

WAAROM CHATBOTS VOOR ELKE ONDERNEMER INTERESSANT ZIJN.



Het toepassen van Artificial Intelligence (AI) binnen bedrijven wordt steeds toegankelijker. Van data-analyse tot betere dienstverlening; AI is in staat werkprocessen over te nemen en te verbeteren. Een populaire toepassing van AI is de chatbot. Een chatbot maakt gebruik van de AI-component NLP (Natural Language Processing), waardoor het in staat is om taal te begrijpen. Een enorme ondersteuning bij het automatiseren en verbeteren van klantenservice.

Wordt mijn klantervaring echt beter van een chatbot?

De praktijk leert dat een chatbot niet alleen kostentechnisch laagdrempelig is, maar ook direct resultaat oplevert. Uit onderzoek blijkt dat twee derde van de klanten niet bereid is langer dan twee minuten op assistentie te wachten. Kostbare tijd voor kostbare klanten. Een chatbot is in staat onmiddellijk reactie te geven op vragen van de klant, is 24/7 beschikbaar en weet sneller de juiste oplossing aan te bieden.

Doordat een chatbot zichzelf traint in het begrijpen van de context van een vraag, zal het antwoord ook steeds accurater zijn. AI is het natuurlijk wel belangrijk aan te geven dat de klant contact heeft met een chatbot.

Waarom een chatbot?



24/7 beschikbaar



Helpt meerdere klanten
tegelijk



Geeft snel en accuraat
een reactie



Kostenbesparend



Leert de klant steeds
beter begrijpen



Spreekt de taal van
jouw bedrijf



Medewerkers hebben
meer tijd voor
complexere taken

AI, wat is het ook alweer?

Chatbots maken gebruik van Artificial Intelligence (AI), oftewel Kunstmatige Intelligentie. AI is een verzameling van technologieën die de functies van het menselijk brein, zoals horen, zien, inschatten, voorspellen, taal interpreteren, objecten en emoties herkennen nabootst. Hierdoor kunnen systemen en machines ingezet worden om taken uit te voeren die de mens niet kan of wil uitvoeren, omdat het bijvoorbeeld te complex is, te veel tijd

kost, foutloos moet, te saai is, te gevaarlijk is of 24/7 door moet kunnen gaan. Omdat computers wel de capaciteit hebben grote hoeveelheden data op hoge snelheid te verwerken, biedt AI veel mogelijkheden voor het bedrijfsleven. Door dagelijkse taken over te nemen of te ondersteunen, is de mens minder tijd kwijt aan het verzamelen en analyseren van data en is er méér tijd voor strategie, besluitvorming, kwaliteit of service.

Maar AI in het bedrijfsleven gaat nog wel even duren, toch?

De komende zeven jaar wil de overheid samen met het bedrijfsleven en de wetenschap 2 miljard euro per jaar beschikbaar stellen voor investeringen in kunstmatige intelligentie. Het bedrag is volgens de overheid nodig om bij de koplopers van de wereld te blijven horen in Europa. Het geld is onder andere bedoeld voor onderwijs. Jaarlijks studeren een paar honderd jongeren af in AI, terwijl het bedrijfsleven er nu al duizenden nodig heeft.

Er wordt dus veel geld geïnvesteerd in de ontwikkeling van AI. Grote bedrijven als Google, Philips of ASML zijn dan ook al jaren bezig met AI. Maar het zijn niet alleen maar grote bedrijven waarvoor AI waardevol kan zijn. AI wordt toegankelijker en betaalbaarder voor kleinere ondernemers. De chatbot is daarvan een van de meest toegepaste MKB toepassingen.

39%

Het percentage chats waarbij momenteel een chatbot betrokken is

**6.800
miljoen**

De totale besparing op bedrijfskosten door chatbots in 2022

70%

Het percentage millennials dat een positieve ervaring heeft met chatbots

€0,59

Verwachte kostenbesparing per klantcontact

Hoe werkt een chatbot?

Chatbots zijn er verschillende vormen en maten. Het succes van jouw chatbot hangt af van de doelstelling en het bijbehorende ontwerp. Hoe gaat de chatbot waarde toevoegen aan de organisatie? Wil je een chatbot die alleen eenvoudige vragen beantwoordt? Of een die ook acties kan ondernemen, zoals een bestelling afhandelen of aftersales uitvoeren? Als je het antwoord op die vragen hebt, kun je aan de slag! Maar hoe pak je dat aan?

1. Ontwerp

In de ontwerpfase van de chatbot worden de diverse dialoogstructuren met vragen en wedervragen gebouwd. Ook wordt bepaald wat de chatbot moet doen als het er zelf niet uitkomt of de vraag niet begrijpt.

2. Dashboard

Promax doet na het ontwerp de nodige setups om de juiste werkwijze (workflow) te kunnen faciliteren. Tijdens dat proces wordt ingeregeld wat er met de inkomende conversaties moet gebeuren, vanuit welke kanalen deze conversaties binnenkomen, wanneer deze door een medewerker wordt overgenomen en wie de juiste persoon is voor welke vraag. Hier kun je ook alle statistieken analyseren. Een gebruikersvriendelijk platform zorgt ervoor dat jouw medewerkers naadloos samenwerken met hun digitale collega.



3. Trainen

Net als elke nieuwe medewerker moet de chatbot in het begin ervaring opdoen en getraind worden. Bepaal daarom wie binnen het team de chatbot zal trainen. Het trainen gebeurt in het dashboard op basis van vragen die de chatbot eerder niet zelf kon beantwoorden. Daarbij geef je de chatbot het juiste antwoord zodat deze de volgende keer een dergelijke vraag wel zelf kan beantwoorden. Hoe meer jij de chatbot traint hoe slimmer deze wordt.



4. Betere klantervaring

Zodra de chatbot is geïnstalleerd kun je de klanten via jouw website direct te hulp schieten, vasthouden en zelfs begeleiden bij het plaatsen van een bestelling. Nog effectiever zijn chatbots op social media. Onderzoek laat zien dat bedrijven die betrokken zijn met hun klanten via social media de klantuitgaven met 20% tot 40% kunnen verhogen. Een chatbot kan dit nog versterken door de betrokkenheid interactiever te maken. Waar sommige klanten verdrinken in de hoeveelheid informatie via verschillende kanalen, geeft een chatbot enkel de informatie die de klant nodig heeft. Het houdt je klanten langer op je platform.

Waar kan ik een chatbot inzetten?

Leuk, zo'n chatbot! Maar is het ook voor mijn bedrijf zinvol? Nou, vrijwel iedere ondernemer kan er gebruik van maken. In elke branche is er wel een toepassing mogelijk. Een chatbot kan niet alleen ingezet worden als klantondersteuning maar bijvoorbeeld ook als hulp bij navigatie op een website, als ondersteuning voor interne medewerkers, eerstelijns support of leadgenerator. Hoe dat eruit ziet? We geven vier voorbeelden waarop een chatbot kan worden ingezet.

Webshops

Zeker in deze coronaperiode is online shoppen enorm populair. Door de concurrentie van andere webshops is het lastig de aandacht van klanten te trekken en vast te houden. Waar je in de winkel wordt geholpen door een medewerker, kan een chatbot die rol online vervullen. Omdat retailers vaak te maken hebben met lange aankoopprocessen ligt bovendien het gevaar op de loer dat klanten tussentijds afhaken. Door een persoonlijke assistent beschikbaar te stellen voor elke potentiële klant verhoog je de kans aanzienlijk dat het proces goed verloopt. De chatbot helpt klanten in hun zoektocht naar het juiste product, geeft informatie over het product, kan een brochure toesturen of direct helpen bij het aankoopproces. Uit onderzoek blijkt dat bijna de helft van de online shoppers bereid is een aankoop te doen via een chatbot.

Persoonlijke dienstverlening

Soms komen klanten er niet helemaal uit. Ze hebben vragen die ze lastig vinden om telefonisch aan een klantenservicemedewerker te stellen of op de mail te zetten. Een chatbot kan deze onzekerheid wegnemen en om feedback vragen. Op dit moment staat 71% positief tegenover het ontvangen van klantenservice via een berichtenapp. Met de feedback kun je daarnaast jouw producten en diensten verbeteren, zoals bepaalde informatie op de website optimaliseren om onduidelijkheden te voorkomen of producten beter uit te lichten.

Recruitment

Liefst 96% van de recruiters gelooft dat AI het werven en selecteren van personeel verbetert [3]. Chatbots zijn een populaire tool om het werk van een recruiter te ondersteunen. Omdat 45% van alle chatconversaties na werktijd of in het weekend plaatsvinden [4], moet een recruiter eigenlijk 24/7 beschikbaar zijn om kandidaten te woord te staan. Een chatbot kan hierbij niet alleen een hulpmiddel zijn, maar ook de candidate experience verbeteren. De chatbot doet het voorwerk, de salesmedewerker hoeft alleen nog het laatste duwtje te geven.

Horeca

Door corona is het in de horeca momenteel verplicht vooraf te reserveren en alle bezoekers te registreren. Dat gebeurt nu vaak nog met pen en papier. Dit kan middels een chatbot eenvoudig worden geautomatiseerd. Maar ook bestellingen opnemen, klanten laten afrekenen of de klant informeren over het dagmenu of geldige kortingen is mogelijk. In hotels wordt de chatbot zelfs gebruikt als persoonlijke assistent tijdens het verblijf. Deze helpt bij het opnemen van bestellingen voor roomservice, het beantwoorden van vragen die normaliter bij de receptie binnen zouden komen, een upgrade aanvragen, in- en uitchecken of te reserveren voor het restaurant.

Conclusie

Voor ondernemers in het mkb bieden chatbots grote voordelen. Zeker in de huidige tijd is de digitale klantbeleving belangrijker dan ooit. Je wilt jouw klant voorzien van de juiste informatie, de aandacht vasthouden en het liefst zo goed mogelijk begeleiden naar een aankoop. Die persoonlijke service kost tijd en aandacht die medewerkers niet altijd kunnen geven. Met een chatbot ben je 24/7 bereikbaar om de klant bij te staan. Door het zelflerende vermogen van de chatbot ben je bovendien steeds beter in staat de klant te begrijpen en kun je sneller anticiperen op zijn interesse.

Meer weten over de kansen van chatbots voor jouw bedrijf? Neem contact met ons op en ontdek alle voordelen.

Contact



www.promax.nl | info@promax.nl | +31 (0)88 70 70 707