



Kokemukset chatbotin käyttönotosta

01

Askel 1: Kaiken pitää lähteä bisneksestä

Lähtökohtana tulisi olla aina bisnes
ja sen tarpeet

Projektimiehitys

Projektilla pitää olla johdon
mandaatti mutta vapaat kädet

06

Askel 2: Teknologia astuu kuvaan

Dataa ennen ja jälkeen

Segmentointi

Järjestelmäintegraatiot

10

Askel 3: Jatkuva kehittäminen

Bottikuiskaajat apuun

Pidemmän ajan roadmap

Askel 1: Kaiken pitää lähteä bisneksestä

Chatbotia kohdellaan helposti hankkeena, jossa kootaan ensin yrityksestä eri osastoilta konklaavi ihmisiä ja sovitetaan kalenterit yhteen. Kun aikoja on löytynyt, lähetetään chatbot-toimittajille palaverikutsu ja oletetaan, että palaverin jälkeen sähköpostissa on chatbot-tarjous.

Chatbotia saatetaan kohdella myös IT-hankkeena, jolloin sen ostamista mietitään samoin kuin mitä tahansa tietojärjestelmää.

Nämä kaksi lähestymistapaa ovat valitettavan yleisiä, sillä kokemuksemme mukaan kotityöt on jätetty tekemättä ennen chatbot-järjestelmän harkintaa. Harva teknologiatoimittaja on liiketoiminnan asiantuntija, ja vaikka chatbotia pidetään yleensä teknologisenä valintana, **tarvitaan liiketoimintaymmärrystä paljon enemmän kuin usein alussa tajutaan.**

Jos chatbotia kohdellaan IT-ratkaisuna, mietitään helposti kärkiajatuksena tietoturvaa esimerkiksi teemalla että “chatbotin pitää pyöriä omasta konehuoneesta, koska sen kautta käsitellään arkaluontoista tietoa”. Turvallisuus on tärkeää, mutta ei chatbot ole olemassa vain ollakseen turvallinen. Ensin pitää miettiä, että miten chatbot hyödyttää organisaatiota.

Chatbotille saatetaan myös asettaa myös ominaisuustoiveita: olisi kiva, että se olisi keskusteleva. Sitten pitää vain päättää, mistä se keskustelee.

Jotta voit välttää teknologialähtöisyyden ja muut sudenkuopat, kokosimme tähän niitä asioita, joita olemme oppineet työskennellessämme chatbotien parissa.

Lähtökohtana tulisi olla aina bisnes ja sen tarpeet

Chatbotin kohdalla tulisi lähteä liikenteeseen siitä, että mikä bisneshaaste halutaan botin avulla ratkaista? Eli miettiä aidosti liiketoimintaa tukevia ratkaisuja. **Chatbotia ei siis voi ostaa kaupan hyllyltä**, vaan se räätälöidään sekä käytettävyydeltään että teknologisilta ratkaisuiltaan.

Chatbotia saatetaan harkita myös siinä vaiheessa, kun yritetään korjata muualla tapahtuneita virheitä. Jos verkkosivuston käyttöliittymästä tuli susi käytettävyyden ja tiedon löydettävyyden kannalta, parannetaan botin käyttönotolla oiretta eikä sairautta.

Halutaanko chatbotin avulla lisämyyntiä vai resurssien säästämistä? Jos esimerkiksi halutaan automatisoida asiakaspalveluprosessia, voidaan teoriassa odottaa että chatbotin käyttöönoton myötä asiakaspalvelun puhelujen määrä laskee.

Kuitenkin, jos puhutaan asiakaspalvelun tehostamisesta, ei voida vetää yhtäläisyysmerkkejä että chatbot on automaattisesti tehokkaampi. Tästä hyvä esimerkki on yrityksen sisäisten IT-järjestelmien hitaus tai kankeus. Vaikka yritys pyrkisi tehostamaan asiakaspalvelua chatbotin avulla, jää saavutetut hyödyt marginaalisiksi, jos yrityksen omat sisäiset IT-järjestelmät hidastavat palveluprosessia.

Lisäksi tulee ottaa huomioon, että **chatbot-projektiin liittyy paljon piilokuluja** - chatbot-hankinnan hinta ei tarkoita vain sitä hintaa, joka chatbot-toimittajalle maksetaan. Chatbot-valmius vaatii yritykseltä paljon sisäisiä toimenpiteitä jotka vaativat sekä työaika että muiden työkalujen käyttöä. Tämän vuoksi projektiin tulee resursoida tarpeeksi henkilötyöaika!

Toisaalta chatbot mahdollistaa myös asiakkaan palvelemisen aivan uusin tavoin.

Chatbotin avulla voidaan laajentaa palveluaika ympärivuorokautiseksi ja kerätä liidejä tai auttaa verkkokaupan asiointiin pulmatilanteissa öisinkin.

Projektimiehitys

Projektiin kannattaa ottaa bisnespuolen lisäksi sekä teknologiaosaajia että asiakaspalveluhenkilöstöä. **Asiakaspalveluhenkilöstöllä saattaa usein olla pelkoja siitä, että chatbot vie heidän työpaikkansa.**

Kuitenkaan chatbot ei tule korvaamaan ihmistyövoimaa ikinä täysin ja chatbotin myötä asiakaspalveluhenkilöstön aika vapautuu rutiinitehtävistä haastavimpiin ja yleensä mielenkiintoisempiin asiakaspalvelutehtäviin. Asiakaspalveluhenkilöstöllä on myös paljon hiljaista tietoa yrityksen asiakkaisiin, tuotteisiin ja palveluihin liittyen. Tätä tietoa kannattaa hyödyntää chatbotia rakennettaessa.

Kun projektiin ryhdytään, kannattaa pitää huolta siitä, että mukana olevilla on rauha tehdä työtään. **Jos tekijöille tippuu jatkuvasti yrityksen eri osastoilta pyyntöjä toteuttaa ne, nämä ja nuo ominaisuudet, ei botti tule ikinä valmiiksi.**

Projektilla pitää olla johdon mandaatti mutta vapaat kädet

Oletko johtaja? Sinun roolisi on rohkaista. Vaikka et olisi itse hankkeessa mukana, sinun tulee luoda avoin ilmapiiri. Sinun tulee korostaa hankkeen tärkeyttä, mutta antaa vapaat kädet toteuttavalle taholle, joka on päivittäisessä liiketoiminnassa kiinni. **Älä aseta heti projektin alussa reunaehdoja, jotka estävät innovoinnin projektin edetessä.**

Tästä päästäänkin chatbotin haastavimpaan asiaan: **ongelman tulee olla bisneslähtöinen, mutta ei kannata lyödä lukkoon valmiita ratkaisuja**, sillä kokemuksemme mukaan matkan varrella tulee aina yllätyksiä niin hyvässä kuin pahassakin.

Positiiviset yllätykset tarjoavat prosessissa syntyneiden ideoiden avulla mahdollisuuden palvella asiakasta tavoilla, joita ei projektin alussa osattu kuvitellakaan. Vaikka alussa on konkreettisia ideoita siitä, miten chatbotilla pystytään tehostamaan toimintoja, voi aluksi olla myös vain aavistuksia siitä, millä muilla tavoilla botti voisi auttaa. Tärkeää onkin siis organisaation mukaan heittäytyminen kehitykseen.

Kokemuksemme mukaan johdon tuki saa ihmiset keksimään todella huikeita ja toteuttamiskelpoisia ideoita, mutta se vaatii avointa ilmapiiriä ja luottoa prosessiin ja toimittajiin.

Tämä on usein vaikeaa isoille organisaatioille, jotka odottavat ennustettavuutta. Chatbot-hankinta ei ole CRM:n ostamista vaan se on ikään kuin ravintolan keittiön rakentamista, jossa ei vielä ihan tiedetä, millaisia ruokia siellä tullaan kokkaamaan. Fyysinen keittiö on integraatiot kaikkiin muihin järjestelmiin ja bottityökalut (esimerkiksi chatbot editor) keitoksen mausteita. Mitä valmiimpi organisaatio on joustavaan toimintamalliin, sitä paremmin chatbot-projekti etenee.

Epämiellyttävät yllätykset liittyvät usein siihen, millaista dataa tarvitaan ja kauankoko sen keräämisessä menee. Ylipäänsä **chatbot-projekteissa kestää ylipäänsä paljon pidempään kuin mitä yrityksissä oletetaan**.

Mutta valmistautumalla datan keräämiseen ollaan jo askeleen lähempänä valmista bottia.



5 pientä asiaa, joista voi tulla isoja ongelmia

1.

Chatbot-projektilla ei ole johdon oikeaa mandaattia. Chatbotia käsitellään "olisi kiva tehdä"-asenteella, mutta kun työhön pitää ryhtyä, katoavat budjetit.

2.

Lopputulema on **lyöty ennalta lukkoon.**

3.

Bottia lähestytään **tietoturva tai teknologia edellä**, ei bisneslähtöisesti.

4.

Chatbotin odotetaan olevan kuin **mikä tahansa tietojärjestelmähanke**

5.

Monimutkainen botti halutaan käyttöön **nopealla aikataululla.**

Askel 2: Teknologia astuu kuvaan

Kun bisneksen tavoitteet on määritelty, ollaan jo lähempänä teknologisen ratkaisun päättämistä. Millainen botti palvelisi tarkoitusta mahdollisimman hyvin? Auttaisiko niin sanottu "tyhmä kliksettubotti"? Sen avulla päästään testaamaan onko lähestyminen ok, mutta ei siinä ole tekoälyä yhtään.

Jos halutaan lisää älyä esimerkiksi luonnollisen kielen käsittelyä, vaatii se syvälistä ymmärrystä siitä mikä chatbotin rooli loppupeleissä on. Tällöin taustalla on jokin iso data, jota pitää pystyä hyödyntämään niin, että botti voidaan opettaa tunnistamaan kävijän tarve sekä sen perusteella tuottamaan tai hakemaan vastauksen

Dataa ennen ja jälkeen

Chatbotin rakentamiseen tarvitaan siis dataa sekä ennen botin käyttöönottoa että sitten kun chatbot on tositoimissa.

Ennen botin käyttöönottoa tarvitaan dataa siitä, millaisissa tilanteissa botista olisi eniten hyötyä. Hyvä paikka lähteä liikenteeseen on analysoida sitä, mitkä ovat 10 yleisintä syytä siihen, että asiakas ottaa yhteyttä asiakaspalveluun. Tai esimerkiksi miten asiakaskontaktin käsittelyaika jakaantuu (onko esimerkiksi 90% ajasta keskustelua asiakkaan ongelman ymmärtämiseksi ja 10% asian korjaamista vai päinvastoin).

Tällaista dataa tarjoavat esimerkiksi asiakaspalvelun nauhoitetut puhelut. Jotta niitä pystytään analysoimaan, tulee ne ensin konvertoida tekstimuotoon erillisellä työkalulla. Vasta tämän jälkeen niistä voidaan suorittaa tekstianalyysi, jotta nähdään, mitkä tilanteet aiheuttavat eniten pulmia.

Verkkokaupassa bottia voi käyttää esimerkiksi autoon sopivan varaosan etsimisessä tai lisämyynnissä. Lisäksi chatbotia voi hyödyntää esimerkiksi kassalle ohjaamiseen ja kesken jääneistä ostoskoreista muistuttamiseen.

Myös chatbot tarvitsee dataa, josta se hakee tietoa. Mitä tällainen data sitten on? Ensiksi tulee miettiä, onko data jo olemassa, vai pitääkö sitä alkaa kerätä. **Tietoa saatetaan myös kerätä eri taustajärjestelmistä, jolloin se pitää saattaa yhtenevään muotoon sekä indeksoida.**

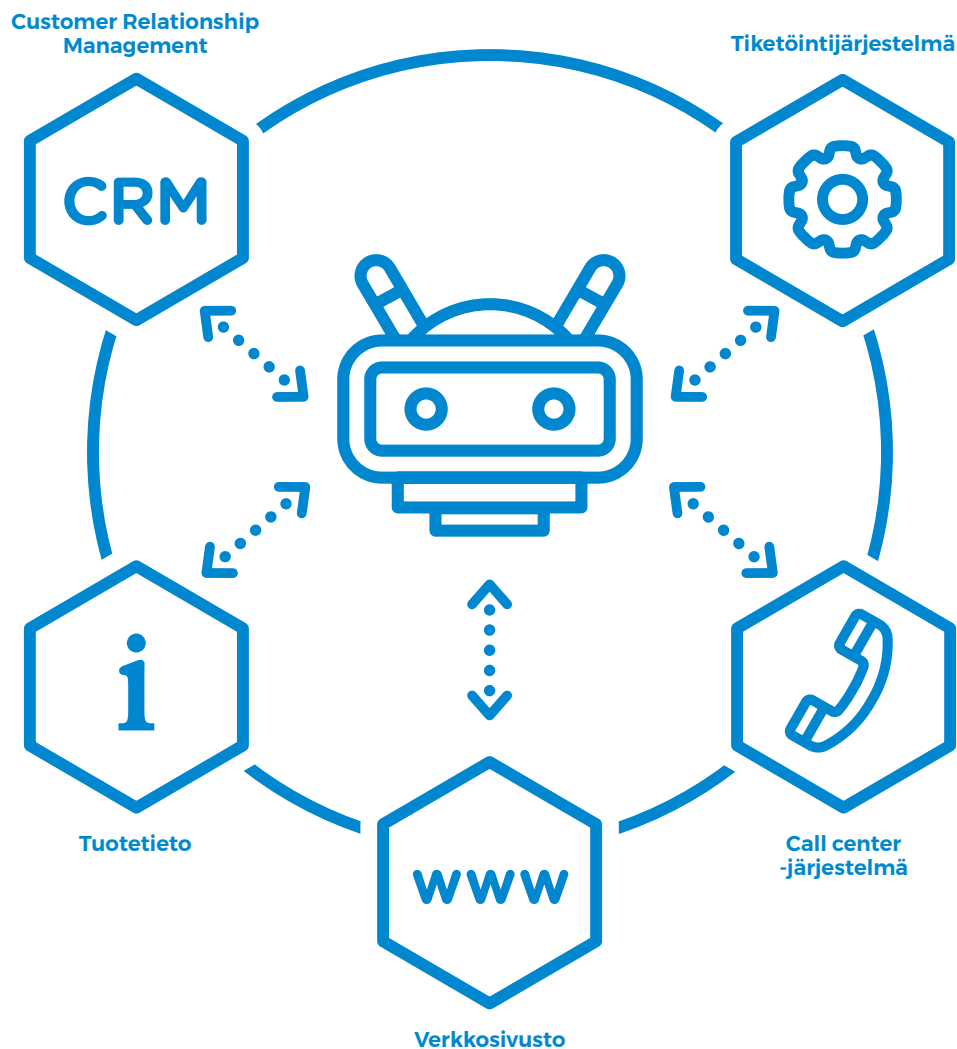
“Tyhmä klikuteltava botti” ei osaa vastata kuin rajalliseen määrään kysymyksiä. Missä vaiheessa tarvitaan luonnollisen kielen botti?

Segmentointi

Näytetäänkö bottia kaikille? Chatbotia rakennettaessa tulee myös miettiä, mikä tai mitkä ovat ne asiakassegmentit, joille botti näytetään. Nämä segmentit voidaan valita esimerkiksi käyttäytymisperusteisesti tai selattujen sivujen sisällön mukaan.

Järjestelmäintegraatiot

Chatbotin rakennusvaiheessa tulee myös miettiä sitä, mihin kaikkiin järjestelmiin se integroituu. Toimiiko integraatio kaksisuuntaisesti eli noutaako ja lähettääkö botti dataa, vai vain yhteen suuntaan?





5 pientä asiaa, joista voi tulla isoja ongelmia

1.

Bottiprojekti aloitetaan **teknologiaavainnoilla**, ei tärkempien käyttökohteiden selvittämisellä.

2.

Datalähteiden selvittämiseen ja analysointiin ei ole **resursoitu työvoimaa**.

3.

Bottia ostettaessa ei oteta huomioon **järjestelmäintegraatioita**.

4.

Chatbot pyritään rakentamaan **"kaikkea kaikille ja heti"**-mallilla.

5.

Jokin tärkeä osallistujataho jätetään alun **keskustelujen ulkopuolelle**.

Askel 3: Jatkuva kehittäminen

Chatbotia ei kannata ajatella pisteestä a. alkavana ja pisteeseen b. loppuvana projektina, vaan prosessina, jossa opitaan ja kehitetään koko ajan.

Koska chatbotia ei voi rakentaa kaikkea kaikille -mentaliteetilla, tulee aluksi botin käyttö rajata johonkin tiettyyn ongelmaan tai kohderyhmään. Kun pilotointi on tehty, koostetaan projektin tärkeimmät opit ja joko laajennetaan bottia uusille alueille tai hiotaan edellisiä prosesseja vielä paremmiksi.

Bottikuiskaajat apuun

Chatbot palvelee huonosti, jos sitä ei jatkossakin "kouluteta" varmistamaan esimerkiksi että taustalla oleva data ei happane. Hyvänä esimerkkinä tästä on uusien tuotteiden lisääminen yrityksen valikoimaan. Botti ei tästä lisäyksestä tiedä, ellei hänelle siitä kerrota. **Chatbot tarvitsee siis ihan yhtäläillä "koulutusta" siinä missä ihmisetkin.**

Moni yritys käyttää bottikuiskaajia. Bottikuiskaajan tehtävänä on käydä läpi chatbotin kautta käytyjä keskusteluja ja päättää, onko botti osannut vastata kysymyseen vai ei.

Pidemmän ajan roadmap

Chatbot-projekti on tyypillistä aloittaa “klikuteltavalla” botilla ja kun se on saatu rakennettua toimivaksi, voidaan kehityssuunnitelmassa astua seuraavaksi eteenpäin luonnollisen kielen käyttöön. Tällöin bottiin lisätään vapaatekstihakukenttä, jonka avulla botti voi hakea monimutkaisempia tietoja tai “skipata” klikuttelubotin vaiheita.

Oleennaista bottiprojektin onnistumiselle on se, että yritys lähtee liikenteeseen ja oppii matkan varrella koko ajan. Teorialla voi viisastella loputtomasti, mutta vain kokemusten kautta voi ohjata tilannetta oikeaan suuntaan. **Chatbot-projektissa joudutaan tekemään loputtomasti päätöksiä lennossa, joten valitsemalla hyvät kumppanit ja taitavat tekijät voi projektiin heittäytyä.**



5 pientä asiaa, joista voi tulla isoja ongelmia

1.

Chatbotia **käsitellään projektina**, jossa on selkeä alku ja loppu.

2.

Bottia ei **kouluteta**.

3.

Taustalla oleva **data päästetään happanemaan**.

4.

Informaatiota säännöstellään ja chatbot-toimittajan ei anneta toimia aidossa yhteistyössä asiakkaan työntekijöiden kanssa.

5.

Johdolla **ei ole luottoa** prosessiin.

Näin rakennat raivostuttavan botin

1.

Valitse ensin teknologia ja mieti vasta sen jälkeen käyttökohteita.

2.

Rakenna botti vastaamaan heti kaikkiin kysymyksiin.

3.

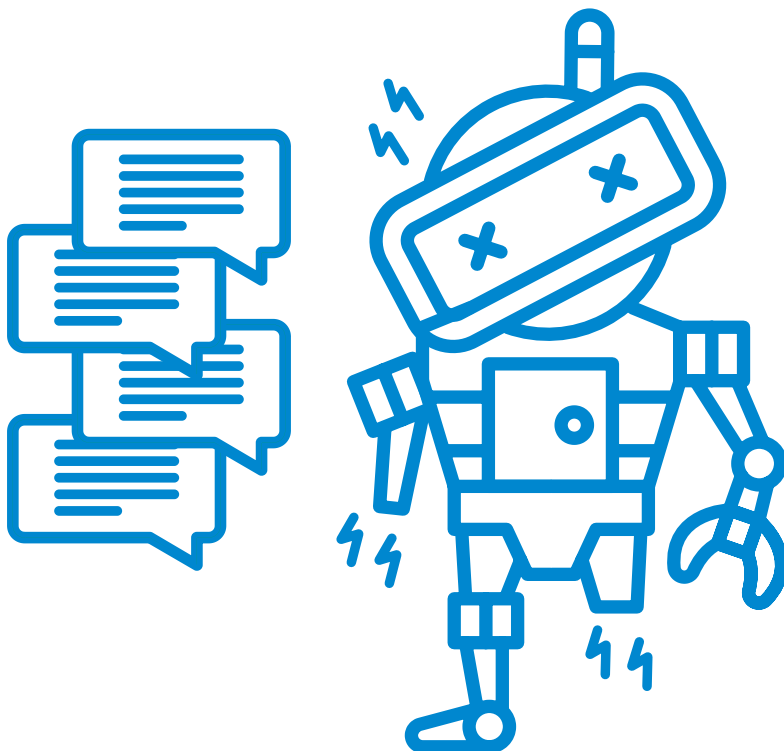
Priorisoi kehitysprojekti yrityksen sisäisen hierarkian, ei asiakkaan tarpeiden mukaisesti.

4.

Päätä lopputulos etukäteen.

5.

Kiirehdi projektia.



10 askelta sujuvaan chatbot-projektiin

1. Määrittele se ongelma, jonka chatbot ratkoo

2. Ota mukaan tarpeelliset henkilöt eri osastoilta

3. Priorisoi kehityskohteet - aluksi ei kannata pyrkiä tekemään kaikkiin kysymyksiin vastaavaa bottaa

4. Yhdenmukaista datalähteet

5. Selvitä rajapinnat

6. Valitse tarpeitasi tukeva teknologia ja joustava toimittaja

7. Rakenna chatbot ja muuta tarvittaessa suunnitelmia matkan varrella

8. Julkaise ja testaa

9. Analysoi

10. Kehitä ja kouluta, sekä bottaa että ihmisiä

Sanasto

Bottiflow

Bottiflow on koostuu ennalta määrätyistä tilanteista, joiden läpi asiakas kuljetetaan. Bottiflow koostuu siis useista erilaisista "asiointiputkista".

Chatbot editor

Chatbot editor on työkalu, jonka avulla erilaiset bottiflow't voidaan määritellä ja visualisoida. Tämä auttaa erilaisten asiakaspalvelutilanteiden hahmottamisessa.

Conversational UI, conversational platform

Verkkopalveluista pyritään tekemään yhä enemmän kävijän näköiseksi räätälöityjä, jotta käyttäjää saadaan sitoutettua. Chatbot on yksi "keskustelullisen käyttöliittymän" ilmenemistavoista.

Facebook Messenger chatbot

Facebook Messengerin päälle rakennettu chatbot, joka auttaa esimerkiksi ravintolan pöytävarauksessa tai ruokalistatiedusteluissa.

Integraatio

Bottia ei kannata rakentaa pyörimään yksinään, vaan se kannattaa yhdistää eli integroida erilaisiin järjestelmiin. Integraatiot toteutetaan rajapintojen (API) kautta, jolloin botti noutaa ja/tai lähettää tietoa eri järjestelmiin. Yleisimmät integraatiot ovat esimerkiksi asiakastietojärjestelmiin (CRM), tuotetietoon ja asiakaspalvelujärjestelmään.

Luonnollinen kieli, NLP (Natural Processing Language)

Luonnollisella kielellä tarkoitetaan chatbotien yhteydessä sitä, että kone ymmärtää puhuttua kieltä. Luonnollista kieltä ymmärtävässä chatbotissa voi olla vapaateksti-kenttä, johon käyttäjä voi kirjoittaa ongelmansa.

Haluatko hoitaa bottihankkeen kunnolla?

Ota yhteyttä, ja kerromme asiakkaidemme parhaista kokemuksista chatbotin käyttöönotossa.



Antti Vasala

antti.vasala@lekane.com

+358 (0)44 544 6774