

PCS EN OBI4WAN ONTWIKKELEN CHATBOT VOOR HTM

Steeds meer consumenten gebruiken social media als contactkanaal met organisaties. Ook HTM, de openbaar vervoerder uit regio Den Haag, ziet al jaren een gestage groei van klantcontact over kanalen als Facebook, Twitter en WhatsApp. Een groot deel hiervan werd al afgehandeld door klantcontactspecialist PCS, maar een chatbot biedt inmiddels de helpende hand. De door PCS en OBI4wan ontwikkelde tool heeft tot doel de reizigerservaring en klantenservice verder te optimaliseren. Tijdens de pilot behaalde de bot al een First Time Fix van 13%!



Eind vorig jaar is het chatbotballetje in kwestie gaan rollen. Vanuit statistieken voorzag PCS voor zijn klant HTM (Haagsche Tramweg Maatschappij) dat er kansen lagen om een deel van de binnenkomende vragen van reizigers te automatiseren, om zo de dienstverlening efficiënter te maken en de klanttevredenheid te verhogen. In samenwerking met businesspartner OBI4wan, leverancier van chatbottechnologie, werkte PCS een advies en businesscase uit voor de ontwikkeling van een chatbot voor HTM. Zinho Parisius, customer servicemanager van het trambedrijf, had hier wel oren naar: "Ik wilde het personeel anders en beter inzetten voor mijn reizigers. Zo effectief mogelijk, zodat zij zich volledig op de klant kunnen focussen."

What's up op WhatsApp

Na een grondige analyse van de contactstromen van HTM in het sociale domein, heeft PCS een ontwerp gemaakt voor de ontwikkeling van de chatbot: welke

berichten pakt de chatbot op, wat wordt de tone of voice, welke antwoorden mag de bot wel en niet verstrekken en wanneer grijpt een live agent van PCS in? Na overleg met HTM is ervoor gekozen om klein te beginnen en de technologie exclusief in te zetten voor vragen via WhatsApp.

De ervaringen die in de afgelopen maanden zijn opgedaan met de chatbot, zijn louter positief. Frank Smit, CIO van OBI4wan: "HTM was wel wat sceptisch in het begin: in het verleden hebben ze minder goede ervaringen opgedaan met een chatbot, daar hebben ze van geleerd. Deze bot moest écht goed zijn en nul fouten maken." Tot op heden lukt dat bijzonder goed, vervolgt hij: "We hebben nog geen enkele negatieve reactie van een klant over de bot gekregen. Ook de medewerkers van PCS hebben totaal geen last van de bot." Parisius vult aan: "Zij zijn er juist erg blij mee, want dankzij het voorbereidende werk van de bot kunnen ze meteen aan de slag."

In een notendop scant en verwijdert de technologie spam, zodat de customer servicemedewerkers hierdoor niet gehinderd worden. Ook kan de bot reizigers van basisinformatie voorzien, zoals een formulier om in te vullen in geval van een verloren tas in de tram, plus zet de tool ontbrekende gegevens (bijvoorbeeld een referentienummer) door naar een live agent om snellere en meer gerichte service te realiseren.



Links: Ilja Gleiser
Midden: Zinho Parisius
Rechts: Frank Smit

First Time Fix

De pilot, die officieel in de periode april-juni van dit jaar plaatshad, is onlangs geëvalueerd. De behaalde resultaten bekoren Ilja Gleiser, CCO van PCS: “De First Time Fix van de chatbot in deze pilot was 13%. Dat houdt in dat de technologie dertien procent van de klantvragen volledig zelfstandig kon afhandelen.” De rest (87%) werd in een voorbereide variant doorgezet naar live medewerkers van PCS en hoefde zo bekeken alleen nog door hen te worden ‘ingekopt’.

Een FTF van 13% is marktconform voor startende bots, stelt Gleiser, die zich onder meer baseert op enkele bekende onderzoeksbureaus. Hij streeft ernaar om deze score binnen afzienbare tijd over de twintig procent te laten stijgen. “Voor 2019 mikken we op een FTF van 20%-25% en richting 2021 willen we richting de 50%-60%. Maar op dit moment zijn we zeer content met de huidige prestaties!”

Ook HTM is te spreken over de toepassing van de chatbottechnologie. De kracht zit ‘m onder meer in transparantie, stelt Parisius: “We doen niet ‘alsof’ je met een mens spreekt, maar maken direct duidelijk dat het contact met een bot is. Op die manier spelen we open kaart naar de reizigers, plus we kunnen een verzoek makkelijk doorzetten naar een live agent.” Daarbij spreekt de huidige klanttevredenheid over de chatbot volgens hem boekdelen: een 7,9. “Een reguliere score is een 8,1.”

Toekomstmuziek

Nu de bot eenmaal draait gaat de Haagse openbaar vervoerder samen met PCS en OBI4wan de tool steeds verder uitbouwen. “De huidige focus ligt op makkelijk te beantwoorden vragen, maar een contactmoment kan ook worden aangegrepen om nog wat extra vragen te stellen. Waarmee reizigers geholpen zouden zijn bijvoorbeeld. Maar dat is meer iets voor later,” geeft Smit te kennen.

Dichterbij is de inzet van de chatbottechnologie op de andere contactkanalen in het social media domein, zoals Facebook en Twitter. Op de website toevoegen zal pas op het laatst gebeuren, benadrukt Parisius: “Dit traject doen we echt stap voor stap. Onze website is zeer kennisintensief, waarop potentieel veel aspecten zijn om te beantwoorden. Er zijn alleen al 22 lijnen en 1.318 haltes bijvoorbeeld! Die moet de bot allemaal kennen. We nemen hier de tijd voor, het belang van de reiziger staat voorop.”

PCS verwacht de bot zeker nog slimmer te kunnen maken, met als doel de FTF nog verder te laten stijgen. De klantcontactspecialist stelt dat er genoeg vragen zijn die je kunt automatiseren, al zal er ook altijd een zekere behoefte blijven aan empathisch gedreven interactie. Gleiser pleit ervoor het technologische en menselijke aspect elkaar te laten aanvullen “Uiteindelijk gaat het om de ideale mix tussen machine & medewerker. Daar ligt de toekomst.”