

AUTOMATISCHE CHAT VERLICHT WERKDRUK

Door Paul van Lent

“HOE KAN IK MIJN ABONNEMENT OPZEGGEN?“, “WAAR KAN IK FORMULIER X OPVRAGEN?“ IEDER CONTACT-CENTER KRIJGT ZE WEL: EENVOUDIG OP TE LOSSEN VERZOEKEN DIE HERHAALDELIJK TERUGKOMEN. VEEL VAN DEZE CALLS KUNNEN SNEL AFGEHANDELD WORDEN, MAAR NEMEN VAAK WEL EEN GROOT GEDEELTE VAN DE WERKZAAMHEDEN IN BESLAG WAARDOOR ER MINDER TIJD VRIJ IS VOOR INGEWIKKELDE VRAAGSTUKKEN. ALS DIT DE MEERDERHEID VORMT VAN HET DAGELIJKS AF TE HANDELEN KLANTCONTACT DAN KAN GEAUTOMATISEERDE CHAT VIA EEN CHATBOT UITKOMST BIEDEN.

Een chatbot is een virtuele medewerker. Voor een zo realistisch mogelijke gesprekservaring zijn de programmering van de chatbot en de invulling van de database de belangrijkste elementen. De invulling van de database – het knowledge management system – en de toegevoegde applicaties bepalen de intelligentie van deze virtuele collega. Hoe meer antwoorden, realtime feeds en koppelingen er opgenomen zijn in de database, hoe natuurlijker de chatbot kan reageren. Zo kan een intelligente chatbot op 100 verschillende manieren een gebruiker begroeten. Een *virtual agent* reageert op triggers. In de zin “Hoe kan ik mijn abonnement opzeggen?” zijn bijvoorbeeld *abonnement* en *opzeggen* zogenaamde triggers. Hierdoor en door de grammaticale structuur van de zin, weet de chatbot welk antwoord er verwacht wordt.

Veel virtuele medewerkers die fungeren als helpdesk-tool kunnen via een website geraadpleegd worden. Een voorbeeld van een veel geraadpleegde helpdesk-chatbot is Anna van IKEA. Zij helpt klanten in hun zoektocht naar kasten, bedden en eettafels of geeft informatie over het retourneren van spullen. Andere chatbots, die bijvoorbeeld een sales- of informatieve functie hebben, zijn ook vaak te benaderen via Live Messenger (voorheen MSN). Gebruikers kunnen de chatbot dan toevoegen aan hun buddylijst en een gesprek met hem aangaan op dezelfde manier als ze chatten met vrienden.



VERBETERD KLANTCONTACT

Anna van IKEA is een eenvoudige chatbot die vorm geeft aan het belangrijkste argument om een virtuele medewerker op te nemen als contactinstrument: het verbeteren van de service aan klanten. Enerzijds is het een extra kanaal – naast e-mail, helpdesks, telefoon of website – om met klanten in contact te treden. Maar anderzijds is het ook een kwaliteitsverbeteraar. Mensen worden gestuurd in het vinden van het antwoord op hun vraag en daardoor zo snel mogelijk geholpen. Dit voorkomt lange wachttijden aan de telefoon of ellenlang zoekwerk op de website.

De virtuele medewerker kan als eerstelijns opvang fungeren voor vragen door hem te koppelen aan live chat applicaties. Hierdoor kan de chatbot handelen op basis van het klantprofiel, het actuele gedrag en de volledige conversatie. De virtuele medewerker kan worden ingezet op het platform van het bedrijf met een vooraf bepaald *escalatiepunt*. Als dit *escalatiepunt* optreedt, is tussenkomst van een persoon vereist. Dit kan bijvoorbeeld optreden als de chatbot op twee of drie vragen van de gebruiker geen passend antwoord heeft kunnen geven. In zo'n geval vraagt de chatbot of de klant in contact wil komen met een helpdeskmedewerker zodat deze het verzoek persoonlijk af kan handelen. Ook kunnen bepaalde triggers zoals ‘offerte’ of ‘contract’ als *escalatiepunt* aangegeven worden.

NAVIGATION BY CONVERSATION

Navigatie middels conversatie houdt in dat de chatbot, naast het geven van het antwoord, automatisch de juiste webpagina opent waarin een uitgebreider antwoord te vinden is. Als

iemand bijvoorbeeld aangeeft te overwegen om klant te worden maar meer informatie over het product of bedrijf wil hebben, kan hij of zij het beste naar webpagina's met algemene informatie gestuurd worden. Maar als iemand specifiek vraagt naar contactgegevens, dan is het voor de betrouwbaarheid en functionaliteit van de chatbot belangrijk dat er direct een venster met de gevraagde gegevens opent. Hetzelfde geldt voor bijvoorbeeld vragen met betrekking tot algemene voorwaarden of betaal- en aanmeldingsprocedures.

Veel van de vragen die bij contactcenters binnenkomen zijn via een eenvoudig script af te handelen. De eerder genoemde triggers kunnen hierbij als startpunt dienen. Door steeds de vraag te stellen "bedoel je a of b?" komt de gebruiker uiteindelijk via een trechter tot een uitkomst. Dit kan bijvoorbeeld een webpagina zijn met de gevraagde informatie of een rechtstreekse verbinding met een helpdeskmedewerker die de vraag overneemt. De illustraties hiernaast laten dit in sterk vereenvoudigde vorm zien.

TERUGBELFUNCTIE

Een organisatie moet zelf in kaart brengen hoeveel vragen er via een script, en daarmee dus via de virtuele medewerker, afgehandeld kunnen worden. Er zijn partijen die zo tot wel 60 procent van de vragen automatisch kunnen afhandelen. Dit verschilt natuurlijk wel per branche. Bij een telefoonaanbieder zal dit percentage bijvoorbeeld veel hoger liggen dan in de reisbranche. Daar komen vaker specifieke vragen voor zoals "heeft het huisje een oven?" of "zijn handdoeken inbegrepen?" die te gedetailleerd zijn om in een script te worden opgenomen. Voor dergelijke gevallen is het interessant om het gesprek te laten doorzetten naar een live medewerker of een *call me back*-functie op te nemen in de chatbot. De chatbot vraagt dan aan de gebruiker of deze teruggebeld wil worden omdat hij op dat moment de vraag niet kan beantwoorden. De klant kan vervolgens een telefoonnummer achterlaten bij de chatbot. Deze stuurt op zijn beurt weer een bericht naar de centrale van het callcenter met het verzoek om deze persoon terug te bellen. De gevoerde chat wordt hieraan toegevoegd zodat de medewerker vooraf weet om welke vraag het gaat.

Een andere variant van deze proactieve benadering is een applicatie die ingebouwd wordt en het opmerkt als iemand al enige tijd tussen meerdere pagina's heen en weer aan het surfen is op zoek naar een ant-

woord. Hij kan ook signaleren of iemand lang blijft hangen bij bijvoorbeeld een inschrijvingspagina. De chatbot kan dan een chatvenster laten opkomen met de vraag of de bezoeker kan vinden wat hij zoekt of graag ergens mee geholpen wil worden.

MET CHATBOT IDENTIFICEREN

Om een chatbot succesvol toegevoegde waarde te laten hebben, is zoals al eerder aangehaald de invulling van de database van groot belang. Daarnaast is het ook belangrijk dat de uitstraling van de automatische gesprekspartner aansluit bij de instelling waarvoor de chatbot 'spreekt'. Zich met de chatbot kunnen identificeren is voor veel gebruikers belangrijk.

In het algemeen geldt dat gebruikers liever een personage zien als zij een gespreksvenster openen dan bijvoorbeeld een bedrijfslogo. Dit versterkt het gevoel van persoonlijk contact bij de gebruiker. Mensen weten feitelijk wel dat ze communiceren met een virtuele medewerker, maar willen hier niet expliciet mee geconfronteerd worden. Door het virtuele personage ook een alledaagse naam te geven wordt dit gevoel versterkt. Daarnaast moet de tone of voice van de chatbot passen bij het type bedrijf. Een automatische gesprekspartner van een overheidsinstelling die een jolige toon aanslaat, past niet in het verwachtingspatroon van de gebruiker. Hetzelfde geldt voor een bedrijf dat zich richt op jonge consumenten en die zijn chatbot-gebruikers met 'u' laat aanspreken.

INTERNE TOEPASSINGEN

In dit artikel is voornamelijk ingegaan op de externe mogelijkheden van virtuele medewerkers, maar ook voor contacten binnen een organisatie zijn deze automatische gesprekspartners een efficiënte oplossing. Hierbij kan gedacht worden aan een chatbot voor een technisch hulpcentrum of de P&O-afdeling die geïntegreerd is op intranet. Maar of het nu interne of externe communicatie betreft, de belangrijkste doelstelling is om met deze virtuele communicatie de efficiëntie van bedrijven te verhogen en de service aan vragenstellers te verbeteren. Ik zie een groeiende belangstelling aan oplossingen die geïntegreerd kunnen worden naast de bestaande contactkanalen. Binnen enkele jaren zal communicatie via geautomatiseerde chat en live chat in contactcenters dan ook net zo vertrouwd zijn als het oppakken van de telefoon. **CCM**

Paul van Lent is salesmanager bij Ecreation - www.ecreation.nl

