

# Digitale vraagbaak weet het vaak niet

**D**ankzij AI (Artificial Intelligence) tik je in no-time een hele scriptie of zelfs een boek. Waarom moeten chatbots die worden ingezet als de klant een probleem heeft, dan nog zo vaak het antwoord schuldig blijven op een simpele vraag? Zelfs nu wereldwijd de uitgaven aan chatbots exponentieel stijgen naar ruim 140 miljard euro?

door **Koen Nederhof**

Het is een bekende frustratie: chatbots die als eerste-lijns klantenservice worden ingezet, maar van toeten nog blazen weten. Leveringsprobleem? „Ik snap niet wat je bedoelt.” Bankpas van oma blokkeren? „Kunt u de vraag anders formuleren?” Vrijblijvend informatie opvragen over een laadpaal? „Voer uw klantnummer in.”

Zo'n route moet je zien als een goed door-dacht stroomdiagram, een model met talloze vertakkingen. De bot is vooraf geprogrammeerd om via vragen steeds specifiek de vraag van de klant te begrijpen. Als het antwoord niet bekend is, herkent de bot de vraag vermoedelijk ook niet. Dan loopt het gesprek spaak, of gaat de bot via aanvullende vragen proberen je alsnog te begrijpen. De betere chatbots trainen daarop met vragen die in de praktijk worden gesteld.

Hoewel de eerste chatbot uit de jaren 60 stamt, zijn de programma's die klanten helpen pas echt in zwang gekomen in het laatste decennium. Sterker nog, de verwachting in de industrie is dat de uitgaven aan chatbots door bedrijven stijgt van 2,8 miljard dollar in 2019 naar 142 miljard in 2024.

Toch wordt veel minder uitgegeven aan chatbots dan aan AI-programma's, zegt tech-expert Jan Scheele. „AI-programma's zijn de paradevaardjes van de techreuzen, en dat mag

wat kosten. De schatting is dat ChatGPT alleen al 40 miljoen per maand kost. Ze zijn gekoppeld aan de cloud, er is een geweldige infrastructuur voor nodig. Dat is wel wat anders dan een chatbot.”

## Script

De digitale hulp is dus vaak nog gebonden aan een script. Maar zelfs dan kan het misgaan. Als de chatbot het woord ruilen niet kent, geeft hij nul op het rekest als je ernaar vraagt. Vervangend product? Dat snapt-ie wel. Tegelijk gaat het ook mis als je bijvoorbeeld drie vragen tegelijkertijd stelt in een wollige constructie.

De consument heeft echter maar weinig begrip voor de beperkingen van de chatbot. Een Amerikaans onderzoek uit 2021 wees erop dat klanten liever 13 minuten wachten op een mens om hen te helpen dan dat ze met een chatbot praten. Zij die het wel proberen, vinden dat de chatbot onderpresteert als die hen niet binnen

47 seconden heeft geholpen. „Natuurlijk zijn er bedrijven die alle kosten wegbezuinigen en een bot hebben om de klant weg te jagen”, zegt Boter. Het leeuwendeel van de bedrijven, instanties en organisaties heeft betere intenties. En dus steken ze er veel geld in, zodat de bot de klant ook snapt als die een andere formulering



**Conversation designer Alice Boter: „Bij een standaardvraag werkt een chatbot vaak prima.”**  
FOTO MARISKE KRIJGSMAN

kiest. De chatbot wordt getraind, niet alleen door programmeurs, maar ook door taaldeskundigen, psychologen en servicedeskundigen.

Waar de eerste chatbots domweg dezelfde vraag bleven stellen, kunnen de slimme neefjes je wel begrijpen en zelfs anticiperen op context. En als hij er niet uitkomt, stuurt hij je naar een medewerker en vat hij gelijk even het gesprek voor diegene samen, zodat je niet alles opnieuw hoeft uit te leggen. Als de bot je wel kan helpen, kan hij ook proactief handelen. Oei, je wilde je bankpas blokkeren? Moet er dan ook een nieuwe komen, of moeten er betalingen worden gestorneerd?

## Hoeveelheid data

Maar zo goed als AI-programma's als ChatGPT zal een chatbot niet worden. Dat is ook logisch, legt Scheele uit. „Dat ligt aan de hoeveelheid data waarmee de chatbot kan worden getraind. Maar nog belangrijker: ChatGPT bijvoorbeeld kan

leren van honderden miljoenen gebruikers. Dat gaat lekker snel, dat heeft die bot van pakweg een Nederlandse verzekeraar niet.”

Er zijn wel kant en klare AI-chatbots voor bedrijven verkrijgbaar. Dat brengt nieuwe vragen met zich mee. Wat als die de controle nemen over het gesprek en je van alles aansmeren? Of de boer op gaan met je data?

Bedrijven willen bovendien weten welk antwoord de chathulp ongeveer gaat geven. Het is niet de bedoeling dat hij autonoom gaat zitten filosoferen of je naar de concurrent stuurt. „Bedrijven vinden data delen ook nog eens heel eng en mogen het wettelijk ook niet, terwijl juist dat nodig is om chatbots te trainen”, zegt Scheele. Anderzijds geven 4 op de 5 consumenten aan dat ze het prima vinden als data gedeeld wordt, als het programma beter wordt.

Een chatbot kan echter ook weer dingen die AI niet kan. Omdat jij bijvoorbeeld inlogt met je klantgegevens, kan de chatbot zien waarom je pakketje nog niet bezorgd is.

„Maar we werken al wel aan de toepassing van nieuwe vormen van AI onder de motorkap. Daardoor kan een chatbot een lange vraag bijvoorbeeld samenvatten en begrijpt hij je beter”, zegt Boter. Telkens kleine stapjes op weg naar betere service. „Ik ben heel hoopvol dat we meer mensen beter kunnen helpen. En dat de telefontist er dan blijft voor de moeilijke vragen, zonder lange wachttijden.”



© DE TELEGRAAF ILLUSTRATIE MARIUS STEENBERGEN