



PLATFORM
KLANTGERICHT
ONDERNEMEN

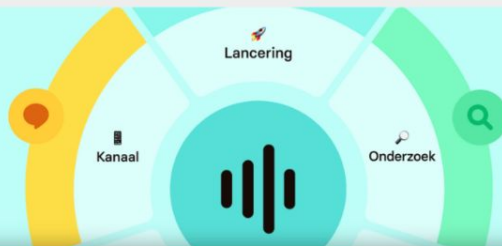
PVKO

Voorkomen is beter dan genezen

Utrecht, 25 januari 2024

AI zit in een stroomversnelling

- AI en ML spelen al lange tijd een rol binnen klantenservice.
- Vooral in de vorm van bots en data mining.
- Grootste beperking dusver was de state-of-the-art in het begrijpen van natuurlijke talen.
- Tot OpenAI de boel op z'n kop zette met ChatGPT – daarna was het hek van de dam.



PARTNERCONTENT

In 5 stappen naar de perfecte klantenservice met een GPT-4 chatbot

[👉 Straks om 15 uur vertelt expert Pelpina Trip hoe je snel én gemakkelijk foto's en video's kunt editen ▶](#)

👁 3k



💬 1
reacties



Alexander Wijninga
van Watermelon

👁 3k 17 april 2023 om 11:00 4 minuten lezen

De wereld van klantenservice ondergaat momenteel een snelle verandering. Door de toenemende populariteit van chatbots en geavanceerde AI-technologieën zoals GPT-4 is het mogelijk om snel en efficiënt klantvragen op te lossen. Met behulp van deze technologieën kunnen bedrijven krachtige, intelligente en mensachtige chatbots creëren. In deze blog zullen we uitleggen hoe



ChatGPT vraagt een compleet herontwerp van de klantenservice

Deze week verscheen een nieuwe versie van ChatGPT, het kan nu nog beter omgaan met complexe vragen en ook foto's en video's interpreteren. Het einde van klantenservice zoals we het kennen?



Maurits Kreijveld

21 maart 2023, 14:30

1668 x gelezen



Veel focus op automatisering

- Door hoge kosten en een krappe arbeidsmarkt, is automatisering van het afhandelen van klantcontact een logisch gevolg.
- Het kan de repetitieve kant van het werk verminderen, wat het uitdagender maakt voor medewerkers, wat hopelijk weer leidt tot minder verloop.
- Ook voor de klant is het wenselijk om snel en efficiënt geholpen te worden, dus het lijkt een win-win.

Niet zonder risico's

- Het risico van efficiëntie najagen is dat het ten koste gaat van de kwaliteit van de geleverde service.
- Zeker als efficiëntie een eufemisme is voor *zo goedkoop mogelijk*.
- Klantenservice wordt immers vaak uitsluitend als cost center gezien, en dan moet een investering vooral één ding doen: kosten besparen.

Efficiëntie kent z'n grenzen

- Als je het punt bereikt dat je wekelijks honderden keren dezelfde vraag beantwoordt, is dat een moment om stil te staan bij het "waarom?" achter deze vraag.
- Dat de organisatie weinig tot geen kosten maakt aan het beantwoorden van de vraag, wil niet zeggen de klant er niet een hoop tijd aan kwijt is geweest.
- Dat maakt 't dus nog steeds niet heel efficiënt, en zeker niet klantgericht.
- Bovendien kan de vraag een symptoom zijn van inefficiëntie elders in de organisatie – moeite waard dus om er in te duiken.



Hoe kunnen we AI inzetten om nodeloos klantcontact te voorkomen?

Informatieasymmetrie

Ofwel, de organisatie heeft informatie die de klant op dat moment nog niet heeft.
Dit levert vragen op, en dus zoekt de klant contact:

- Wordt mijn bestelling vandaag nog bezorgd?
- Wanneer wordt mijn geld teruggestort?
- Waar moet ik zijn voor ...?

Defecte processen

Processen die situaties opleveren waarin de klant moet signaleren dat er iets niet goed gegaan is:

- Dubbel afgeschreven betalingen.
- Verkeerd bezorgde producten.
- Verstrekken van niet kloppende informatie.
- Niet nagekomen afspraken.

Inzicht

Om deze vorm van contact te voorkomen, moeten we een aantal zaken goed begrijpen:

- De aanleiding: wat zorgt er voor dat de klant besluit contact op te nemen?
- Welke vraag hebben ze op dat moment?
- Met welk antwoord zijn ze het best geholpen?

Democratisering van data mining

- Naast automatisering, is dit een andere sleutelrol voor AI.
- Het dagelijkse klantcontact via telefonie, chat, social media, en email vormt hierbij een goudmijn aan inzicht.
- Dankzij de kracht van Large Language Models zijn deze vragen niet alleen te beantwoorden, maar zijn deze inzichten bovendien toegankelijk geworden voor mensen die *niet* de zwarte band in SQL en Python hebben.



**‘Dweilen met
de kraan open’**

Terug naar de bron

- De afdeling klantenservice is niet goed gepositioneerd om hier een significante impact op te maken.
- De afdelingen of business units verantwoordelijk voor deze processen zijn dat wel, maar missen nu de incentives én de data om de juiste stappen te nemen.

Kostenattributie

- Met met nauwkeurige data over dit soort contact, is het mogelijk een kostenattributie te maken.
- Dit laat de verantwoordelijke afdeling de kosten van contact waar zij invloed op hebben op hun P&L terugzien: daar is de incentive.
- Dit schetst tevens een eerlijker beeld over het kostenplaatje dat de afdeling klantenservice met zich meebrengt.

Niet alleen afschuiven

- Alleen de bon elders neerleggen is niet voldoende.
- Het vereist aansturing vanuit management, betrokkenheid van de verantwoordelijke afdelingen, en nauwe samenwerking met klantenservice.
- Afdelingen zullen over tooling moeten beschikken om inzicht te krijgen hoe zij impact hebben op de belasting van de klantenservice.
- Door processen te verbeteren en proactief te communiceren, valt er veel te winnen: minder kosten als gevolg van fouten, minder kosten als gevolg van nodeloos contact, en bovenal: blijere klanten.

Feedbackloop

- De belofte is mooi, maar meten is weten.
- Koppel de impact van deze aanpak terug naar de organisatie, laat zien wat werkt en wat niet werkt, en haal de klantervaring op in klanttevredenheidsonderzoeken.
- Maak klantenservice een gedeelde verantwoordelijkheid, en het voorkomen van nodeloos klantcontact een gezamenlijke missie.

Samenvattend

- Voorkom nodeloos klantcontact door het bij de bron aan te pakken.
- Leg de verantwoordelijkheid neer bij hen die de meeste impact kunnen hebben.
- Voorzie ze van de juiste kennis en middelen om effectief te kunnen zijn in deze opdracht.
- Stuur door een korte feedbackloop op continue verbetering.

Samenvattend

- Investeer in het efficiënt afhandelen van *nodig* contact.
- Faciliteer waar mogelijk self-service.
- Vind de juiste balans tussen bot en mens: plaats de klant centraal.



Dankjewel!

victor@assistyou.ai