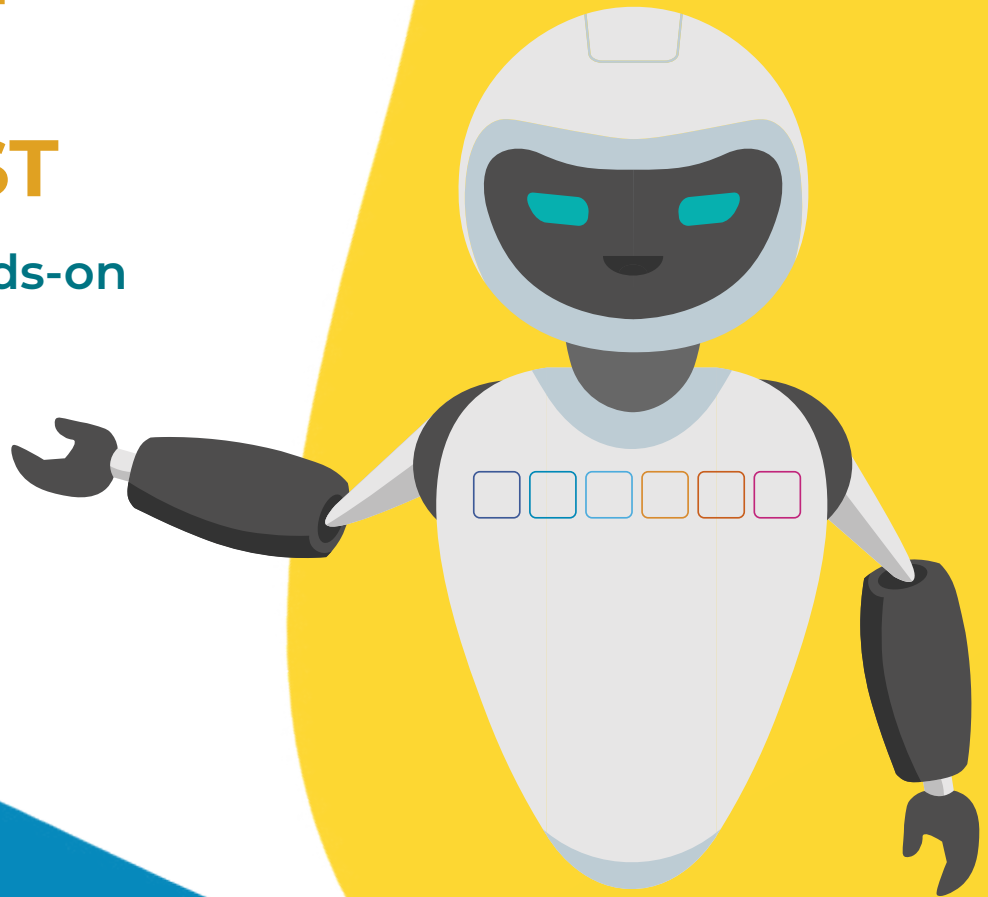


# OBI4WAN CHATBOT CHECKLIST

de 46 beste hands-on  
chatbot tips!



# GA JE MEE OP REIS DOOR CHATBOT LANDSCHAP?

---

**Steeds meer organisaties en professionals krijgen te maken met chatbots. Het maken of (laten) maken van een chatbot is écht niet moeilijk! Maar je kunt er wellicht wat hulp bij gebruiken. Voor iedereen die meer wil weten over chatbots of op zoek is naar interessante insights en hands-on tips is er nu deze toffe chatbot checklist!**

In deze chatbot checklist nemen we je mee op reis door chatbot landschap. Aan de hand van best practices van professionals uit de praktijk én advies van onze eigen chatbot experts kom je meer te weten over de wonderde wereld van deze visuele assistenten!

Wist je bijvoorbeeld dat het helpt om jouw chatbot een persoonlijkheid te geven? Of dat de analyse- en testfase van de chatbot mega belangrijk zijn om vervolgens de implementatie en livegang van jouw chatbot smooth te laten verlopen? Voor elke fase in de ontwikkeling van jouw bot ontdek je de beste tips.

Heb je na het lezen van deze 47 tips zelf nog dé gouden tip? Laat het ons dan vooral weten en we voegen jouw gouden tip toe!

Veel leesplezier!  
Team OBI4wan

# INDEX

---

## 1 Wat is het doel van je chatbot?

- #1 Bepaal een concreet doel
- #2 Definieer duidelijke taken
- #3 Kies de juiste chatbot
- #4 Wees specifiek
- #5 Hou het realistisch, begin klein!
- #6 Zorg ervoor dat jouw chatbot schaalbaar is en blijft
- #7 Gebruik data om het succes van je chatbot te voorspellen
- #8 Besteed aandacht aan je analyse
- #9 Wees je ervan bewust dat een chatbot niet altijd de oplossing is
- #10 Bepaal of je de chatbot zelf ontwikkelt of laat ontwikkelen
- #11 Verdiep je in chatbots: laat je inspireren!
- #12 Maak een ontwikkelplan

## 2 Vlekkeloos van start met je chatbot

- #13 Een team met de juiste skills zorgt voor het beste resultaat
- #14 Service medewerkers zijn potentieel de beste chatbot bouwers
- #15 Verricht 'missiewerk' in jouw organisatie
- #16 Betrek je medewerkers er vanaf het begin bij
- #17 Betrek stakeholders en vraag om feedback



### 3

## Maak je chatbot conversational

- #18 Geef je chatbot een persoonlijkheid
- #19 Pas de principes van conversational human voice (CHV) toe in dialogen
- #20 Schrijf je dialogen zo natuurlijk mogelijk
- #21 Pas menselijke communicatieregels toe op chatbot dialogen
- #22 Neem de consument bij de hand
- #23 Schrijf “one-breath” teksten
- #24 Pas conversaties aan per gebruikersgroep
- #25 Bepaal in welke talen de conversaties beschikbaar moeten zijn
- #26 A/B test je dialogen
- #27 Bepaal business rules
- #28 Beperk je niet tot flowcharts, maak uitgebreide conversaties

### 4

## Testen en koppelen aan externe systemen en tooling

- #29 Neem de tijd om te testen
- #30 Verrijk je chatbot door een koppeling met externe systemen
- #31 Laat chatbots en medewerkers in dezelfde omgeving werken
- #32 Zorg altijd voor een mogelijkheid tot menselijk contact
- #33 Maak onderscheid tussen virtuele assistenten en live agents

**5**

## **De livegang en optimalisatie van je chatbot**

- #34 Kies een moment voor de livegang
- #35 Spread the word!
- #36 Maak je chatbot nog slimmer
- #37 Categoriseer vragen
- #38 Je chatbot mag fouten maken
- #39 Verwacht geen wonderen
- #40 Tussentijdse evaluatie

**6**

## **Evaluatie: wat heeft je chatbot opgeleverd?**

- #41 Meet de prestaties van je chatbot
- #42 Controleer de klanttevredenheid (NPS)
- #43 Zijn de doelen behaald?
- #44 Uitbreiden van je chatbot
- #45 Voeg nieuwe chatbots toe aan je team
- #46 Trots? Deel je succes!

# 1. WAT IS HET DOEL VAN JE CHATBOT

---

## #1 Bepaal een concreet doel

Een chatbot zonder doel levert je weinig op. Wat wil je bereiken met jouw chatbot? Belangrijke eigenschappen en ingrediënten voor het succes van een chatbot zijn snelheid, kwaliteit en personalisatie. Bij goede toepassing levert een chatbot al gauw het volgende op:

## #2 Definieer duidelijke taken

Eén van de belangrijkste stappen bij de ontwikkeling van een chatbot is het definiëren van taken. Waar wil je de chatbot voor inzetten? Welke problemen en uitdagingen kan een chatbot voor jouw organisatie oplossen? Waar kan een chatbot jouw klanten beter mee helpen?

Denk hierbij aan vragen over openingstijden of het opvragen van productinformatie. Je kunt al deze taken en doelen in een ontwikkelingsplan vastleggen.

TOT WEL

↓ 36%

KOSTEN  
BESPAARD

TOT WEL

↑ 24%

HOGERE KLANT-  
TEVREDENHEID

TOT WEL

↑ 20%

VERHOOGDE  
PRODUCTIVITEIT

TOT WEL

↑ 40%

VAN ALLE GESPREKKEN  
DOOR CHATBOTS  
AFGEHANDELD

# #3

## #3 Kies de juiste chatbot

Welke chatbot jij kiest, hangt af van het probleem of de vraag die je wilt oplossen. Chatbots worden vaak ingezet voor:

- Het beantwoorden van veelgestelde vragen;
- Het verwijzen van website bezoekers naar de juiste pagina;
- Het routeren van gesprekken naar de juiste medewerker;
- Het doorverwijzen naar de juiste informatiebron;
- Het beantwoorden van vragen buiten openingstijden (bijvoorbeeld in het weekend of in de avonduren).

Het beantwoorden van vragen buiten openingstijden (bijvoorbeeld in het weekend of in de avonduren). Aan de hand van het doel of probleem dat je wilt oplossen, bepaal je eenvoudig welke chatbot jouw organisatie nodig heeft!

## #4 Wees specifiek

Het is nu nog niet denkbaar dat een chatbot alle problemen binnen je organisatie overneemt. Kies daarom iets specifiek, zodat dit het succes van je chatbot vergroot. Door te beginnen met één taak ben je beter in staat om te meten wat er gebeurt, of het efficiëntie oplevert en of de klanttevredenheid omhoog gaat.

# #5

## **#5 Hou het realistisch, begin klein!**

Als je aarzelt over de technologie, begin dan klein. Je kunt bijvoorbeeld beginnen met het gebruik van een buiten openingstijden bot. Deze bot is heel toegankelijk. Het is echt niet nodig om je hele klantenservice in één keer rigoureuus te veranderen. Verdeel het in kleine hanteerbare stappen en meet het resultaat. Zo kun je efficiëntere stappen maken en vervolgens groeien.

## **#6 Zorg ervoor dat jouw chatbot schaalbaar is en blijft**

Zorg dat de chatbot mee kan groeien met jouw organisatie. Maak hiervoor een lijst met eisen waar de chatbot voor jouw organisatie aan moet voldoen. Neem geen genoegen met een simpele chatbot die standaard antwoorden kan geven op vragen, maar investeer in een platform dat ervoor zorgt dat je chatbot ook in de toekomst nog zijn werk kan doen.

”

“



# #7

## #7 Hou het realistisch, begin klein!

Als je aarzelt over de technologie, begin dan klein. Je kunt bijvoorbeeld beginnen met het gebruik van een buiten openingstijden bot. Deze bot is heel toegankelijk. Het is echt niet nodig om je hele klantenservice in één keer rigoureuus te veranderen. Verdeel het in kleine hanteerbare stappen en meet het resultaat. Zo kun je efficiëntere stappen maken en vervolgens groeien.



## #8 Besteed aandacht aan je analyse

Denk van tevoren goed na over welke vragen je wil opnemen in de chatbot en besteed aandacht aan het analyse stuk, zodat je een sterke basis hebt van waaruit je verder kunt gaan bouwen. Een keuze die je in het begin maakt heeft namelijk effect op de lange termijn. Natuurlijk kun je altijd aanpassingen doen tijdens het traject, maar dat is niet heel efficiënt.

## #9 Wees je ervan bewust dat een chatbot niet altijd de oplossing is

Een chatbot is niet geschikt voor elke organisatie of voor elke soort vraag. Routinematige en voorspelbare taken kunnen eenvoudig worden geautomatiseerd, maar voor complexe en dubbelzinnige taken is de interactie tussen mensen nog steeds belangrijk. Om klanten echt te begrijpen en te reageren op hun individuele behoeften, hebben we menselijk inlevingsvermogen, creativiteit en emotie nodig.



# #10

## **#10 Bepaal of je de chatbot zelf ontwikkelt of laat ontwikkelen**

Heb je de capaciteit in huis om jouw chatbot zelf te ontwikkelen? Of besteed je het ontwikkelen van je chatbot liever uit? Voordat je van start gaat, bepaal je wat het beste werkt voor jouw organisatie. Dit is natuurlijk ook afhankelijk van het budget en jouw teamsamenstelling. Er zijn in principe twee mogelijkheden: Je kunt de ontwikkeling uitbesteden aan een gespecialiseerde chatbot ontwikkelaar of je eigen chatbot bouwen met behulp van een chatbot platform.

## **#11 Verdiep je in chatbots: laat je inspireren!**

Er is veel geschreven over chatbots, vooral de laatste tijd. Spijker je kennis bij door whitepapers of succesverhalen van anderen te lezen of bezoek een event waar chatbots en artificial intelligence centraal staan. Ga ook in gesprek met andere professionals die een chatbot hebben ontwikkeld en vraag naar hun ervaringen.

## **#12 Maak een ontwikkelplan**

Als je je doel hebt bepaald, is het van belang om een goede planning te maken. Neem in het ontwikkelplan voor je chatbot mee wat je precies wil bereiken, in welke stappen en binnen hoeveel tijd? Welke stakeholders in jouw organisatie heb je hiervoor nodig? Een goede planning is het halve werk! Je kunt hierbij gebruikmaken van een planningstool, zoals Trello.

## 2. VLEKKELOOS VAN START MET CHATBOTS

---

### **#13 Een team met de juiste skills zorgt voor het beste resultaat**

We zien steeds meer functietitels verschijnen die te maken hebben met de ontwikkeling van chatbots. Het start met een goede basis aan skills, die gecombineerd voor de beste resultaten zorgen. Schakel hierbij de hulp in van onder andere: Business Analist, Product Owner, Conversational Copywriter en optioneel (bij meer technische platformen) een Developer.

### **#14 Service medewerkers zijn potentieel de beste chatbot bouwers**

Service medewerkers kennen de klanten door en door. Ze weten hoe ze met klanten moeten omgaan, wat de terugkerende problemen zijn en ze zijn goed in communiceren. Met een eenvoudig te gebruiken platform kun je je servicemedewerkers in staat stellen om zelf chatbots op te bouwen. Ook in een later stadium, wanneer de chatbot live is en gemonitord moet worden, is de rol van service agents cruciaal in het verbeteren van de prestaties.

### **#15 Verricht 'missiewerk' in jouw organisatie**

Soms komt het voor dat er onder collega's onduidelijkheid is over wat een chatbot precies kan, of dat er onrealistische verwachtingen zijn. Verricht daarom missiewerk om de bot bekender en meer vertrouwd te maken met je collega's. Dit kun je doen door veel te praten, uit te leggen en voorbeelden te laten zien. Het lijken misschien stappen die je makkelijk over zou slaan, maar ze zijn erg belangrijk in het proces om iedereen bekend te maken met de technologie.

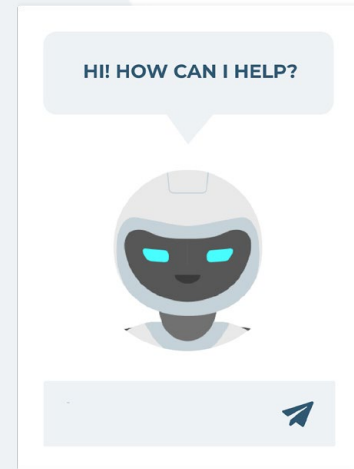
# #16

## #16 Betrek je medewerkers er vanaf het begin bij

Betrek medewerkers die dagelijks met de chatbot werken vanaf het begin. Zij moeten precies weten hoe de chatbot werkt, welke taken hij moet oplossen en wat hij wel en niet mag doen. Dit vergemakkelijkt niet alleen de samenwerking en een grotere acceptatie van de nieuwe collega, maar is ook essentieel voor het functioneren van de chatbot.

## #17 Betrek stakeholders en vraag om feedback

Betrek collega's uit de hele organisatie bij de ontwikkeling van jouw chatbot. Juist ook collega's die verder weinig met de chatbot of het onderwerp te maken hebben. Alleen dan krijg je een volledig en representatief beeld. Sta open voor feedback, laat collega's de chatbot testen. Op basis van die informatie kun je je chatbot en chatbot conversaties weer optimaliseren.



# 3. MAAK JE BOT CONVERSATIONAL

---

## #18 Geef je chatbot een persoonlijkheid

Chatbots zijn, net als medewerkers van de klantenservice, een stukje van het gezicht van je organisatie. Veel organisaties geven hun chatbot daarom een naam en een persoonlijkheid. Moet de chatbot mannelijk of vrouwelijk zijn, hoe moet hij eruit zien, hoe moet hij zich gedragen, wat is zijn tone of voice? Dit zijn de vragen die je jezelf kunt stellen bij het ontwerpen van de persoonlijkheid van jouw chatbot.

## #19 Pas de principes van conversational human voice (CHV) toe in dialogen

Maak de ervaring met chatbots zo menselijk mogelijk, ook in het gedigitaliseerde klantcontact. Het belang van menselijkheid in communicatie komt terug in het onderzoek van Charlotte van Hooijdonk en Christine Liebrecht naar de Conversational Human Voice (CHV), de menselijke stem in digitaal contact. CHV draagt bij aan een betere reputatie, hogere

tevredenheid, meer betrokkenheid en een positieve word-of-mouth. Je kunt CHV toepassen in chatbot dialogen, door de volgende drie elementen in conversaties te integreren: personalisatie, informele taal en uitnodigende retoriek.

# #20

## **#20 Schrijf je dialogen zo natuurlijk mogelijk**

Denk aan een chatbot-dialoog alsof het een echt gesprek tussen twee mensen is. Schrijf de dialogen alsof je met iemand praat die je kent en geef het een persoonlijk tintje. Als het past in de context van het gesprek, dan kun je ook leuke of verrassende elementen of kenmerken van jouw organisatie of merk toevoegen.

## **#21 Pas menselijke communicatieregels toe op chatbot dialogen**

Om ervoor te zorgen dat mensen en bots elkaar begrijpen, is het nuttig om te kijken naar onze eigen ongeschreven communicatieregels die in de loop van duizenden jaren zijn geëvolueerd. Eén regel betreft bijvoorbeeld de hoeveelheid van wat we zeggen: laat geen belangrijke dingen weg in een gesprek, maar je voegt ook geen irrelevante dingen toe. Als het gaat om chatbots hebben we dezelfde verwachtingen als die we hebben wanneer we tegen mensen praten.

## **#22 Neem de consument bij de hand**

Tijdens een gesprek is het belangrijk dat de chatbot de klant door het hele proces begeleidt en hem of haar uitnodigt om het gesprek voort te zetten, totdat hij volledig is geholpen. Om jouw klanten engaged te houden bij de conversatie, kun je het beste de zinnen van je chatbot te laten eindigen met een vraag.

# #23

## #23 Schrijf “one-breath” teksten

Om je chatbot écht conversational te maken, moet je er rekening mee houden dat je antwoorden niet te lang zijn. Je kunt hiervoor de ‘one breath test’ doen. Als je het antwoord hardop leest, past het dan in een uitademing? Dan is het een perfecte zin om te gebruiken! Moet je vaker adem halen? Deel de tekst dan in kleine stukjes op.

## #24 Pas conversaties aan per gebruikersgroep

Je kunt verschillende gebruikersgroepen op een andere manier behandelen en je antwoorden aanpassen, afhankelijk van met wie de chatbot praat. Denk bijvoorbeeld aan terugkerende versus nieuwe bezoekers, of klanten versus potentiële klanten. Pas ook de tone of voice toe die bij jouw doelgroep past. Tevredenheid, meer betrokkenheid en een positieve word-of-mouth. Je kunt CHV toepassen in chatbot dialogen, door de volgende drie elementen in conversaties te integreren: personalisatie, informele taal en uitnodigende retoriek.

## #25 Bepaal in welke talen de conversaties beschikbaar moeten zijn

Is jouw doelgroep internationaal? Hou er dan rekening mee dat de dialogen in meerdere talen beschikbaar moeten zijn. Je kunt je conversaties dan altijd nog vertalen naar meerdere talen, en je chatbot kan deze talen ook leren. Personalisatie, informele taal en uitnodigende retoriek.

# #26

## **#26 A/B test je dialogen**

Soms kun je twijfelen over wat het beste werkt met je chatbot. Stel je bijvoorbeeld een klant voor die een hele lange vraag stelt, die de chatbot niet kan begrijpen. Is het beter om de klant direct over te dragen aan een live service agent of moet de chatbot de klant vriendelijk vragen om zijn vraag in te korten? Om erachter te komen wat beter werkt voor jouw klanten, kun je beide scenario's testen door middel van een A/B test.

## **#27 Bepaal business rules**

Een ander belangrijk punt is het vaststellen van business rules, waarbij je de chatbot vertelt waar hij informatie vandaan kan halen, wanneer hij gebruik kan maken van externe systemen én wanneer hij naar extra informatie moet vragen bij de klant. Met andere woorden: wat mag de bot doen en wat mag niet? Bots worden tegenwoordig steeds slimmer en kunnen zelflerend zijn. Toch is het goed om bedrijfsregels te bepalen, zodat je zelf de controle houdt over wat de chatbot doet.

## **#28 Beperk je niet tot flowcharts, maak uitgebreide conversaties**

Beperk jezelf niet met flowcharts, die het menselijke uit de conversatie halen. Creëer realistische en uitgebreide conversaties die flexibel zijn en overeenkomen met hoe klanten jouw organisatie benaderen.



# 4. TESTEN EN KOPPELEN AAN EXTERNE SYSTEMEN EN TOOLING

---

## **#29 Neem de tijd om te testen**

Blijf je chatbot te allen tijde testen. Doet hij het altijd goed? Zo niet, waar gaat het dan mis? Kun je hem nog extra voorbeelden voeden om de service aan te scherpen en te verbeteren? Door zelf een test in te voeren, krijg je een beter gevoel bij wat de chatbot voor je organisatie en klanten betekent. Neem de tijd voor deze stap, want het succes van de chatbot heeft direct invloed op de klanttevredenheid.

## **#30 Verrijk je chatbot door een koppeling met externe systemen**

Een koppeling met een extern systeem zorgt voor een 360-graden beeld van de klant en kan de chatbot helpen bepaalde acties uit te voeren. Zo'n koppeling is niet noodzakelijk, maar het verrijkt de chatbot wel! Je kun je bot bijvoorbeeld koppelen aan je CRM-systeem, waarin meer klantinformatie bekend is. Wellicht moet je bepaalde klanten anders aanspreken dan andere klanten. Dit onderscheid kan dan gemaakt worden.

## **#31 Laat chatbots en medewerkers in dezelfde omgeving werken**

Om de beste resultaten te krijgen, laat je je chatbot binnen dezelfde (webcare) omgeving werken als waarin je medewerkers van de klantenservice werken. Op deze manier weten je servicemedewerkers precies wat de chatbot doet en kunnen ze op elk moment ingrijpen. Daarnaast kun je je chatbot eenvoudig inzetten op nieuwe kanalen.

# #32

## **#32 Zorg altijd voor een mogelijkheid tot menselijk contact**

Zorg ervoor dat er altijd een medewerker is die de vraag verder op kan pakken als de chatbot er niet uit komt. Zo voorkom je frustratie bij jouw klant.

## **#33 Maak onderscheid tussen virtuele assistenten en medewerkers**

Zorg ervoor dat je klanten begrijpen wanneer ze met een chatbot praten of met een menselijke klantenservicemedewerker. Door een duidelijk onderscheid te maken tussen beide, voorkom je verwarring bij de klant. De overgang van chatbot naar een live gesprek met een medewerker moet bovendien duidelijk zijn. Dan weet een klant altijd wat hij of zij kan verwachten.



# 5. DE LIVEGANG EN OPTIMALISATIE VAN JE CHATBOT

---

## #34 Kies een moment voor de livegang

Is jouw chatbot uitvoerig getest en werkt alles naar behoren? Dan is het tijd voor de lancering! Kies je voor een soft launch of ga je meteen all the way? Kies het beste moment van de lancering dat bij jouw organisatie past. Dit is natuurlijk branche- of seizoensafhankelijk.

## #35 Spread the word!

Naast het moment, is natuurlijk ook de communicatie en eventueel een campagne belangrijk. Zoek de pers op, gebruik social media kanalen en nieuwsbrieven om de boodschap naar buiten te brengen. Je marketing collega's willen je hier vast graag bij helpen! Vergeet ook de interne communicatie naar collega's niet. Die dragen vast ook graag hun steentje bij door de lancering in hun netwerk te verkondigen.

## #36 Maak je chatbot nog slimmer

De chatbot moet leren begrijpen wat je bedoelt. Waar bots vroeger vooral via een script werkten, hebben we tegenwoordig de beschikking over Artificial Intelligence en technologieën om bots slimmer te maken. Dit geeft de huidige bots de mogelijkheid om het doel van het bericht te achterhalen (intentie), maar ook om gegevens uit het bericht te filteren (entiteiten), zoals een e-mailadres of klantnummer. Een bot kan dus getraind worden om berichten te begrijpen.

# #37

## **#37 Categoriseer vragen**

De meeste organisaties die starten met een chatbot zitten al in een serviceproces, waarbij online berichten worden afgehandeld in een tool. Door vragen te categoriseren en voorbeelden uit het eigen proces te halen, kun je de chatbot voeden met de verschillende berichten en verschillende manieren waarop de klant een vraag stelt.

## **#38 Je chatbot mag fouten maken**

Zoals elke nieuwe werknemer kan een chatbot in het begin fouten maken. Als je je chatbot stap voor stap introduceert tijdens een 'soft launch', kun je mogelijke functionele fouten verwijderen, zonder dat er te veel gebruikers aan worden blootgesteld. Door middel van handmatig beoordelen of de chatbot iets goed of fout heeft gedaan óf dat de chatbot niet in actie kwam waar het wél gewenst was, kan de chatbot beter leren inschatten wanneer hij zich mag mengen in een gesprek.

# #39

## #39 Verwacht geen wonderen

Geef je chatbot de tijd om te leren en zich te bewijzen. De bot leert elke dag nieuwe dingen. Dankzij het ontwikkelingsplan dat je voor je chatbot hebt gemaakt kun je mijlpalen definiëren. Zijn de doelen niet (direct) behaald of werkt de bot nog niet optimaal? Wees geduldig! Je kunt een bot het beste vergelijken met een nieuwe medewerker en niet gelijk wonderen verwachten.

## #40 Tussentijdse evaluatie

Plan een wekelijkse of tweewekelijks evaluatiemoment om het werk en de prestatie van je chatbot te meten. Neem hier ook de doelen in mee die je gesteld hebt. Zijn de doelen nog realistisch? Wellicht kan de chatbot wel meer aan dan je van tevoren verwacht had. Door deze evaluatie te doen, krijg je een beter gevoel bij wat de chatbot voor je organisatie en klanten betekent.



# 6. EVALUATIE. WAT HEEFT JE CHATBOT OPGELEVERD?

---

## #41 Meet de prestaties van je chatbot

Om de effectiviteit van je chatbot te meten, is het aantal gesprekken dat de bot heeft gevoerd een belangrijke indicator. Controleer ook welk deel van de gesprekken succesvol is afgerond door de chatbot en welk deel is overgedragen aan een menselijke medewerker. Om te bepalen hoe goed de chatbot al is in het herkennen van de intentie van de klant, kun je kijken naar het aantal correct ingedeelde verzoeken en statistieken over Natural Language Processing (NLP).

## #42 Controleer de klanttevredenheid (NPS)

Naast indicatoren die de prestaties van je chatbot meten, is het belangrijk om het effect van je chatbot op klanten en medewerkers te onderzoeken. Is de NPS-score positief veranderd? Zijn de wachttijden korter geworden? Voelen de vertegenwoordigers van de klantenservice zich meer gemotiveerd omdat hun werk interessanter wordt en minder repetitief?

## #43 Zijn de doelen behaald?

Ga eens terug naar het begin, en bekijk welke doelen of KPI's je van tevoren hebt vastgesteld. Wilde je met de bot kosten besparen, een hogere NPS of juist groei in productiviteit? Evalueer of de doelen zijn behaald. Als het goed is, heb je ook tussentijds gemeten, en heb je kunnen bijsturen. Wees kritisch op de bepaalde en behaalde doelen, en leer ervan als de resultaten tegenvallen. Wat kun je volgende keer beter doen, is er iets dat je anders hebt kunnen aanpakken?

# #46

## **#44 Uitbreiden van je chatbot**

Begin na een paar succesvolle maanden met de nieuwe chatbot te onderzoeken of je hem nog verder kunt optimaliseren en misschien zelfs meer AI in de chatbot kunt opnemen. Als je chatbot nu met knoppen werkt, kun je hem misschien uitbreiden met tekstvelden. Of gebruik een bot aan de achterkant en voorkant van het servicecentrum. Aan de achterkant kan een chatbot goed worden ingezet om bijvoorbeeld vragen te labelen. Aan de voorkant kan hij van toegevoegde waarde zijn door antwoord te geven op eenvoudige en terugkerende vragen.

## **#45 Voeg nieuwe chatbots toe aan je team**

Een belangrijke factor voor succes op de lange termijn is de schaalbaarheid van een chatbot. Misschien wil je beginnen met een eenvoudige FAQ-chatbot? Of wil je de taken ervan geleidelijk aan uitbreiden of wellicht in de toekomst meerdere bots naast elkaar laten werken? Je kunt het optimaliseren van je chatbot het beste zien als een doorlopend project dat een toegewijd team binnen je organisatie vereist.

## **#46 Trots? Deel het succes met anderen!**

Gefeliciteerd! Je hebt met succes een chatbot gelanceerd na een spannende periode vol nieuwe leerervaringen. Nu is het tijd om je ervaring te delen met anderen en hen te helpen het beste uit hun chatbot te halen. Bekijk eens of er events zijn bij jou in de buurt waar je wellicht kunt presenteren, of een workshop kunt geven? Wellicht ben jij de volgende keynote spreker op een toonaangevend evenement.

# BOUW NU JE EIGEN CHATBOT!

---

We hopen dat je met deze handige tips genoeg kennis en inspiratie hebt opgedaan om van start te gaan met jouw chatbot!

Wil je direct starten met het automatiseren van de serviceprocessen binnen jouw organisatie? Meld je dan direct aan voor het OBI Bots Platform en bouw je eigen chatbot, zonder programmeerkennis. Het platform is de eerste 14 dagen gratis, zodat je de tijd hebt om het platform te leren kennen.

[Registreer Nu](#)

[Contact us](#)



**OBI4WAN**

**Email:** [info@obi4wan.com](mailto:info@obi4wan.com)

**Telefoon:** +31 (0)85 210 50 60

**Website:** [www.OBI4wan.com](http://www.OBI4wan.com)

Blijf op de hoogte van webcare, media monitoring, chatbots en media insights.

Volg ons op social media.

