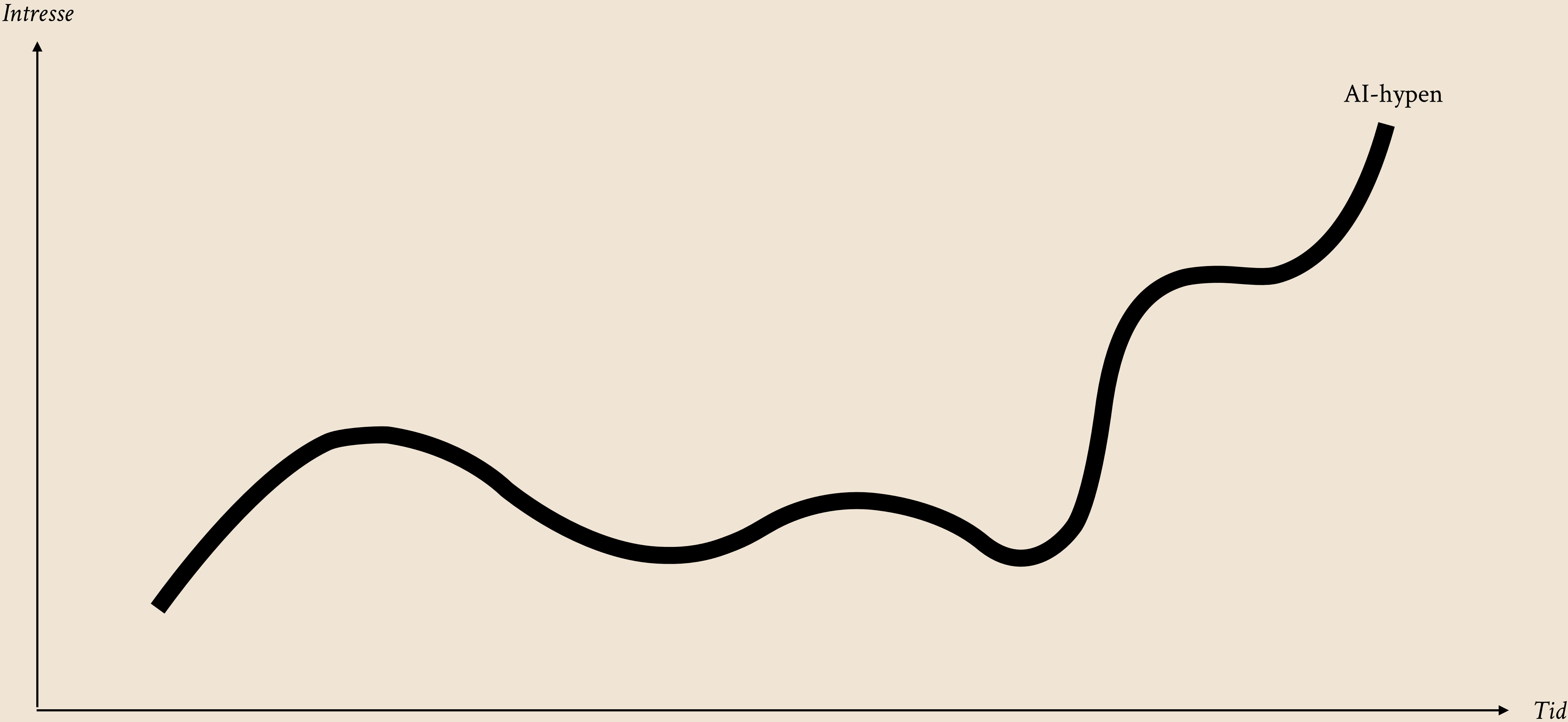
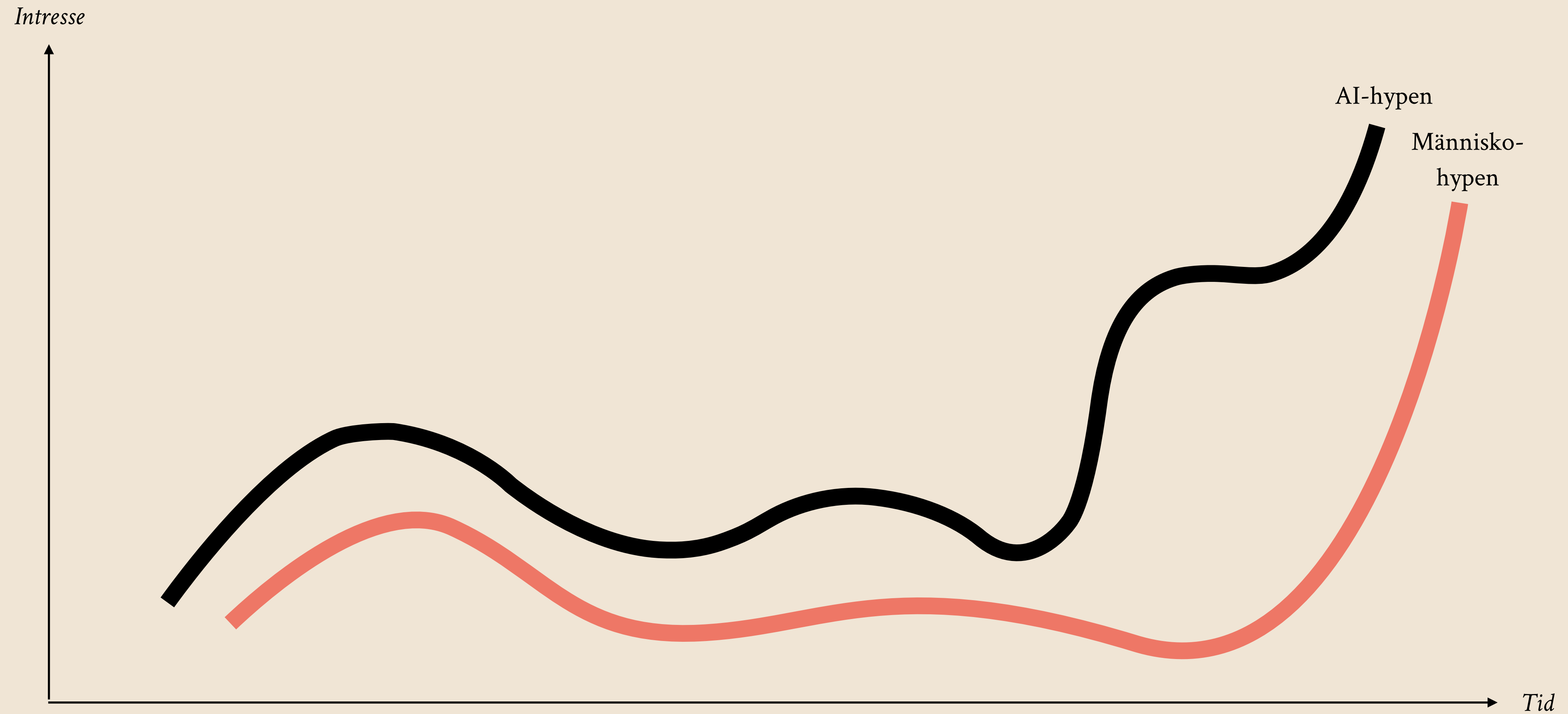


Vad händer när artificiell intelligens blir en del av kundmötet?



Figur 1. Intresset för Artificiell Intelligence över tid, en grov gissning



Figur 2. Intresset för våra mänskliga behov över tid, en grov gissning

Vi tenderar att paketera artificiell intelligens i
spektakulära berättelser, vilket komplicerar, men också
håller liv i ett offentligt samtal.

Artificial Intelligence träffar mänskligheten där det gör som ondast:
I vår rädsla att vara sårbara, ofullkomliga och utbytbara.

AI speglar mänskligt beteende. Det påminner oss därmed om vår ofullkomlighet. Men AI speglar inte bara de ljusa, utan också de mörkaste delarna av människans själ och beteenden.

- ¹ AI för personalisering
- ² Att samtala med artificiell intelligens

¹ AI för personalisering

Har du någon gång fått upp digitala annonser för den produkt eller tjänst du precis pratade om?

Jag låter gärna SAS välja flygplansstol åt mig, men jag vill inte få
madrastips från IKEA med budskapet "du som sover på sidan"
– även om budskapet är riktat till alla deras kvinnliga kunder.

Obehaglig personalisering handlar inte om vilken data som används
eller hur, utan om känslan den skapar inuti oss.

Även om du kommunicerar med hela din publik eller kundbas,
pratar du också med en enda människa vid ett enda tillfälle.

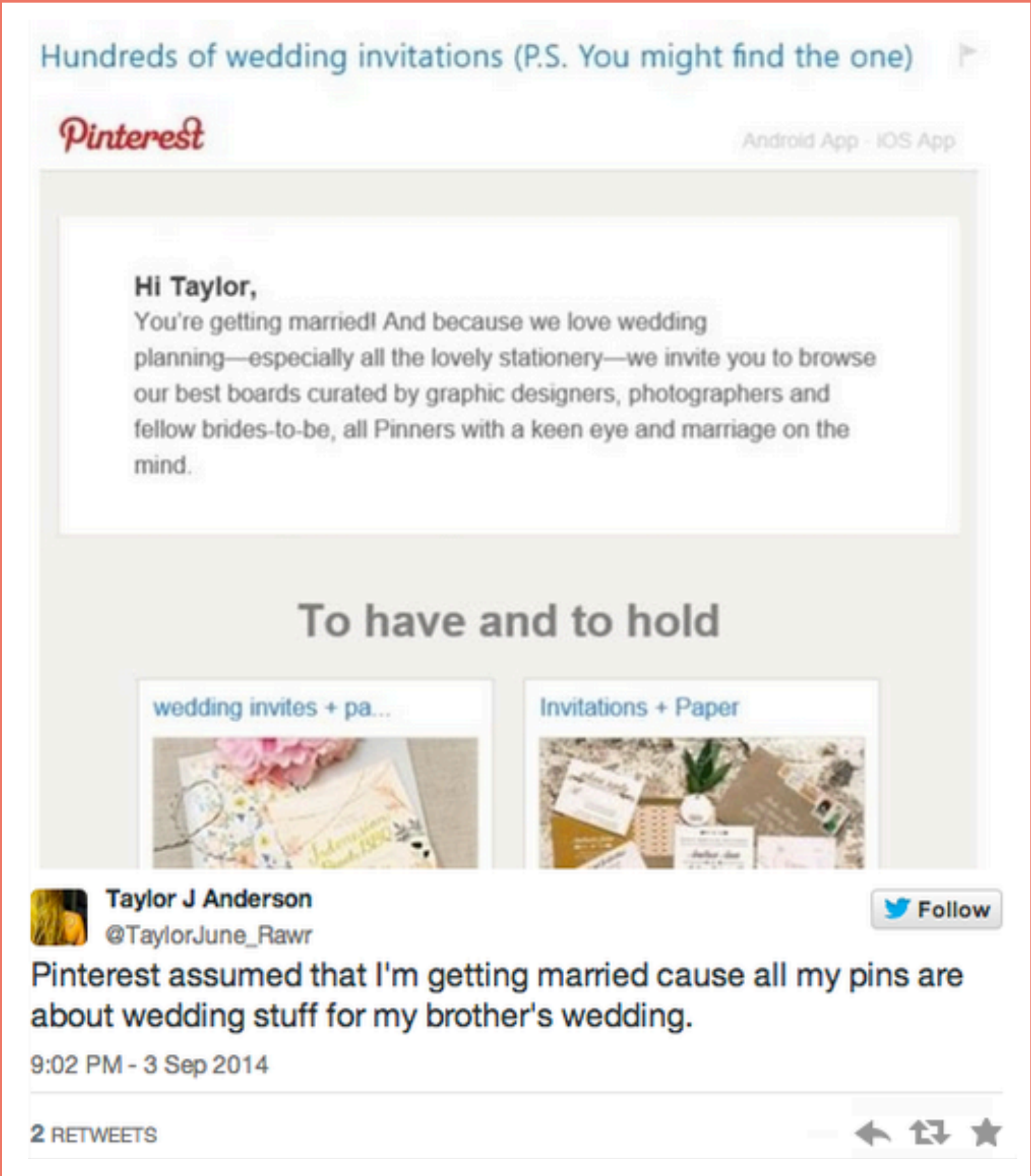
Det finns också något som kallas *frekvensillusion*, en typ av konfirmeringsbias som förstärker upplevelsen av obehaglig personalisering.

Den mänskliga hjärnan letar konstant efter mönster, men vi noterar dem först när det faktiskt finns ett mönster.

Det är därför vi alltid tittar på klockan när den är 13:37.

Det finns fem typiska situationer där vi vet att personalisering upplevs negativ, eller rent av obehaglig.

När den har fel:



När den upplevs okänslig:



Kim Possible

@kimlockhartga



Creepy marketing: My dad is in assisted living. Today, he received a Christmas basket from the local mortuary.

♡ 25 5:36 PM - Dec 23, 2016



See Kim Possible's other Tweets



När våra preferenser görs publika:



När den känner till våra rörelsemönster:

“I drive a lot between two suburbs. Every day I got in the car and my phone said
“*21 minutes to Sandringham*” and I was like “*Oh my god, how does it know I’m going there?*”
– It wasn’t just where I was, it was where I was going...”

När den upplevs som irriterande:



En studie från 2015 visar att CTR gick upp när företag var öppna med sin datainsamling och hur datan användes.

Transparens verkar genomgående vara viktigast för att skapa personalisering som upplevs positiv.

Personalisering kan självklart också upplevas positiv.

Framför allt uppskattar vi att slippa det irrelevanta.
Personalisering kan ta bort mycket av den informations-
overload som vi annars upplever.

Vi kan också använda personalisering för att skapa upplevelser som blir hyper-relevanta men som inte upplevs baserade på enskilda datapunkter.

Det är ofta när vi kan identifiera, eller tror att vi har identifierat, en enskild datapunkt som det uppstår en känsla av obehag.

2 Att samtala med artificiell intelligens

AI möter i dagsläget sällan människan "öga mot öga". Men när det sker, är det nästan alltid i samma form: Vi har försökt skapa en interaktion som ska upplevas precis som om du interagerade med en annan människa.

- ¹ Namn och kön
- ² Personlighet
- ³ Charmiga förskrivna svar

Men, när du pratar med en bot pratar du ju egentligen med en människa. Allt som Alexa eller Siri säger i respons till dig har vettats av mängder av människor hos Amazon och Apple.

Varje samtalande artificiell intelligens har någon i kulisserna.

‘Alisa, is it OK for a husband to hit a wife?’ asked the Russian conceptual artist and human-rights activist Daria Chermoshanskaya in October 2017, immediately after the chatbot’s release. *‘Of course,’* came the reply. If a wife is beaten by her husband, Alisa went on, she still needs to *‘be patient, love him, feed him and never let him go’*.

Samtidigt saknas det, vid konversation med ett AI, element som finns när du interagerar med en annan människa.

- ¹ Titta dig i ögonen
- ² Förstå dina känslor
- ³ Få dig att känna dig sedd och hörd
- ⁵ Relatera till din upplevelse

Ibland vill vi att någon ska veta precis hur vi känner,
andra gånger vill vi inget hellre än att dölja det.

När vi inte har en människa på andra sidan stänger vi av frontalloben och slutar att kontrollera våra beteenden
– för att vi kan göra det utan konsekvenser.

När vi vill ha någon som kan: förstå våra känslor, få oss att känna oss sedda och hörda, och relatera till vår upplevelse (och inte får det) upplever vi samtal med AI som negativt.

När vi vill helst inte vill dela det vi känner, men ändå behöver
någon där, upplever vi samtal med AI som något positivt.

Företaget Replika har skapat AI-kompisar åt mer än 2.5
miljoner människor världen över.

“Using Replika can feel therapeutic too, in some ways. The app provides a space to vent without guilt, to talk through complicated feelings, to air any of your own thoughts without judgement.”

Det är sannolikt inte samma personer som kommer söka sig till en AI-psykolog som till en vanlig psykolog.

Interaktion med artificiell intelligens kommer aldrig upplevas som interaktion med en annan människa.

Inte för att samtalet inte kan bli lika avancerat, utan för att vår misstanke om att vi samtalar med ett AI alltid kommer förändra vår upplevelse av interaktionen.

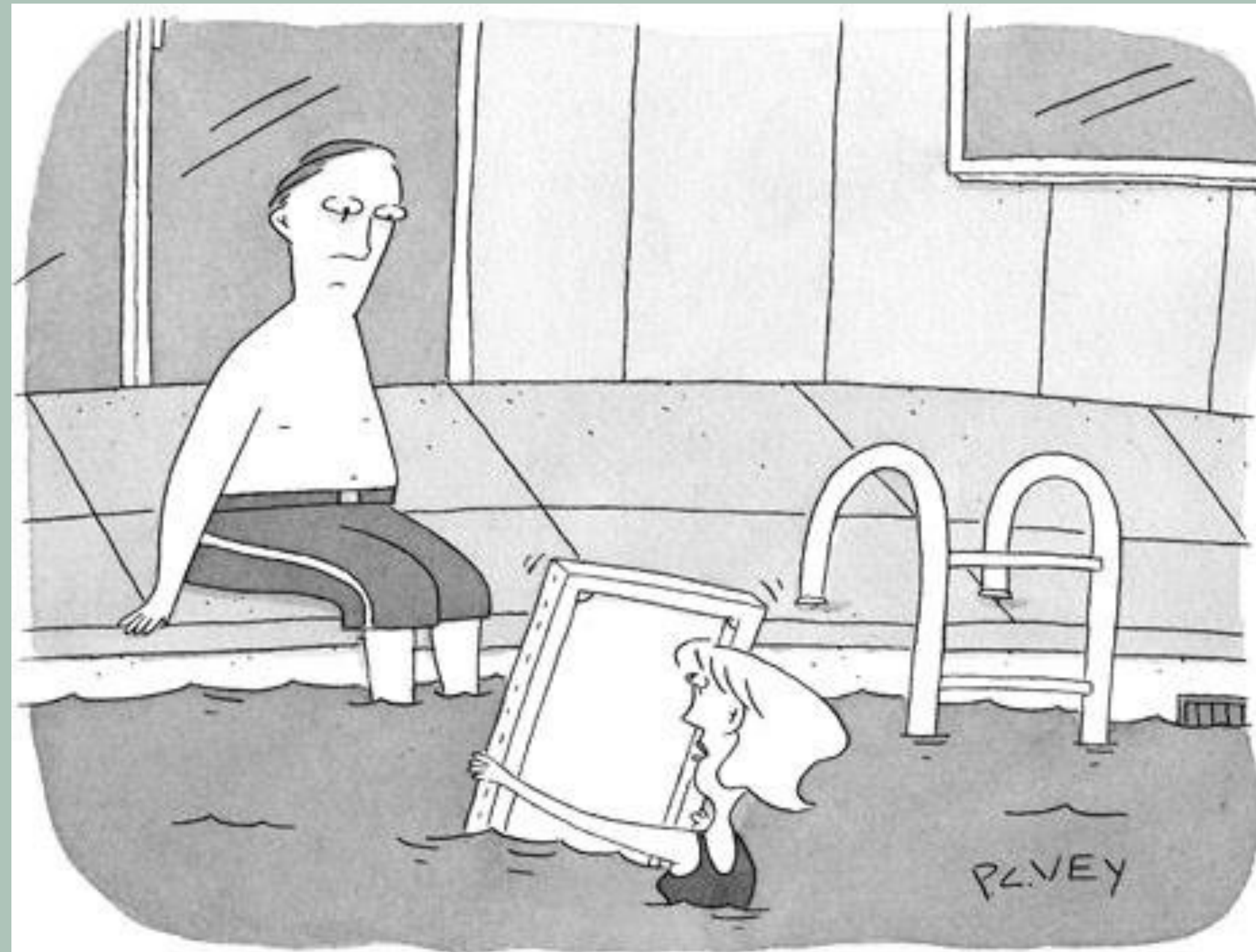
Mänsklig kundservice i chat-format kommer sannolikt att få ta emot mer hat ju fler chatbotar för kundservice som implementeras.

Vi samtalar ju med andra varelser – katter, små barn – på helt
andra sätt än vi gör med jämlika vuxna. Varför ska ett AI
imitera just människan?

“Artificial intelligence doesn’t mean *higher* intelligence, and it certainly doesn’t mean human intelligence. I think we have trouble creating great bots that work on their own because we continue to insist that they act more like cheery, witty humans than like the mechanical automatons they are.”

Men precis som AI i samtal försöker låta som människan, har människan börjat låta mer som botar och andra förskrivna interaktioner.

Artificial Humanity



"Hi, I'd like to add you to my professional network on LinkedIn."

Det bästa sättet att skapa en positiv upplevelse av artificiell intelligens kommer vara att släppa idealet att imitera människan.

Precis som med personalisering kommer
upplevelsen av ett samtal med artificiell intelligens
förbättras om transparensen ökar.

Förväntningar påverkar våra upplevelser.

I nästan alla lägen där man vill göra personalisering för personaliseringens skull, eller en bot – för vem vill inte ha en bot? – är risken att medlet går före målet.

Artificial Humanity

“A rethoric of newness”

Om du istället utgår från vilka problem du kan lösa för dina kunder och deras (ännu så länge) väldigt mänskliga behov och hjärnor – kommer du sannolikt både jobba med personalisering och AI-konversationer framöver.

Artificial Humanity

Utgå inte ifrån dig själv.

Tack!

anna@artificialhumanity.com

www.artificialhumanity.com

www.annaloverus.com