

BEGELEIDINGSGROEP SESSIE 14/05/2020



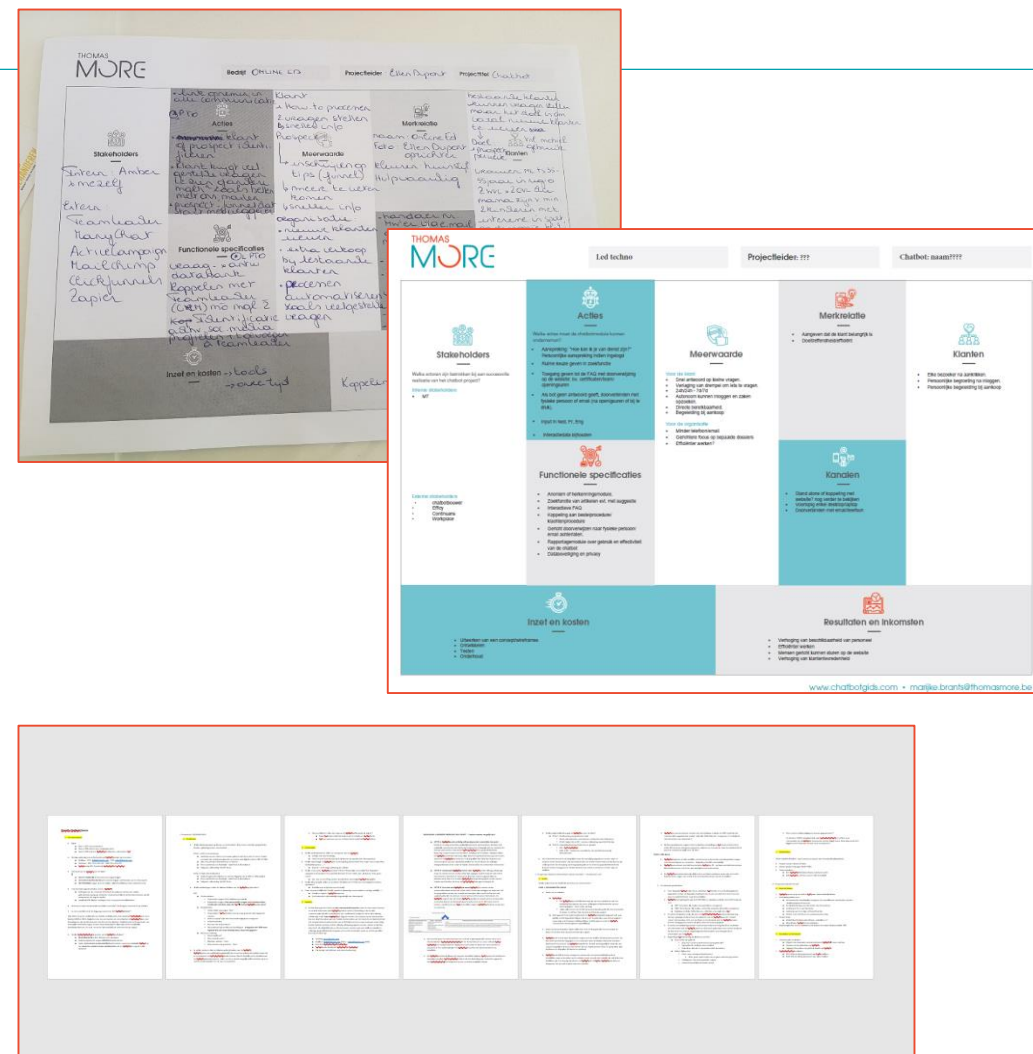
TURBOT STATUS UPDATE

1. Feedback op de chat bot canvas oefening (Sven:15-20 min)
2. Beslissingswijzer technische opties & partners (Lynn/Marijke: 15-20 min)
3. Aanpak ROI-calculator (Jelle: 10-15 min)
4. Update project, stappenplan & deliverables PWO (Sven: 5 min)
5. Ronde tafel: verwachtingen & next steps (10 min)

1. CHATBOT CANVAS OEFENING

FEEDBACK CHATBOT CANVAS OEFENING

- Invulling zonder veel extra ondersteuning mogelijk
- Helder canvas dat alle dimensies afdekt
- Wat onduidelijkheid over hoe de vragen te gebruiken
 - Gebruikersgids is aangepast
- Best practice:
 - Vragen dienen als leidraad om na te denken
 - Selecteer de relevante vragen per domein
 - Beantwoord deze zo concreet mogelijk (specifieke info is cruciaal)
- Ronde tafel over jullie ervaringen + bijkomende vragen?





STAKEHOLDERS

- Wees heel **concreet met namen, afdeling en ook ROL** binnen het project
 - Bv. Yves B, customer support agent, project lead binnen customer support
 - Bv. Klara R., marketing manager, project lead en bepalen van de ‘scope/acties/dialogflows’
- Management team = goede stakeholder, maar **wees specifiek**er wat de rol is
- Vergeet zeker ook niet **Technische stakeholders**:
 - Intern: IT departement of IT expert
 - Extern: welke IT partners, chatbot partner maar ook integraties met andere systemen zoals CRM, Teamleader → wie exact en wat is hun rol
- Bepaal ook concreet **wie de chatbot flows gaat testen, de resultaten gaat monitoren en bijsturen, training zal geven,....+ AANTAL INTERNE GEBRUIKERS** (= kosten post)



Stakeholders

Welke actoren zijn betrokken bij een succesvolle realisatie van het chatbot project?

Interne stakeholders

- Besliser over introductie van chatbot
- Product owner verantwoordelijk voor het succes van het initiatief
- Interne project manager
- Interne change manager
- Marketing afdeling
- Brand management
- Online content management
- Klantendienst
- Serviceagenten die na handover moeten overnemen
- HR afdeling
- Interne business analyst
- Interne IT ontwikkelaars
- Interne IT architecten

Externe stakeholders

- Externe project manager
- Externe change manager
- Externe business analisten
- Externe IT ontwikkelaars
- Externe IT service providers
- Externe service center providers



ACTIES

- De acties bepalen de scope van een chat bot in verschillende fasen (praktisch: wat onvoldoende ruimte in het canvas voorzien)
- Over het algemeen goed en concreet ingevuld
- Deel meer op in verschillende fasen binnen 1 type chatbot:
 - Fase1: FAQ beantwoorden op basis van een FAQ dbases + human take over met agent + dealer in de buurt vinden
 - Fase 2: open vragen beantwoorden + product voorstellen lanceren + lead info capteren zoals email adres en naam
 - Fase 3:....
- Tip: Vergeet niet te melden in welke talen de acties moeten kunnen + of je op termijn ook Voice interacties wil hebben in een latere fase → zit ook meer in deel kanalen



Acties

Welke acties moet de chatbotmodule kunnen ondernemen?

- Aanwezigheid van een klant/prospect herkennen? Identiteit? Klant aanporren? Adhv welke triggers?
- Open en/of gesloten vragen stellen en beantwoorden? Enkel standaardantwoorden geven?
- Welke input begrijpen? Taalkeuze? Tekst, emoji's en/of spraak? Tekst schrijven en/of uitspreken? Andere symbolen als emoji's of GIFs tonen?
- Doorverwijzen naar sites of toepassingen? Moet chatbot meevolgen naar andere sites?
- Commerciële transacties uitvoeren? Commerciële suggesties maken? Op basis van welke data?
- Gesprek overdragen aan menselijke actor?
- Commerciële en/of klanteninformatie geven? Interactiedata bijhouden?



FUNCTIONELE SPECIFICATIES

- **Tip: deel deze ook in per fase op basis van de invulling van de ACTIES**, dat maakt het makkelijker voor chatbot partners om dat goed in te schatten per fase
- Wees ook iets specifiek:
 - bv. koppelen aan bestelprocedure/klachtenprocedure → welke actie moet daar dan concreet mee gedaan worden? Welke koppeling met welk systeem? Is een webservice beschikbaar om te koppelen? + Eventueel contactpersoon/stakeholder.
 - Bv. beveiliging en privacy → concreter: bot moet GDPR compliant door de gebruiker de kans te bieden om de privacy policy goed te keuren of 'anoniem' te gebruiken
- Vergeet zeker ook niet **de rapportage en analyse-noden** op te lijsten + **gebruikersinterface noden voor interne gebruikers**: zelf antwoorden kunnen bijsturen, zelf vertalen, zelf flows kunnen opmaken, zelf interageren in een lopende chat
- **Belangrijk: doorschakelen naar 'Human agent'** → **wees concreter: 1 agent of meerdere agenten?** Altijd mogelijk of enkel indien een agent beschikbaar is? Geven van indicatie van 'wachtijd' indien agents niet beschikbaar zijn? 24/7 of tijdens bepaalde uren?



Functionele specificaties

- Aan welke functionele specificaties moet het chatbotsysteem voldoen? Gespreksscenario's gekoppeld aan Q&A databank? Toegang tot systemen met commerciële en/of klanteninformatie?
- Link met sociale mediaprofielen? Toegang tot systemen om klantentransacties te kunnen voltooien? Systemen om handovers te realiseren met info over klant? Creatie van een databank met gebruiksdata?
- Rapportagemodule over gebruik en effectiviteit van de chatbot? Databeveiliging en privacy?



MEERWAARDE

- Goed opgesplitst tussen meerwaarde voor de klant en voor organisatie
- Mag iets **concreter** waar mogelijk
 - bv. tijdsbesparing beantwoorden van vragen → kan je hiervan een inschatting maken hoeveel dat zou zijn?
 - Bv. meer lead genereren: hoeveel denk je dat dit op maandbasis zal zijn?
- Tip: nog iets meer focussen op **welke ‘pijnpunten’ de chatbot bij de klant weg neemt op dit moment tov bestaande oplossingen**
 - Bv. waarom vindt gebruiker niet makkelijk 24/7 antwoorden op de site via FAQ
 - Bv. waarom kan een dealer locator via chat beter werken
- Denk ook na over **‘alternatieve’ oplossingen** bv. verbeteren van de zoekfunctie op de site (obv NLU/NLP), dealer locator prominenter op site plaatsen, conversational forms gebruiken,....



Meerwaarde

Voor de klant

- In welke taken zal de chatbot de klant ondersteunen?
- Wat is het voordeel voor de klant om met een chatbot te werken in vergelijking met hoe de klant nu naar oplossingen zoekt?
- Wat is er mis met de huidige werkwijzen?

Voor de organisatie

- Op welke commerciële opportuniteiten wil je inspelen met de chatbot?
- Worden er extra commerciële resultaten verwacht? Klantentevredenheid? Klantenretentie? Klantenwerving? Extra verkoop?
- Is concurrentiële druk de trigger geweest voor het chatbot initiatief? Moet je volgen? Wil je een leider zijn?
- Welke organisationele pijnpunten zal de chatbot verhelpen?
- Wat kan er gerealiseerd worden met de vrijgekomen (personeels)ruimte?

MERKRELATIE

- Vul hier de **chatbot persoonlijkheid** goed in, niet enkel ‘professioneel, doeltreffend, efficiënt’ → **concreter**
- **Visualiseer de chatbot** en definieer de ‘persoonlijkheid’:
 - Foto of icoon? Persoon of artificële look?
 - Naam van de bot? In verschillende talen zelfde of niet?
 - Grappig en informeel VS Formeel en zakelijk
- **Best practice:** menselijk aanvoelen = een kwinkslag, wat humor nodig en ‘leuk antwoorden’ op zaken die bot (nog) niet kan
- Dit is een eerste aanzet, kan **altijd later nog aangepast worden obv expertise chatbot partner, klanten inzichten,....**
- **Tip:** voeg beelden van leuke voorbeelden, leuke concepten, zaken die jij goed vindt toe (= **Lighthouse Demo Concept**)



Merkrelatie

- Welke merkelementen willen we meegeven aan de chatbot? Welke naam krijgt de chatbot? Een woordspeling op het merk? Een naam van de oprichter, merkambassadeur, ... ?
- Welke vorm zal de chatbot aannemen? Mens? Mannelijk, vrouwelijk? Een bepaalde categorie medewerker? Een specifiek beroep? Of een robot, dier, abstracte vorm, geen vorm?
- Welke kleurenpalet willen we inzetten? Merkkleuren? Of kleuren die bepaalde emoties oproepen? Toon en persoonlijkheid? Vrolijk, speels, hulpvaardig, onderzoekend, ernstig, zakelijk...?

KANALEN

- Vergeet zeker **het aantal talen niet**. Tip: **faseer dat ook - concentreer je eerst op 1 taal (leren, optimaliseren, feedback)** → dan uitbreiden naar meerdere talen
- **Aantal kanalen** (FB messenger, Whatsapp, Website, ...) bepaalt vaak ook de kost + ook workload. Tip: **faseer dit ook per taal**
- Type toestellen en schermen zijn ook belangrijk voor de beleving en de implementatie technisch
- Interessante piste van Floorify:
 - **OPTIE 1: Chatbot werkt volledig zelfstandig zonder menselijke interactie**
 - **OPTIE 2: Combinatie chatbot met live chat:**
 - **OPTIE 3: Live chat met chatbot als *smart agent/assistant***

→ **Mogelijkheid van optie 3 over naar optie2 van zodra bot intern voldoende vertrouwen wint en goed werkt....heel goed idee!**



Kanalen

- Op welke kanalen zal de chatbot beschikbaar zijn? Eigen website? Ingebed in een bestaande app? Als aparte app? Via sociale media?
- Via welke toestellen moet de chatbot toegankelijk zijn? Laptop/Desktop? Mobiel? Klein scherm of groot scherm? Welke taalmodaliteiten gaat de chatbot kunnen inzetten?
- Welke talen? Moet de klant de taal kiezen? Herkennen? Geschreven taal? Getypt? Handschrift?
- Gesproken taal? Spreken? Luisteren?
- Zal er een handover naar een medewerker mogelijk/noodzakelijk zijn? Via welk kanaal wordt dat dan verder afgehandeld? Chat? Mondeling gesprek? E-mail? Formulier?



KLANTEN

- Beschrijf uw **type persona's zo goed mogelijk**, eventueel d.m.v. een **Persona oefening**: regio, taal, geslacht, leeftijd + **noden/behoefte/wensen** goed in kaart brengen
- Dit kan ook door middel van een **Waarde Propositie oefening** voor 1 of meerder persona's:
 - Jobs to be done,
 - Hindernissen/risico's chatbot gebruik
 - Voordelen chatbot gebruik
- **Tip**: gebruik **Web Analytics, CRM data en/of doe een gebruikersonderzoek (online survey)** om bepaalde intenties, noden, hindernissen in kaart te brengen **VOORDAT** je begint (cfr Stappen Plan)



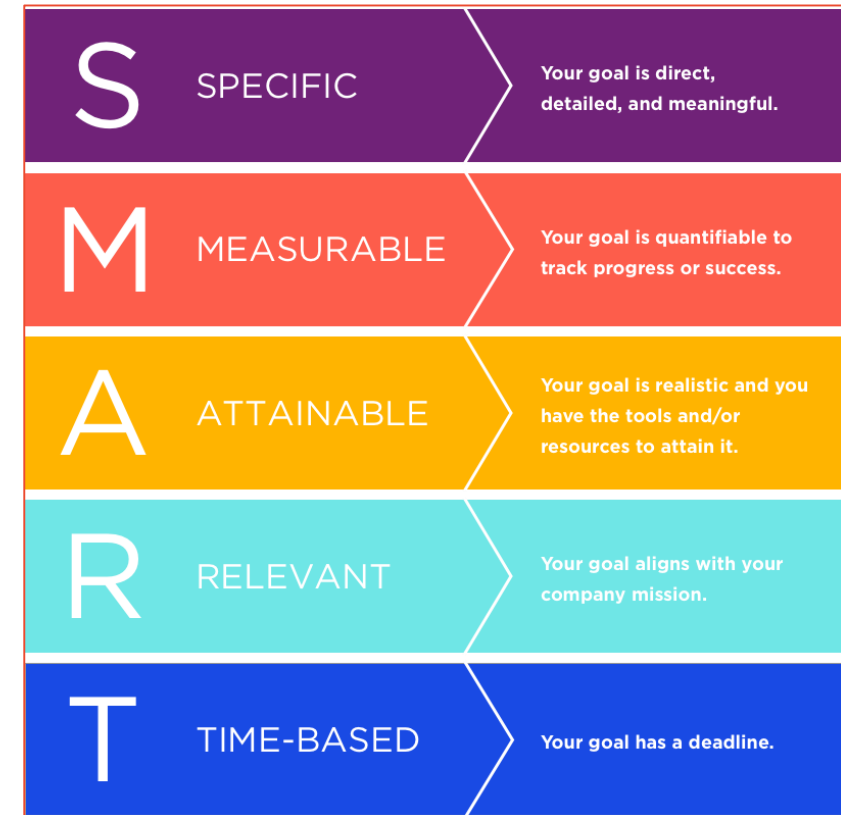
Klanten

- Welke klantengroepen proberen we te bereiken? Man/vrouw, leeftijd, locatie, opleidingsniveau, moedertaal, ...
- Zijn ze al klant? Of kunnen het nog prospecten zijn?
- Welke aanleidingen zullen de klanten hebben om de chatbot te gebruiken? En welke emoties gaan daarmee gepaard? Zijn ze uitgelaten? Onderzoekend? Gefrustreerd? Gestresseerd? Gehaast?
- In welke context zullen de klanten gebruik maken van de chatbot? Thuis, op het werk, onderweg, op café? Achter een laptop/desktop of met een mobiel toestel? Op een rustige plaats of in een lawaaiige omgeving?
- Hoeveel klanten zullen per dag van de chatbot willen gebruik maken?



RESULTATEN EN INKOMSTEN

- Tracht deze zoveel mogelijk **SMART** te definiëren (Specific, Measurable, Achievable, Realistic & Time based)
 - Minder tijd beheer mailbox: hoeveel schat je deze tijdsbesparing in per dag/maand over 1 jaar?
 - Aantal gebruikers per dag/maand in de chatbot
 - Meer leads binnen halen: hoeveel zijn dat er per dag extra? Per maand?
- Kan je dit ook omzetten naar **specifieke bedragen**? Hoeveel is 1 uur tijdsbesparing waard? Hoeveel is een extra lead waard? Hoeveel extra omzet zal je genereren? → belangrijk voor ROI-calculatie
- Vergeet ook niet een aantal ‘**Chatbot-specifieke resultaten/doelstellingen** te bepalen’:
 - Aantal gebruikers per dag/maand → belangrijk voor chatbot kosten en platform keuze
 - Aantal tevreden gebruikers (bv. rating van min 4 op 5 op einde van conversatie - cfr video call rating)
 - Aantal succesvolle dialogen zonder tussenkomst van een human agent
 - Aantal antwoorden met een ‘betrouwbaarheids score’ van minimaal 85%





INZET EN KOSTEN

- Niet makkelijk om dit nu volledig te doen → afhankelijk van:

- Kosten platform (opzet en maandelijks)
- Verwachte volumes (aantal gebruikers, aantal kanalen, aantal agents)
- Integraties met andere systemen en andere functionaliteiten
- Full service opzet en beheer vs eigen personeel inzet
- Aantal talen
- Aantal acties (flows) die de bot moet opvangen

→ Belang van een goede en concrete invulling van dit canvas

→ Belang van een goede fasering m.b.t. acties, functionaliteiten, kanalen,...

= BASIS voor een goede marktbevraging en heldere, volledige offertes per fase

Bedrijfsnaam

OFFERTE

(Bedrijfs)naam klant
Postadres + nummer
1234 AB PLAATSNAAM

Offertedatum: DD-MM-YYYY
Geldig t/m: DD-MM-YYYY
Offertenummer: XXXXX

Aantal	Omschrijving	Stuksprijs	BTW	Bedrag excl. BTW
6	Product omschrijving	79,95	2	479,70
5	Arbeidskosten	35,00	2	175,00

BTW	BTW%	Grondslag	BTW bedrag	Totaal excl. BTW	654,70
0	0%	0,00	0,00	Totaal excl. BTW	654,70
1	6%	0,00	0,00	Totaal BTW	137,49
2	21%	654,70	137,49	Te betalen	€ 792,19

Voor akkoord:

----- handtekening en naam

Bedrijfsnaam T: 0000 - 00 0000 KvK nr: 0000000000
Postadres en nummer M: 00 - 000 00 000 Btw nr: 0000000000
Postcode en VESTIGINGSPLAATS E: info@uw-bedrijf.nl Rek nr: 0000000000

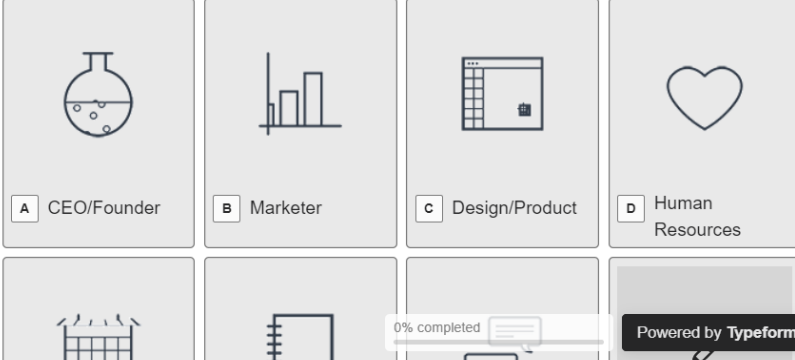
Op al onze aanbiedingen en leveringen zijn onze algemene voorwaarden van toepassing. Deze kunt u lezen en downloaden van onze website.

EVENTUELE TOEVOEGINGEN

- **Risico's** voor organisatie & klanten in kaart brengen
- **Alternatieve oplossingen** voor bepaalde acties/meerwaarde/functionaliteiten:
 - Conversational forms (Typeform,....)
 - NLP/NLU powered zoekfuncties op een site
 - Robotic process automation
 - NLP/NLU engine voor email-analyse, e-mail antwoorden formulieren,..
- **Input & conclusies vanuit klanten/gebruikers bevestigingen** om bij te sturen
- **Bijkomende oefeningen** die nuttig zijn:
 - Waarde propositie model van Osterwalder: meerwaarde, hindernissen, voordelen in kaart brengen
 - Customer journey mapping voor een chatbot gebruik: beschrijven van de chatbot flows
 - Persona oefening: type gebruiker(s) visualiseren

1 → Let's see what's **possible** with a typeform.

Pick the role that best fits you. I'd like to personalize the experience for you.



A screenshot of a Typeform survey. The survey asks the user to pick a role that best fits them. There are four options: A CEO/Founder (represented by a flask icon), B Marketer (represented by a bar chart icon), C Design/Product (represented by a computer monitor icon), and D Human Resources (represented by a heart icon). A progress bar at the bottom indicates 0% completed. The Typeform logo is visible in the bottom right corner.

b. What would you like to do now?

A See another example

B Wrap it up

67% completed

Powered by Typeform

2. BESLISSINGSWIJZER TECHNISCHE OPTIES & PARTNERS

TECHNISCH SPEELVELD & BESLISSINGSWIJZER

Slides van Lynn

3. AANPAK ROI CALCULATOR (JELLE)

ROI-CALCULATOR AANPAK & INPUT (JELLE)

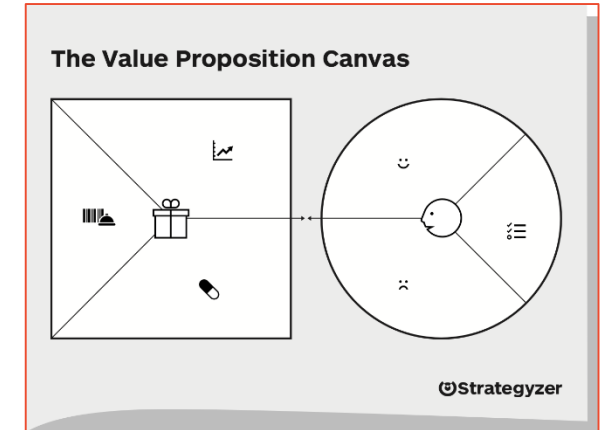
Overschakelen naar slides/demo van jelle

4. STATUS UPDATE, STAPPENPLAN & DELIVERABLES

KORTE UPDATE & STATUS



1. Begin juni: beslissing TETRA subsidie bij VLAIO
 - **Indien ok:** focus op early adoptors, technische partners, uitwerking POC's en bijkomende tools (bv. dialoog scenario's,)
 - **Indien niet ok:** enkel PWO activiteiten en opleveringen doen tot na de zomer + mogelijkheid tot bijkomende 1-op-1 ondersteuning op aanvraag
2. Ondertussen focus op PWO activiteiten (zie volgende slides)



NEXT STEPS STAPPENPLAN



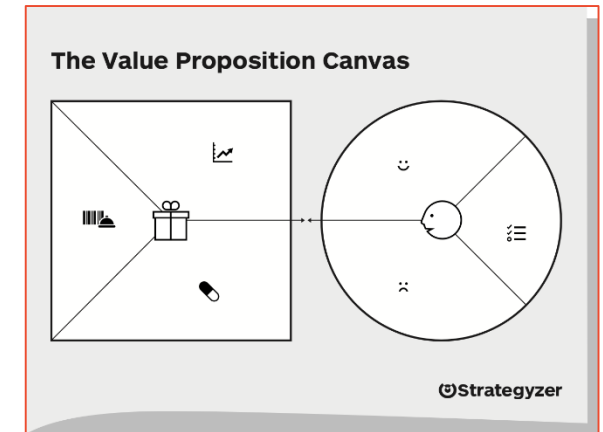
BEVRAAG UW KLANTEN & GEBRUIKERS

- Inzichten verwerven in wensen/noden/behoefte & attitudes van uw klanten + betrokken werknemers
- Wenselijk? Support nodig?

VERDER VERFIJNEN BUSINESS CANVAS:

- Extra tools aanleveren zoals waarde propositie, persona, customer journey, impact-effort mapping,....
- Eventueel resultaten bevraging gebruiken om Canvas te verbeteren/aan te vullen

→ Wenselijk? Support nodig?



NEXT STEPS STAPPENPLAN

BESLISSINGWIJZERS en ROI CALCULATIE

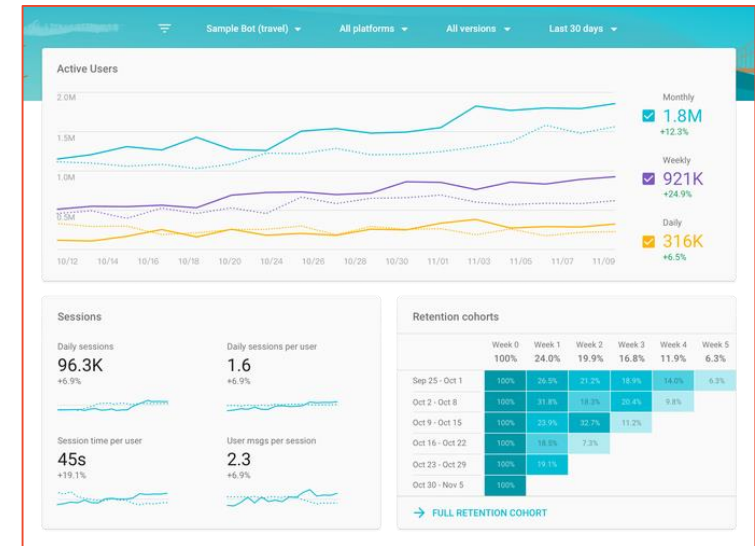
- Chatbot Technologie Beslissingswijzer (Thomas More)
- Beslissingsboom alternatieve oplossingen (Thomas More)
- Offerte-aanvragen op basis van een SMART ingevuld canvas → akkoord om deze te delen obv jullie aanvragen?
- Inzicht in kosten + Impact/Effort analyse → bepalen van MVP
- ROI-calculatie (Thomas More)

CHAT BOT TESTING & GO LIVE

- Go live checklist (kanalen, gebruikers, welkom tekst, planning, promotie, monitoring,....) (Thomas More)
- Chatbot Key Performance Indicatoren overzicht (Thomas More)

Please make a copy of this spreadsheet before using it (File - Make a copy)

Without a chatbot		With a chatbot	
Input			
Support team size		25	
Avg. cost per staff	£18,000.00	£450,000	
Monthly team cost		£37,500	
Max. hours per week	37	3,700	
Workload			
Monthly enquiries (Emails, Calls, Tickets)		60,000	
Target enquiries resolved per staff per hour		11	
Are your resources enough?			
Min. working hours required		5,455	
Min. monthly cost		£55,283	
Assuming we reduce enquiries by 45.00%			
Monthly budget saved			
£298,526			
Monthly time saved			
29,455			
Contact us instead:			
Bradley Lawrence, head of sales			
Online form			
Freephone			



5. BIJKOMENDE VERWACHTINGEN, VRAGEN OF OPMERKINGEN?