Tien jaar Billie: de belangrijkste succesfactoren van de chatbot van bol.com

17-10-2018 13:10



De virtuele assistent Billie mag bijna tien kaarsjes uitblazen. Sinds eind 2008 ondersteunt de chatbot de klantenservice van bol.com. Elmer Hiemstra, manager service experience en spreker op het komende event What's Next in Retail Tech, deelt de belangrijkste succesfactoren. "Billie kan je een persoonlijk passende oplossing bieden."

Billie, het bekende ronde mannetje van bol.com, maakt in de hoogtijdagen van MSN zijn opwachting als chatbot. Gebruikers van Windows Live Messenger, zoals het chatplatform dan officieel heet, kunnen Billie inzetten om te zoeken naar een cd van Marco Borsato of boek van Harry Potter. Daarmee is bol.com een van de voorlopers in het gebruik van chatbots in de Nederlandse retail. "We hebben er veel energie in gestoken om Billie te krijgen op het niveau waar die nu zit", aldus Hiemstra.

Naast algemene weetjes (hoe werkt retourneren?) geeft Billie specifieke informatie, zoals de status van een verzending. Ook kan hij een aantal acties zelf uitvoeren, waaronder het retour melden van een besteld product. Daarbij geeft Billie het gesprek naadloos door aan een live chatmedewerker als hij er zelf niet uitkomt of maakt hij een terugbelafspraak. "Binnen onze sociale kanalen vraagt hij de klant alvast om gegevens, zoals een bestel- of klantnummer, zodat onze service-experts 'm sneller kunnen helpen. We verbeteren Billie continu door te analyseren welke gesprekken overgedragen worden aan een medewerker, en hoe we de gespreksflow moeten optimaliseren om meer klanten succesvoller te helpen", zei hij begin dit jaar al tegen RetailTrends.

Kwalitatief goede en schone data hebben een grote invloed op de mate van succes, stelt Hiemstra. "*Garbage*

in, *garbage out* geldt voor alle projecten waar data aan te pas komen, zo ook bij chatbots. Je hebt volume nodig om machinelearning-technieken te laten werken, en data die goed gelabeld zijn, zodat je chatbot kan leren van wat hij goed en niet goed doet."

Bol.com heeft in tien jaar tijd de nodige data verzameld. "Er heeft heel veel handmatig werk ingezeten. Nu is het cruciaal om de volgende stap te maken met behulp van artificial intelligence", aldus Hiemstra. Dat is een containerbegrip, beseft hij. "In de basis willen we vraagherkenning substantieel verbeteren, gespreksstappen overslaan en beheer van de conversatieflows schaalbaarder maken. Onze volumes zijn inmiddels ook groot genoeg om die modellen van voldoende data te voorzien om daadwerkelijk beter te presteren."

Matchen

Vraagherkenning – 'begrijpen waar de klant het over heeft' is volgens hem de belangrijkste succesfactor van een chatbot. Traditioneel wordt dat gedaan door keywords te matchen en patronen in de input van klanten te herkennen. Daardoor moet je als bedrijf vooraf goed nadenken over hoe de klant zijn vraagt formuleert, zegt Hiemstra. "Wij hebben eerder dit jaar een neuraal netwerk ontwikkeld en getraind, zodat we vragen kunnen matchen op basis van alle historische gesprekken van Billie. Hij merkt nu dat de openingszin die je uitspreekt bijvoorbeeld het meest overeen komt met de vraag van klanten die op zoek waren naar hoe zij hun retour konden aanmelden. Dat betekent dat de mogelijke openingszinnen die we handmatig hebben geprogrammeerd, nu volledig zijn geautomatiseerd en dat het systeem tot op zekere hoogte zelflerend is. Daardoor kost het niet alleen veel minder handmatige effort, maar is het ook betrouwbaarder en schaalbaarder is dan meeste andere chatbotaanpakken."

Wat Billie ook 'relevant en uniek' maakt, is volgens Hiemstra de mate waarin Billy is geïntegreerd in de backend van bol.com. De chatbot is bijvoorbeeld in staat om persoonlijke bestelinformatie erbij te halen. "Billie weet op moment dat je vraagt: 'Waar is mijn pakketje?', dat je het hoogstwaarschijnlijk hebt over de bestelling die je gisteren hebt geplaatst. Hij kan je bijvoorbeeld vertellen dat je pakketje vanavond tussen vijf en zeven komt, in plaats van dat hij zegt: 'Als je wilt weten waar je pakketje is, log dan hier even in op je account en om daar je track & trace-informatie te vinden. Billie begrijpt je niet alleen beter, maar hij kan ook een persoonlijk passende oplossing bieden."

Learning loop

De chatbot wordt volgens hem nu vooral gebruikt omdat hij snel en 24/7 toegankelijk is. "Uit gebruikersonderzoek blijkt dat ongeveer een vijfde van onze klanten zelfs expliciet de voorkeur geeft aan de virtuele assistent om hun servicevraag op te lossen – boven persoonlijk contact of het zelf regelen." Hiemstra zegt nog stappen te willen maken in de menselijkheid van de bot. "Billie reageert soms nog een beetje koeltjes. Er zit basisherkenning van scheldwoorden en onbegrip in hem, maar door sentimentsanalyse moeten we beter in staat worden om ontevreden klanten óf sneller naar een medewerker door te verbinden óf de bot zelf empathischer te laten reageren."

Een duidelijk onderscheid tussen een virtuele assistent en een medewerker is volgens hem gewenst. "We komen weleens gesprekken tegen waarbij de klant de échte medewerker na doorverwijzing stug 'Billie' blijft noemen, of andersom: hij dénkt met een medewerker te spreken. Dat kan tot ontevredenheid leiden, terwijl doorverwijzen naar een medewerker vooral gemakkelijk moet blijven." Hoe goed je virtuele assistent ook is, hij kan en begrijpt niet alles, stelt hij. In dat geval moet er altijd een collega achter de hand zijn om de klant alsnog te helpen. "Zorg ook voor een goede *learning loop*. Zeker in het begin is er veel wat de bot niet begrijpt. Het is cruciaal om dat continu te blijven analyseren en verbeteren. De virtuele assistent is zo goed als de data die je erin stopt: hoe meer gesprekken, hoe meer de bot leert, hoe beter hij het doet."

Wat dat betreft heeft bol.com niets te klagen. "We doen dit jaar naar verwachting tegen de drie miljoen

klantgesprekken via onze chatbot”, zegt Hiemstra. De chatbot groeit volgens hem anderhalf keer zo hard als de omzet van het bedrijf. Wetende dat bol.com al jaren met dubbele cijfers groeit, is de rek er bij Billie na tien jaar nog lang niet uit.

Chatbot Billie op het event What’s Next in Retail Tech
Elmer Hiemstra is één van de sprekers tijdens het event What’s Next in Retail Tech, dat op 13 november wordt gehouden in Amsterdam. Hij geeft een inzicht in de trends en ontwikkelingen op het gebied van chatbots, vertelt wat wel en niet werkt en benoemt aandachtspunten voor als je wilt starten met een chatbot of die juist wilt doorontwikkelen. Ga voor het volledige programma en om je aan te melden naar de website: whatsnextinretailtech.nl.

Nick Möller