständnis erzeugen und das vermitteln was wir „überbringen“ wollen.

Bewusstsein schaffen, Wirkung messen

VIER Emotion Analytics by Precire verbindet sich zwei Welten: Psychologie und KI. Über die Analyse von Sprache werden formale und psychologische Informationen verfügbar. Die Lösung basiert auf einer in Europa und den USA patentierten Sprachanalyse und der weltweit größten Studie, die KI und Psychologie verknüpft: Sie umfasst über 39 Mio. Ratings von über 26'000 Personen. Das KI-Modell hat mehr als 110 Mio. Parameter und VIER Precire hat mehr als 4 Mrd. Wörter analysiert.

In der Interaktion bedienen sich zum Beispiel deutsche Muttersprachlerin-



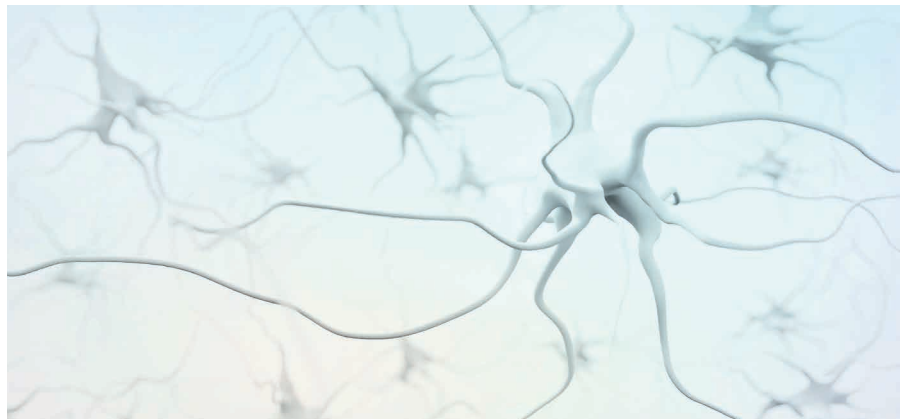
Philipp Grochowski ist
Business Development
Manager bei VIER GmbH

philipp.grochowski@vier.ai

nen und Muttersprachler aus einem Repertoire von durchschnittlich 12.000 Wörtern. Die Sprachanalyse misst die Sprach-Wirkungsweisen in gesprochener und geschriebener Form auf Grundlage der Bewertungen der Studie und erstellt ein persönliches Kommunikationsprofil. Betrachtet werden dabei Form, Struktur, Reihenfolge und Kombination der Sprache, also das rein Formale. Im Ergebnis zeigt Emotion Analytics, wie man als Sprecherin oder Sprecher, als Kundenberaterin oder Kundenberaterin oder als Führungskraft wirkt: Freundlich, motivierend, zuverlässig, kooperativ, aggressiv, lenkend, unabhängig?

Sprache gestalten, zielgerichtet kommunizieren.

Im nächsten Schritt lässt sich über die Analyse psychologischer Informationen die Wirkung in verschiedenen Dimensionen nachweislich erhöhen. Eine für die Vertriebskommunikation optimierte Kombination von nützlichen Formulierungen unterstützt etwa bei der professionellen Kundenansprache am Telefon oder im Gespräch mit Mitarbeitern oder Kollegen. Auch Serienmails, Anschreiben, Social Media-Posts etc. können so formuliert werden, dass sich die Aussicht auf vertrieblichen Erfolg erhöht. Die KI-basierte Software kann bereits beim Schreiben des Textes konkrete Hinweise auf die Wirkung geben. Der Verfasser hat die Chance, Wörter und Formulierungen zu bearbeiten und die Korrespondenz zu optimieren. E-Mails wirken dadurch auf den Empfänger verständlicher, positiver und freundlicher. Dasselbe gilt für Werbemailings und



übrige Formen der Außendarstellung eines Unternehmens.

Objektive Messung zeigt Potenzial

Aber: Natürlich ist es nicht unbedingt angenehm, das eigene Sprachverhalten kritisch anschauen und die individuelle Sprachkompetenz bewerten zu lassen. Zumal Verbesserungspotenzial stets Kritik voraussetzt. Hier weckt gerade Künstliche Intelligenz mitunter eher Vertrauen als natürliche: Es ist wie bei der automatischen Rechtschreibkontrolle: Nicht ein Kollege, Vorgesetzter oder Berater analysiert die eigene Sprache, sondern eine neutrale Software – ohne mahnenden Zeigefinger, dafür objektiv und professionell. Die KI-basierte Analyse des eigenen Sprachprofils hat also einen großen Vorteil: Objektivität. Das Ergebnis ist vollkommen unberührt von Sympathie, Attraktivität oder sonstigen subjektiven Kriterien. Dies erleichtert die Akzeptanz der Ergebnisse und ermöglicht die Ableitung angemessener, sinnvoller und individueller Trainingsmaßnahmen für jeden Einzelnen.

Sponsored Content ■

Vorteile von VIER Emotion Analytics by Precire für

- das Recruiting: Sie finden Mitarbeitende, die besonders gut zu Ihnen passen
- den Kundenservice: Der richtige Einsatz von Sprache stärkt die Kundenzufriedenheit und reduziert die Bearbeitungsdauer
- den Vertrieb: Durch gezielte Kommunikation lässt sich die Abschlussquote erhöhen
- Führungskräfte: Sie motivieren Mitarbeitende stärker und steigern die Bindung an das Unternehmen
- alle Unternehmen: gezielte, bessere Kommunikation, positive Aussendarstellung und sorgsame Interaktionskultur

VIER GmbH

Hamburger Allee 23
DE-30161 Hannover
Telefon: +49 511 957395 1111
vier.ai

VIER