



In zeven stappen naar een chatbot in jouw organisatie

Als ICT'er ben je vaak bezig met het verbeteren van processen om jouw organisatie efficiënter te laten werken, kosten te verlagen en de klant- en medewerkerstevredenheid te verhogen. Een chatbot kan je daarbij helpen. Hoe? Een *conversational chatbot* gaat bijvoorbeeld het gesprek aan met klanten. Chatbots kunnen ook ingezet worden om processen op de achtergrond te versoepelen of mensen proactief van informatie te voorzien. Zo kun jij het jouw collega's op de klantenservice gemakkelijker maken.

Chatbots beantwoorden makkelijke vragen en werken het CRM-systeem automatisch bij, ze monitoren social mediaberichten die niet beantwoord hoeven te worden en kennen berichten toe aan de juiste medewerker. Daarnaast zijn chatbots altijd beschikbaar, zelfs midden in de nacht of op een feestdag. De komende jaren gaan organisaties nog vaker chatbots inzetten om het contact tussen klanten en organisaties af te handelen. Wil jouw organisatie steeds meer processen automatiseren? Met dit stappenplan installeer je gemakkelijk je eigen chatbot.

Stap 1: bepaal de taak voor de chatbot

Door chatbots in te zetten kunnen klanten veel beter geholpen worden. Inventariseer welke uitdagingen of problemen er liggen in jouw organisatie. Hebben de servicemedewerkers ondersteuning nodig? Kan de werkvoorbereiding efficiënter worden ingericht? Of is het wenselijk om vragen voortaan zelfstandig door een chatbot te laten afhandelen? Door op één taak te focussen kun je beter meten wat er gebeurt en waar de chatbot nog verbeterd kan worden. Wanneer je de bot extern in gaat zetten, bijvoorbeeld om klantvragen te beantwoorden, roep je de hulp in van de marketing- en serviceafdeling. Samen bepalen jullie via welke kanalen de chatbot wordt ingezet, zoals de website of WhatsApp, en of het mogelijk is de chatbot te introduceren binnen de omgeving waar de serviceafdeling al in werkt.

Stap 2: training, training, training

Hebben jij en je ICT-afdeling duidelijk in beeld wat het doel en de positieve impact van de chatbot zijn? Dan is het tijd om de chatbot te trainen. De chatbot 'denkt' door woorden, zinnen, synoniemen en andere schrijfwijzen te interpreteren. Met behulp van artificial intelligence kunnen de bots leren en slimmer worden. Je kunt de chatbot trainen met voorbeelden, zodat deze berichten kan begrijpen en gegevens uit berichten kan filteren, zoals e-mailadressen of klantnummers. Daarnaast is het van belang ervoor te zorgen dat de chatbots een hoge reactiesnelheid hebben.

Stap 3: bedrijfsregels voor de chatbot

Het doel is bepaald en de chatbot leert de intenties van berichten kennen. Nu is het van belang om bedrijfsregels vast te stellen voor de bot: wat mag hij wel doen en wat absoluut niet. Leg vast of de chatbot gebruik mag maken van externe systemen, bijvoorbeeld om informatie te zoeken of naar extra informatie te vragen bij de klant. Zo houd je controle over wat de chatbot doet en weet je zeker dat de chatbot de juiste informatie verspreidt.

Stap 4: koppelen met systemen

Chatbots kunnen gekoppeld worden aan externe systemen, waardoor de chatbot de klant beter kan begrijpen en bepaalde acties gemakkelijker uitvoert. Vaak worden chatbots aan een CRM-systeem gekoppeld. Dit verhoogt de gebruiksvriendelijkheid van de chatbot, omdat hij over meer informatie beschikt om de klantvragen op te lossen. Zo kun je bij Uber met een automatisch bericht een taxi bestellen, via een sms automatisch een storing melden bij de storingsdienst en door de klant gevraagde content direct per e-mail versturen.

Stap 5: waarborg de tone of voice

De chatbot leert niet alleen van data uit het verleden, maar ook van je eigen input. De marketingafdeling van jouw organisatie heeft vast een communicatiebeleid opgesteld en weet precies wat de organisatie wil uitstralen naar de klant. Door de data van de chatbot aan te vullen met eigen antwoorden waarborg je het gebruik van de tone of voice van je organisatie in zijn standaardantwoorden.

Stap 6: meten is weten

Zorg ervoor dat de chatbot altijd goed werkt door de chatbot te blijven testen. Doet hij alles goed? Prima! Zo niet, onderzoek dan wat er misgaat. Wellicht heeft de chatbot extra voorbeelden nodig om de service te optimaliseren. Daarnaast is het belangrijk om de chatbot met gebruikers te testen, zodat je duidelijk te zien krijgt waar de chatbot geoptimaliseerd kan worden. Je kunt bovendien meteen checken wat de toegevoegde waarde van de bot is voor jouw organisatie en haar klanten. Een goed werkende chatbot verhoogt de klanttevredenheid, maar een slecht werkende bot kan juist een negatieve indruk achterlaten. Neem dus de tijd voor het afnemen van uitgebreide en kwalitatieve testen.

Stap 7: deployen en introduceren

Alles rondom de chatbot werkt en is goed ingesteld. We kunnen live! Nu gaan jouw collega's volop aan de slag met de chatbot. Het is uiteindelijk de bedoeling dat de bot ze echt taken uit handen neemt. Zorg er daarom voor dat je collega's goed geïnformeerd worden over het kennen en kunnen van de chatbot. Welke werkzaamheden dragen ze over en waar moeten ze juist extra op letten? Een goede introductie en uitleg zorgt voor een snelle adoptie van de chatbot en een hogere werknemers- én klanttevredenheid!

