



🕒 02 augustus 2019, 14:38 (CEST)

Chatbots voorbij de hype: 3 belangrijke ontwikkelingen

Steeds meer bedrijven kijken voorbij de hype en kiezen voor de praktische oplossingen die chatbots bieden. Vooral op het gebied van klantenservice bewijzen slimme bots hun dienst. Nu het stof rond de chatbot-hype een beetje is neergedaald, kunnen we met een heldere blik vooruitkijken. Wat gaan chatbots voor ons betekenen in de toekomst?

1. Van FAQ's naar mutaties

Als je goede service wil bieden, heb je een chatbot nodig. Zo simpel is het. We zijn tegenwoordig verwend als consument. We worden door allerlei diensten 24/7 op onze wenken bediend. Spotify speelt de muziek die we willen, zodra we dat willen. Met Netflix hoeven we nooit meer op een bepaald tijdstip voor de tv te zitten. En als we nu een pakketje bestellen hebben we dat vanavond nog in huis. Dus als je 's avonds op de bank zit en een bedrijf een vraag wil stellen, dan wil je niet 24 of 48 uur wachten op antwoord. Direct duidelijkheid is technisch mogelijk. Als klant verwacht je niet minder.

In de toekomst zullen chatbots nog veel meer repetitieve taken overnemen. Niet alleen het beantwoorden van veelgestelde vragen. Overal waar je als gebruiker een account hebt, zullen chatbots mutaties en verzoeken voor je doorvoeren. Bedenk jij je midden in de nacht dat je die order bij een webshop niet nodig hebt? Dan kun je die in een chatvenster annuleren. Wil je een loonstrookje opvragen bij HR? Dan is een kort WhatsAppje naar de bot van HR alles wat nodig is. Door dit soort eenvoudige, vaak repetitieve taken uit te besteden, houden medewerkers tijd over om de complexere cases te behandelen.

2. De opkomst van voice

De ontwikkelingen gaan echter hard, dus deze technologie kan rap verbeteren. Dan komt de vraag of je jouw bedrijf wel wil aansluiten bij deze drie voice assistants. Dit werkt namelijk alleen als jouw data gekoppeld is met het desbetreffende voiceplatform. Als webwinkel zou je waarschijnlijk graag je klanten de mogelijkheid geven om via spraakcommando's een order te wijzigen. Maar ook als dat betekent dat je jouw concurrent Amazon toegang moet geven tot je klantenbestand, zodat Alexa de juiste gegevens beschikbaar heeft? Het alternatief is dat elk bedrijf zijn eigen spraakgestuurde bot gaat ontwikkelen. Maar dan kom je in een situatie waarbij je voor elke dienst straks een aparte slimme speaker in huis hebt staan. Het wachten is nog op een goede oplossing die werkt voor alle partijen.

3. De menselijke maat van chatbots

Welke ontwikkelingen de toekomst ook zal brengen, de rol van de mens zal belangrijk blijven bij chatbots. Hoe goed chatbots ook antwoord kunnen geven op vragen of verzoeken, iemand met verstand van zaken moet die antwoorden vooraf bedenken. Kunstmatige intelligentie die zelf bronnen gaat raadplegen op zoek naar een antwoord, *unsupervised learning*, is nog niet betrouwbaar.

Het bekendste voorbeeld daarvan is Tay, een chatbot van Microsoft die zich op Twitter als tienermeisje moest presenteren. Door te leren van interacties met gebruikers, begon ze binnen no-time de verschrikkelijke dingen uit te slaan. Dat is alweer drie jaar geleden. Het was een belangrijk experiment dat meteen de grote valkuil van *unsupervised learning* liet zien. Tay heeft geen navolging gekregen. Ook in de nabije toekomst moeten bots nog aangestuurd worden door mensen met kennis van zaken.

Vertrouwen groeit, chatbots onmisbaar

Het zijn hoe dan ook interessante tijden. De ontwikkelingen gaan razendsnel en we worden nu al regelmatig verbaasd door wat met chatbots mogelijk is. Luxaflex van Hunter Douglas is een simpel, maar goed voorbeeld. Zij hebben e-mailautomation in hun chatbot ingebouwd. Mensen met een vraag in een chatvenster kunnen in een gesprek overtuigd worden hun e-mailadres achter te laten. Zij worden dan via de chatbot automatisch ingeschreven op de nieuwsbrief van Luxaflex. Dit geeft het bedrijf de mogelijkheid om uit een eerste klantencontact op te volgen met nieuws en aanbiedingen.

Hybride chatbot-model

Een ander voorbeeld zien we bij Ticketpoint. Wat de chatbot van Ticketpoint krachtig maakt is het hybride model. De chatbot is nog maar net live en weet al veel terugkerende vragen correct af te handelen. Heeft de klant een unieke vraag over een bepaald concert of ticket, waar de chatbot momenteel geen antwoord op heeft, dan wordt de klant automatisch doorverbonden naar een beschikbare medewerker. Deze hybride functie zorgt dat de chatbot nieuwe vraagvariaties kan leren en tegelijkertijd voorkomt hij dat klanten van Ticketpoint vroegtijdig afhaken in het aankoopproces of het doen van een conversie. De hybride functie zorgt dat de chatbot de kans op een conversie aanzienlijk verhoogt. Daarnaast zorgt het leveren van direct ondersteuning voor een flinke boost van de klanttevredenheid.

Bol.com maakt al ruim 10 jaar gebruik van chatbot Billie. Billie geeft specifieke informatie over bijvoorbeeld de status van een verzending, kan algemene vragen beantwoorden, maar ook zelf acties uitvoeren. Bijvoorbeeld het retour melden van een besteld product. Ook kan hij een klant doorzetten naar een livechatmedewerker of een terugbelafpraak maken. Inmiddels ontvangt de virtuele assistent 45 procent van het klantcontact af en hij handelt 70 procent van de vragen met succes af.

Duolingo zet de mogelijkheden van een chatbot weer anders in en gebruikt 'm om mensen een nieuwe taal te leren. De ideale doelgroep om in korte en bondige zinnen mee te communiceren, aangezien ze de nieuwe taal nog aan het leren zijn!

Welke toepassingen zijn zinvol?

Nu het vertrouwen van de consument en het vertrouwen van bedrijven in chatbots beginnen te groeien, kunnen we stapje voor stapje kijken naar welke toepassingen zinvol zijn. Feit is wel dat een 'verwende' consument niet zomaar een stapje terug wil doen. Hoezeer de toepasbaarheid van chatbots ook nog gaat groeien in de toekomst, we kunnen nu eigenlijk al niet meer zonder.

OVER WATERMELON

Bij Watermelon, werken wij elke dag hard aan een platform dat al je klantenservice vragen en contactinformatie bijeen brengt, die nodig zijn om je klanten het allerbeste te woord te staan. Gelanceerd in 2017, is Watermelon één van de snelstgroeiende business applicaties in Nederland. Duizenden gesprekken worden gevoerd door de combinatie mens en chatbot, zo kunnen bedrijven hun klantenservice proces nog efficiënter inrichten.



Watermelon