

Verbeter je klantcontact met conversational AI

16-11-2022 11:00



Klantenservice interacties leveren een hoop data op. Ongeacht via welk kanaal ze plaatsvinden. Maar wat kun je met die (sound of) data? Door conversational AI in te zetten, kun je interacties makkelijk analyseren en efficiënter inrichten. Zo verlaag je de kosten en verhoog je de klantexperience. Hoe werkt dat?

Wat is conversational AI?

Conversational AI (Artificial Intelligence) vormt de basis van contextuele communicatie en conversational communication. Het stelt bedrijven in staat om de data van en uit klantinteracties te analyseren en te gebruiken voor verbeteringen in klantcontact en bereikbaarheid. Met behulp van de techniek maak je klantenservice menselijker en verhoog je de klanttevredenheid.

Inspelen op behoefte van de klant

Conversational AI wordt steeds meer ingezet in de klantenservice. Dat komt door de groeiende behoefte aan die contextuele communicatie. Hoe meer een agent aan informatie beschikbaar heeft voor een interactie met een klant start, hoe beter hij of zij op de behoefte kan inspelen. Informatie als items in de online winkelwagen, de webpagina waarop de klant zich bevindt en contact- en bestelhistorie.

Nieuwe technieken

Conversational AI wordt gebruikt in technieken als speech-to-text routing, chatbots (speech-to-text en text-to-speech) en authenticatie via spraak i.p.v. intoetsen. Met behulp van de data maak je journeys voor zaken die niet perse door agents persoonlijk afgehandeld hoeven te worden. Dan vraagt de bot voorafgaand aan het gesprek bijvoorbeeld al bepaalde informatie op via speech-to-text en text-to-speech technologie. De agent kan vervolgens direct op de inhoud ingaan met de beller.

Wachttijd beheersen en pieken voorkomen

Het slim inzetten van zulke technieken helpt bij het beheersen van wachttijden en voorkomen van telefonische pieken. Voice en chatbots kunnen meerdere klanten tegelijk bedienen waardoor de wachttijd wordt verkort. Ook kun je een maximale wachttijd instellen en klanten geautomatiseerd aanbieden om later teruggebeld te worden of via bijvoorbeeld sms verwijzen naar een webpagina met relevante informatie.

Sentiment analysis

Komt de klant er niet uit met de bot en dreigt de interactie te escaleren? Met sentiment analyses - het analyseren van gesproken tekst, toon en stiltes - leer je de chatbot wanneer het tijd is door te schakelen naar een agent. Die agent krijgt daarbij direct de reeds besproken informatie op het scherm zodat klanten hun verhaal niet hoeven te herhalen.

Toegevoegde waarde agents

Deze technieken besparen agents tijd en maken hun werk afwisselender. Ze hoeven zich niet meer druk te maken om de simpele en herhalende taken. En zijn juist bij vragen die urgent of complex zijn of die inlevingsvermogen vergen, van grote toegevoegde waarde. Zij kunnen een luisterend oor bieden. Een mogelijkheid die bij bots nog verder ontwikkeld moet worden.

Onderdeel van CPaaS en omnichannel platforms

Technieken als conversational AI en contextuele communicatie zijn in veel omnichannel platforms standaard aanwezig of makkelijk toe te voegen door het inzetten van CPaaS. Deze cloud-based platforms maken het mogelijk om communicatiekanalen op een makkelijke manier te combineren en je processen efficiënter en effectiever in te richten.

Klantenservice menselijker maken

Met conversational AI en contextuele communicatie maak je klantenservice menselijker. Klanten hoeven hun verhaal niet 10x te herhalen, want agents hebben relevante informatie direct bij de hand. En ze worden sneller geholpen omdat bots op een persoonlijke manier diverse vragen zelfstandig afhandelen. Door data en automatisering op deze manier in te zetten gaan de kosten omlaag en de klanttevredenheid omhoog.

Benieuwd of er bij jouw klantenservice ook zo'n efficiencyslag te maken is? [Laat Sound of Data je wegwijs maken in de wereld van Conversational AI.](#)