



/ e-sites



/ Stappenplan

# De 5 belangrijkste stappen naar een succesvolle **chatbot**

# Inhoud

<b>1</b>	<b>Volop kansen met chatbots</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>De vijf belangrijkste stappen naar een succesvolle chatbot</b>	<b>4</b>
2.1	<b>Stap 1:</b> Bepaal een concrete doelstelling en strategie	4
2.2	<b>Stap 2:</b> Maak jouw chatbot uniek met passende eigenschappen en features	4
2.3	<b>Stap 3:</b> Maak je chatbot zo persoonlijk mogelijk en train je chatbot (via AI)	5
2.4	<b>Stap 4:</b> Test (uitgebreid) en lanceer!	7
2.5	<b>Stap 5:</b> Blijf optimaliseren en doorontwikkelen	7
<b>3</b>	<b>En nu jij!</b>	<b>8</b>

# 1. Volop kansen met chatbots

Het is al duidelijk; 2018 wordt het jaar van de chatbots. Een chatbot inzetten als communicatiemiddel of nieuwe marketingmethode is nog relatief nieuw. Maar de mogelijkheden die er ontstaan voor jouw organisatie met chatbots, bloeien op als bloemen in de lente. Dus zeer slim om je erin te verdiepen!

Een chatbot wordt één van de belangrijkste vormen van klantcontact. [Onderzoeksbureau Gartner](#) voorspelt zelfs dat 85% van al het klantcontact in 2020 verloopt via conversational systems of chatbots. Maar ook kan een chatbot zorgen voor meer efficiëntie, kostenbesparing, een grotere klanttevredenheid of recurring omzet. Er bestaan al veel verschillende varianten en toepassingen van chatbots.



Volop mogelijkheden, redenen dus, om na te denken of een chatbot ook voor jouw organisatie toegevoegde waarde biedt. Maar waar begin je? Welke keuzes heb je? Hoe ontwikkel je een chatbot? En wat betekent het voor je organisatie? We hebben in dit plan de 5 belangrijkste stappen omschreven die jou meer inzicht geven in een goede aanpak bij de inzet van chatbots.

## 2. De vijf belangrijkste stappen naar een succesvolle chatbot

### Stap 1 Bepaal een concrete doelstelling en strategie

Waarom wil jij een chatbot voor jouw organisatie? “Omdat straks iedereen een chatbot heeft”, is vanzelfsprekend het incorrecte antwoord. Want een chatbot is alleen succesvol, wanneer het daadwerkelijk van toegevoegde waarde is. Dus iets oplevert, voor je organisatie en/of je doelgroep.

Ben je op zoek naar een nieuwe of extra manier van communiceren met je doelgroep? Wil je veelgestelde vragen ondervangen en hiermee werkuren bij het webcareteam besparen? Een boekings-, reserverings-, bestel- retourproces automatiseren? Of de interactiemogelijkheden van chatbots inzetten voor herhalingsaankopen? Het kan allemaal! Een voorwaarde voor succes is wel dat je concreet maakt op welke doelgroep jij je richt en welke doelstelling je voor ogen hebt. Dan ben je in staat de juiste keuzes te maken. Over het soort chatbot bijvoorbeeld, wat de chatbot moet kunnen en welke beleving je wil creëren.

**Tip!** Start niet meteen te groots. Maar begin met een kleine toepassing. Een chatbot is continu te optimaliseren en verder door te ontwikkelen. Dus lanceer en leer! Tot je een steeds verder geslepen versie krijgt, waarmee je beoogde doelstellingen werkelijk bereikt.

### Stap 2 Maak jouw chatbot uniek met passende eigenschappen en features

Jouw chatbot dient naadloos aan te sluiten bij jouw organisatie. Bij de gewenste uitstraling en tone-of-voice bijvoorbeeld. De chatbot laten werken binnen dezelfde omgeving als waarin je webcare-medewerkers werken, is het meest ideaal.

Maar de chatbot kan eigenlijk voor alle kanalen ingezet worden. Zoals livechat, Facebook messenger, Twitter DM en Slack en WhatsApp.

# PAASPOP



Maar de chatbot kan eigenlijk voor alle kanalen ingezet worden. Zoals livechat, Facebook messenger, Twitter DM en Slack en WhatsApp.

Het is naast je kanaalkeuze belangrijk om te kijken hoe je met jouw chatbot de beoogde doelstelling(en) gaat bereiken. Welke vragen moet de bot kunnen beantwoorden? Welke interacties moet het aangaan? Welke taken zijn te servicen binnen een chatbot conversatie? Wat wil jij van gebruikers weten? En welke features heeft jouw chatbot nodig?

Een chatbot maken is niet heel moeilijk meer. Er zijn inmiddels genoeg tools waarmee een geautomatiseerd gesprek in elkaar te klikken is. De uitdaging zit juist in het creëren van een natuurlijke dialoog. Als je inzichtelijk hebt welke delen van de natuurlijke conversaties werken en welke niet, ben je in staat een chatbot te maken die waarde toevoegt. Zowel voor je organisatie als voor de gebruiker.

Door koppelingen met externe systemen is je chatbot te verrijken. Een koppeling met een CRM systeem bijvoorbeeld levert meer klantinformatie op. Hoe meer informatie de chatbot heeft om klantvragen mee op te lossen, hoe positiever dit bijdraagt aan de customer experience.

## **Stap 3 Maak je chatbot zo persoonlijk mogelijk en train je chatbot (via AI)**

Je kunt een chatbot ook wel beschouwen als nieuwe medewerker in je team. En dan eentje die 24 uur per dag, 365 dagen per jaar beschikbaar beschikbaar is. En heel veel vragen kan beantwoorden, maar ook aankopen kan stimuleren. Best een aanwinst, toch? Maar je wil ook dat deze medewerker goed past bij je organisatie. En dat kan! Want je bent in staat je chatbot een persoonlijkheid te geven. Met menselijke eigenschappen, zoals humor, beleefdheid en behulpzaamheid.



Bij sommige organisaties is een chatbot een bekend gezicht uit de organisatie (een werkelijk bestaande medewerker of een bij het grotere publiek bekend persoon). In andere gevallen is het overduidelijk technologie waarmee je communiceert. En toch is het in beide gevallen goed wanneer de bot persoonlijk overkomt en aansluit bij de gewenste manier van communiceren van je organisatie. Dit schept vertrouwen om de bot daadwerkelijk te gebruiken.



Naast menselijke eigenschappen, is variatie een belangrijke toonzetter in menselijke communicatie. Steeds maar weer hetzelfde antwoord terug ontvangen op verschillende vragen bijvoorbeeld, is niet wenselijk. Je zou er verveld van raken! En het komt over als een beperking van de bot. Dit is gelukkig eenvoudig te voorkomen, door meerdere variaties in te voeren voor elk antwoord.

Net als bij een echte nieuwe medewerker, verwacht je deskundigheid in huis te halen. Iemand die leert, ook van fouten. Met Artificial Intelligence (AI) maak je jouw chatbot zelflerend. En dus steeds slimmer. Bots zijn in staat doelen van berichten te begrijpen. En gegevens te onderscheiden. Je traint je bot door hem te voeden met verschillende vraagstellingen. Onbegrepen vragen worden opgeslagen en de antwoorden die de bot teruggeeft worden steeds verder uitgebreid en verbeterd. Je bot optimaliseert continu.

## **Stap 4 Test (uitgebreid) en lanceer!**

Hanteer een uitgebreide testfase waarin je de chatbot de tijd geeft om te leren en te optimaliseren, bij echte medewerkers kennen we tenslotte ook een inwerkperiode. Zorg voor een gunstige test-groep, bijvoorbeeld eigen medewerkers of een beperkte groep eerste gebruikers (soft launch), die jouw chatbot van goede input kan voorzien. Welke vragen komen er binnen? Welke interacties vinden er plaats? Welke patronen dient de chatbot te herkennen? En wat dient de chatbot hieruit te leren? Miscommunicatie is goed in deze fase! Want dat geeft juist de mogelijkheid om nieuwe interacties toe te voegen, waarmee de conversatie verbeterd wordt.

Afhankelijk van de verwachtingen, is het slim om de testfase al dan niet uit te breiden. Hoe complexer de vragen en antwoorden zijn, hoe meer voorbereidingstijd (lees: optimalisatie tijd) aan te raden is. Want wees jezelf ervan bewust dat een gebruiker al snel een negatieve beleving krijgt als die niet vindt wat hij zoekt. Het is dan ook belangrijk om verwachtingen bij gebruikers te managen, door duidelijk te zijn in wat de chatbot kan en waarvoor hij wordt ingezet.

Op het moment dat je bot het gewenste kwaliteitsniveau heeft bereikt en hij is pest-proof (test maar eens bij een willekeurige chatbot bij het geven van 'gekke' antwoorden, hoe hij reageert), ben je klaar voor lancering. Een advies over hoe groots je dit moet aanpakken, is afhankelijk van je doelstelling. Maar zorg ervoor dat de gewenste doelgroep van deze nieuwe mogelijkheid op de hoogte raakt en stimuleer het gebruik ervan met effectieve promotie!

## **Stap 5 Blijf optimaliseren en doorontwikkelen**

Je bent nooit klaar. De lancering van je chatbot, is eigenlijk een startpunt. Want hoewel je klaar bent om te interacteren met je doelgroep, heb je nog weinig kennis. En juist de data die je verkrijgt via de chatbot, het zelflerende vermogen van je bot en mogelijk alle mogelijkheden die nog gaan ontstaan uit deze nieuwe techniek die nog volop in ontwikkeling is, zorgen dat je nog lang niet klaar bent om het maximale eruit te halen. Het is een proces. Dus blijf alert. Zorg dat je jouw chatbot blijft optimaliseren. Analyseer of hij aan de verwachting van gebruikers voldoet. En ontwikkel door met relevante features en (nieuwe) mogelijkheden.

## **En nu jij!**

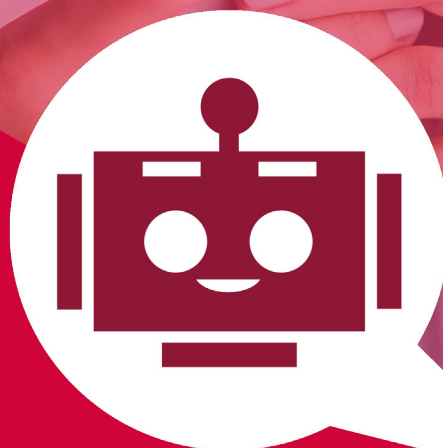
Je bent nu op de hoogte van de belangrijkste stappen. Je kan aan de slag met een concreet plan! Heb je vragen over specifieke toepassingen? Hulp nodig bij ontwikkeling? Of wil je graag eens brainstormen over de mogelijkheden van chatbots voor jouw organisatie? Wij kunnen er heel wat over vertellen! En heel veel concrete voorbeelden geven. We helpen je graag verder, dus neem vooral contact op!

Heel graag tot chats!





/ e-sites



Dit chatbot stappenplan is een gratis uitgave van E-sites

**T: 076 888 00 88**

**E: [hello@e-sites.nl](mailto:hello@e-sites.nl)**

**[www.esites.nl](http://www.esites.nl)**

**/ E-sites**

Reduitlaan 29, 4814 DC Breda

**[hello@e-sites.nl](mailto:hello@e-sites.nl)**

**+31 76 888 00 88**