

# Google in het contactcenter: moet je dat willen?



Google ontwikkelt al jaren Artificial Intelligence (AI) als het gaat om het herkennen van geschreven en gesproken tekst. Het gaat dan niet alleen om de woorden, maar ook om de context en mogelijke emotie. Een bedrijf als Google, en dat geldt bijvoorbeeld ook voor Amazon, beschikt over ongelooflijk veel data om deze AI mee te trainen. Sinds kort kan de specifieke dienstverlening van Google op herkenning van natuurlijke spraak eveneens worden ingezet voor contactcenters. Genesys vindt dit een goed idee en is één van de eerste technologiepartners die deze integratie kan bieden.



## BOT MET VISIE EN CONTEXT

Het inzetten van robots voor het beantwoorden van chats en gesprekken is een groeiende trend in contactcenters. Maar 'domme' bots wekken vaak ergernis, want het meenemen van de context en het goed begrijpen van de vraag is belangrijk. Het trainen en finetunen van een bot kost dan ook vaak maanden. Met Google Contact Center AI wordt dat een kwestie van dagen – dat betekent een hele steile leercurve naar het niveau waar klanten en organisaties echt blij van worden.

## HOE WERKT HET?

De service van Google AI wordt geïntegreerd in het contactcentersysteem. Interacties van klanten worden door Google geanalyseerd op inhoud en context en vervolgens verder verwerkt door het communicatieplatform van de klantorganisatie op basis van de eigen regels en protocollen. Genesys kiest dan nadrukkelijk voor blended AI: zodra de bot tekortschiet wordt doorgeschakeld naar de meest geschikte medewerker. Diezelfde medewerker kan trouwens ook door Google AI worden ondersteund. Op basis van spraak- en tekstherkenning worden real-time antwoordsuggesties en links voorgelegd. Zie het kader voor een realistisch voorbeeld van eBay.

## WAAROM WORDEN KLANTEN BLIJ?

Bots zijn dag en nacht beschikbaar en makkelijk te vermenigvuldigen en garanderen zo een optimale beschikbaarheid en minimale wachttijd. Een goed getrainde bot reageert adequaat op vragen en versnelt de afhandeltijd. Belangrijk is wel, om misverstanden te voorkomen, om direct duidelijk te zijn naar de klanten dat de communicatie verloopt via een geautomatiseerd systeem.

Bots zijn sterk in het snel opzoeken en presenteren van informatie. Ook als een gesprek is doorgezet naar een agent levert dit extra snelle service en antwoorden

## Toekomstmuziek?

Blijft de inzet van Google AI beperkt tot het contactcenter? Ik denk het niet. Je ziet nu al start-ups die met behulp van dit soort AI-diensten een persoonlijke assistent bouwen die aangepast op jouw persoonlijke behoefte e-mails en telefoontjes verwerkt, afspraken maakt en suggesties doet voor locaties en activiteiten. *Personal bots* die niet alleen 'dom' vooraf gemaakte regels en afspraken toepassen maar leren in de praktijk. Hoe persoonlijk is persoonlijk contact straks nog? We gaan het zien.

op, omdat de agent vlot kan kiezen uit een aantal voorgelegde suggesties van de bot. De zoekkracht van de bot gecombineerd met de menselijke inschatting en ervaring, dat is de kracht van blended AI.

### WAAROM WORDEN ORGANISATIES BLIJ?

Het inzetten van bots bespaart niet alleen op personeelskosten, maar bespaart agents ook de eenvoudige, herhalende klantvragen. Voor de medewerkers blijft het interessante, meer afwisselende werk over. Bots die snel getraind en gefinetuned kunnen worden zijn dan ook aantrekkelijk, want daarmee daalt de investering significant.

Aantrekkelijk is ook dat de Google contactcenter AI integreert met het eigen communicatieplatform van de organisatie en daarmee de Google-intelligentie toevoegt aan bestaande expertise als skillsbased en predictive routing en intelligent automation. Dat laatste zijn de micro-applicaties die in een interactie kunnen worden ingevoegd, zoals een beveiligde creditcardbetaling of het invullen van een bestelformulier.

### WAT MAAKT GOOGLE AI ANDERS?

Anders dan de eerder ontwikkelde spraakherkenningsoplossingen leert Google AI van alle interacties van alle klanten van Google. Dat resulteert in een ontzettende steile leercurve, waar alle klantorganisaties weer van meeprofiten. Dat geldt trouwens deels ook voor Amazon, een andere partner waar Genesys mee samenwerkt. Google heeft een gebruikersovereenkomst waarin is vastgelegd dat alle interactie-informatie anoniem en beveiligd wordt verwerkt en intern alleen wordt gebruikt voor het verbeteren van de engine.

### KAN IEDEREEN NU TOVEREN?

Het succes van het inzetten van AI, en dus ook die van Google, blijft vooral een kwestie van goed

toepassen. Daarvoor zijn een heldere strategie en duidelijke doelstellingen nodig.

Het grote voordeel van aanbieders als Google is dat startende of snel groeiende organisaties kunnen meeprofiten van het leervermogen van de crowd, en zo snel grote sprongen kunnen maken in de verbetering van de customer experience en de concurrentie kunnen 'leapfroggen'.

Grote, al sterk geprofessionaliseerde organisaties profiteren natuurlijk ook van de veel snellere inzet van de bots en besparen veel tijd en energie op het trainen en finetunen.

### Praktijkvoorbeeld van een webwinkel

Klant Mala belt met eBay en wordt begroet op basis van nummerherkenning.

"Hallo Mala, ik ben een geautomatiseerde agent. Ik zie dat we maandag een paar witte sportschoenen maat 39 hebben geleverd. Bel je over deze bestelling?"

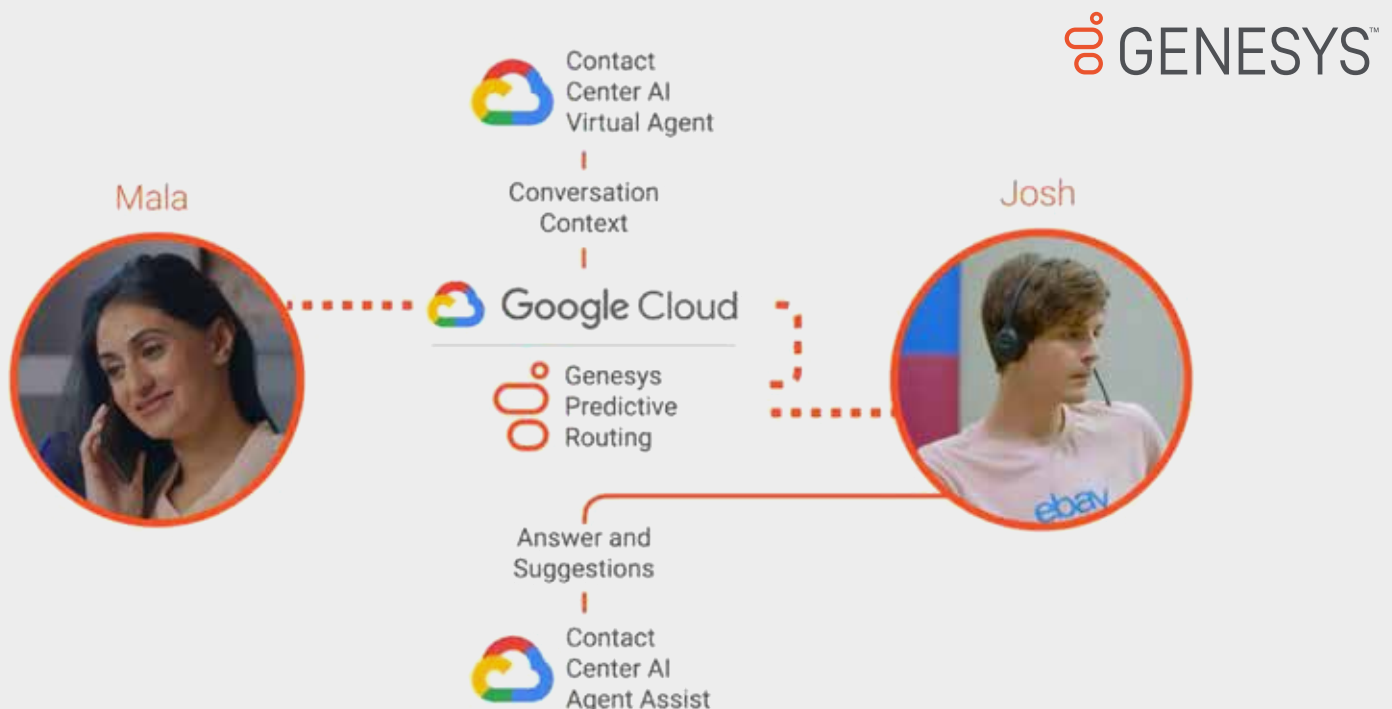
"Ja", zegt Mala. "Helaas passen ze niet, dus ik wil ze terugsturen."

"Daar kan ik zeker mee helpen, je ontvangt zo een e-mail met alle gegevens."

En dan doet de bot een voorstel: "Nog één vraag: kan ik je misschien doorverbinden met een adviseur voor het vinden van de juiste schoenen?"

"Ja, graag", zegt Mala, en Google AI schakelt met het contactcenterplatform van ebay. Dat selecteert de best beschikbare agent die tegelijk met het gesprek ook een schriftelijke verslag van het voorafgaande gesprek krijgt en zo de conversatie naadloos kan oppakken.

Ook tijdens het adviesgesprek blijft Google AI actief, maar nu als real-time adviseur van de agent. Zijn gesprek met de klant wordt direct omgezet naar geschreven tekst, plus op basis van betekenis en context doet de bot suggesties voor relevante informatie in de vorm van vragen en linkjes. Voor welke sport zijn de schoenen bedoeld? Op welke ondergrond tennist de klant vooral? Heeft ze een favoriet merk? Dat leidt tot een suggestie voor geschikte schoenen die de agent per e-mail of sms kan toesturen. Zo wordt een retourverzoek omgezet in een nieuwe bestelling, in een samenspel van bot en agent. *De videoversie van deze demo is te zien op [bit.ly/Ebaydemo](http://bit.ly/Ebaydemo).*



 GENESYS™