



Customer story

# Duurzame innovatie naar Conversational

Vattenfall gaat efficiënt de groene dialoog aan

# Inhoud

<b>1. Introductie</b>	<b>3</b>
<b>2. De uitdagingen</b>	<b>4</b>
<b>3. Conversational AI Cloud als oplossing</b>	<b>5</b>
3.1 Chatbot als versneller	
3.2 De toekomst is Conversational	
3.3 Chatbot Nina helpt, op ieder moment, waar je ook bent	
3.4 Blijf testen en innoveren	
3.5 Groene dialoog	
3.6 Proactief helpen	
3.7 Onmisbare elementen Conversational	
<b>4. De aanpak van Vattenfall</b>	<b>10</b>
4.1 Dedicated team van specialisten	
<b>5. Resultaten</b>	<b>12</b>

# 1. Introductie

Als toonaangevend energiebedrijf zet Vattenfall zich in voor een fossielvrij leven binnen één generatie. Om dit mogelijk te maken, gaan ze de dialoog aan. Alleen samen kun je dit bereiken. Met ongeveer 2 miljoen aangesloten huishoudens, wil Vattenfall zo efficiënt mogelijk bereikbaar zijn voor de klant.



Jorissa Neutelings startte de digitale stroomversnelling voor Vattenfall. Het begin van een duurzame innovatie naar een volledig Conversational bedrijf.

## 2. De uitdagingen

In 2016 start Jorissa Neutelings als Director Digital Innovation & IT bij Vattenfall. De digital maturity is op dat moment laag, er is werk aan de winkel. Het bedrijf is goed bereikbaar via telefoon, sociale media en Live Chat, maar met de stijging van het aantal contactmomenten groeit de vraag naar een schaalbare oplossing. Om klanten goed te kunnen helpen, altijd en overal, moet het roer om. Klantinteracties wil je op een goede, persoonlijke en financieel aantrekkelijke manier mogelijk maken. Bijvoorbeeld door de klant in staat te stellen om een groot deel zelf te kunnen regelen.

### De grootste uitdagingen op dat moment:

- **Geen één proces is volledig gedigitaliseerd**
- **Geen verbinding tussen de verschillende communicatiekanalen**
- **Geen integratie van verschillende softwaresystemen**
- **Geen centrale databron**

Dit betekent dat klanten Vattenfall kunnen bereiken via diverse kanalen, maar het werkt niet samen. Samenwerken met partners is niet gemakkelijk, aangezien er geen integratiestructuur voor de verschillende systemen staat. Doordat er meerdere databronnen zijn, kan de output voor de klant verschillend zijn. Stelt een klant een vraag in de app, dan kan het antwoord anders zijn dan bijvoorbeeld in de Mijn Nuon omgeving (Vattenfall heette Nuon tot 2019, red.)



# 3. Conversational AI Cloud als oplossing

Conversational AI blijkt de oplossing. Op termijn zelfs voor alle vier de uitdagingen. Met deze technologie ben je 24/7 bereikbaar voor je klanten via verschillende kanalen, net hoe jij het integreert. Doordat deze kanalen direct met elkaar verbonden zijn, creëer je je eigen 'single source of truth'. Alle conversational oplossingen gebruiken dezelfde data en geven dus hetzelfde antwoord, onafhankelijk van kanaal, plaats of tijd. Bovendien leert de technologie niet alleen van jouw input, maar ook van de gesprekken met klanten, medewerkers of prospects. Integreer je conversational oplossing met je eigen databases, platform en softwaresystemen om er nog meer uit te halen.

Vattenfall testte verschillende oplossingen: vijf chatbotsystemen, waarvan er geen één live is gekomen. Tot Conversational AI Cloud in beeld komt. De snelle livegang, geavanceerde technologie en continue innovatiemogelijkheden zijn belangrijke redenen om met Conversational AI Cloud aan de slag te gaan. Vattenfall implementeert Chatbot Nina op diverse plekken op de website en in de app. Tegelijkertijd wordt Conversational AI Cloud als interne kennisbank gebruikt. Het implementatieproces ging vlot. Chatbot Nina was binnen 2 maanden live. Inmiddels zijn we al 3 jaar succesvol partners, waarin ook Conversational AI Cloud is meegegroeid.



*“Een deel van Conversational AI Cloud is open source ontwikkeling. Dus als ik iets ontwikkel, is dat gunstig voor anderen, maar ook andersom. Je profiteert van wat andere bedrijven doen. Dit helpt om sneller te innoveren. Het zijn misschien wel concurrenten, maar je kunt er ook van leren”.*

- Jorissa Neutelings, Director Digital Innovation & IT, Vattenfall

[Home](#) > [Producten](#) > [Duurzaam advies](#)

# Een stap naar duurzaam wonen

## Duurzaam Wonen Check

Ontdek binnen een paar minuten welke duurzame maatregelen het best passen bij jouw woning.

[Doe de check](#)[→ Privacy & disclaimer](#)

Hi, ik ben Nina.  
Hoe kan ik je helpen?

Stel je vraag aan Nina...

## Chatbot als versneller

Nina maakt klantinteractie efficiënter, voor zowel Vattenfall als voor de klant. Of je nu contact opneemt via de telefoon of via de chatbot, alles is 'simple with a human touch'.

Ook het klantenserviceteam omarmt Chatbot Nina meteen. Al snel schuiven ze het eigen kennissysteem aan de kant, en gebruiken ze Nina om antwoorden en gegevens op te zoeken tijdens telefonisch klantcontact. Dit leidde tot een enorme toename in sessies. Het was dan ook een logische stap om de technologie van Conversational AI Cloud in te zetten als interne kennisbank.

Servicemedewerkers zien Nina niet als een bedreiging, maar als versneller om de klant nog beter te kunnen helpen.

# De toekomst is Conversational

Een 'Conversational Company' worden – dat is de ambitie van Jorissa. Dit gaat verder dan het implementeren van een chatbot. Het betekent dat je daadwerkelijk het gesprek aangaat met je klanten.

*“Conversational betekent dat je echt in dialoog bent met je klant, op verschillende manieren, op verschillende momenten, op verschillende plekken, over verschillende onderwerpen”. - Jorissa Neutelings*

Gesprekken worden steeds persoonlijker, iets waar je rekening mee moet houden bij het bouwen van conversaties. Doordat Nina toegang heeft tot een grote hoeveelheid data, kan ze op basis van de specifieke situatie van de klant een persoonlijke reactie geven en zelfs advies geven, bijvoorbeeld om je verbruik te verlagen. Ook eenvoudige acties, zoals het wijzigen van je termijnbedrag, kan een klant nu binnen een gesprek regelen.

## Chatbot Nina helpt, op ieder moment, waar je ook bent

Klanten willen met bedrijven praten zoals ze ook met vrienden praten. Nina probeert niet die vriend te zijn, maar praat wel op die manier: duidelijk, transparant en met oog wat voor jouw situatie het beste is.

Nina heeft meerdere gezichten. Ze kan je persoonlijke adviseur, mentor, informant, servicemedewerkster of transactiebegeleider zijn. Om zo persoonlijk en specifiek te kunnen praten, moet de technologie in verbinding staan met je databases en systemen. Integratie is dan ook onmisbaar in Conversational: zonder data kan een chatbot niks.

Klanten moeten je altijd kunnen bereiken. Waar, wanneer of hoe je ook contact opneemt, Nina kan je helpen. Als je belt, moet Nina kunnen helpen. Als je appt, moet Nina kunnen helpen. Als je zoekt op de website, moet Nina kunnen helpen. Met de juiste integraties wordt dit mogelijk.



## Blijf testen en innoveren

Er wordt flink getest om Nina nog breder in te kunnen zetten. Door Conversational AI Cloud met verschillende kanalen te koppelen, wordt Nina op nog meer plekken bereikbaar. Ze is al te vinden op de website – via de zoekbalk, als chatwidget en als een nog persoonlijkere variant in de ‘Mijn Vattenfall’-omgeving –, in de app, telefonisch en in de interne systemen.

Het team start verschillende pilots. Zo testen ze met Nina via WhatsApp. Een totaal ander kanaal, met andere vragen dan op de website of in de app. In deze pilot worden klanten voor verschillende zaken volledig geautomatiseerd geholpen. Nina kan klanten via WhatsApp herkennen, verifiëren en helpen met betalingsregelingen of het wijzigen van het termijnbedrag.



Toch blijft telefonische bereikbaarheid belangrijk. Klanten willen kunnen bellen. Ook daar kan Nina helpen, als voicebot. Bel je naar Vattenfall? Dan krijg je eerst Nina aan de telefoon. In de pilot zijn de top 100 meest gestelde vragen en een aantal belangrijke flows ‘voice ready’ gemaakt. Om bijvoorbeeld het termijnbedrag te wijzigen, is nu geen menselijke collega meer nodig. Dit handelt Nina helemaal zelfstandig af.



# Groene dialoog

Vattenfall gaat graag de 'groene dialoog' aan. De missie is een fossielvrije samenleving, de vraag is hoe je dit samen kunt bereiken. Interactie is hierbij van groot belang. Daarom moet de drempel laag zijn voor klanten om contact op te nemen, vragen te stellen of informatie te krijgen.

Een gesprek helpt om nieuwe manieren te ontdekken om verder te verduurzamen. Klanten kunnen in de app terecht voor 'duurzaam advies', specifiek voor hun situatie. Denk hierbij aan de woonomgeving, isolatiemogelijkheden of advies over de installatie van een warmtepomp. Nina geeft grote verduurzamingtips, zoals spouwmuurisolatie, maar ook kleine tips zoals een radiator-ventilator.

*De klanttoekomst is voor Jorissa het uitgangspunt: "Design with the customer's future in mind". Wat moet je vandaag neerzetten om niet te laat te zijn?*

## Proactief helpen

Met Nina kan Vattenfall klanten proactief helpen, op basis van data. Jorissa legt uit: "Stel we zien het energieverbruik omhooggaan, dan kunnen we Nina eenvoudig contact op laten nemen met de klant. Via e-mail of WhatsApp, net wat de klant wil. Bellen is niet nodig, we zijn ze al voor. Zo voorkomen we zorgen en geven we proactief advies."

## Onmisbare elementen Conversational

Om een succesvolle Conversational strategie neer te zetten, zijn een aantal elementen onmisbaar:

Bedrijfsprocessen

Veiligheid

Sentiment

Relevantie

Allereerst moet je de bedrijfsprocessen op orde krijgen. Denk aan techniek, maar vergeet ook niet dat je de hele organisatie mee moet krijgen. Het gaat echt om een transformatie. Vervolgens moet je werken aan de vertrouwensband met je klanten. Pas dan gaan ze graag het gesprek met je aan. Hier komen 'veiligheid' en 'authenticatie' om de hoek kijken. Maak het heel expliciet welke data gebruikt wordt, en waarom je dit vastlegt. Sentiment is de volgende stap. Hoe voelt de klant zich hierbij? Hoe kunnen we hier rekening mee houden? Personalisatie is belangrijk, maar het moet vooral goed voelen voor de klant. Relevantie is daarbij key. Als een gesprek niet relevant is, haakt een klant af.

# De aanpak van Vattenfall

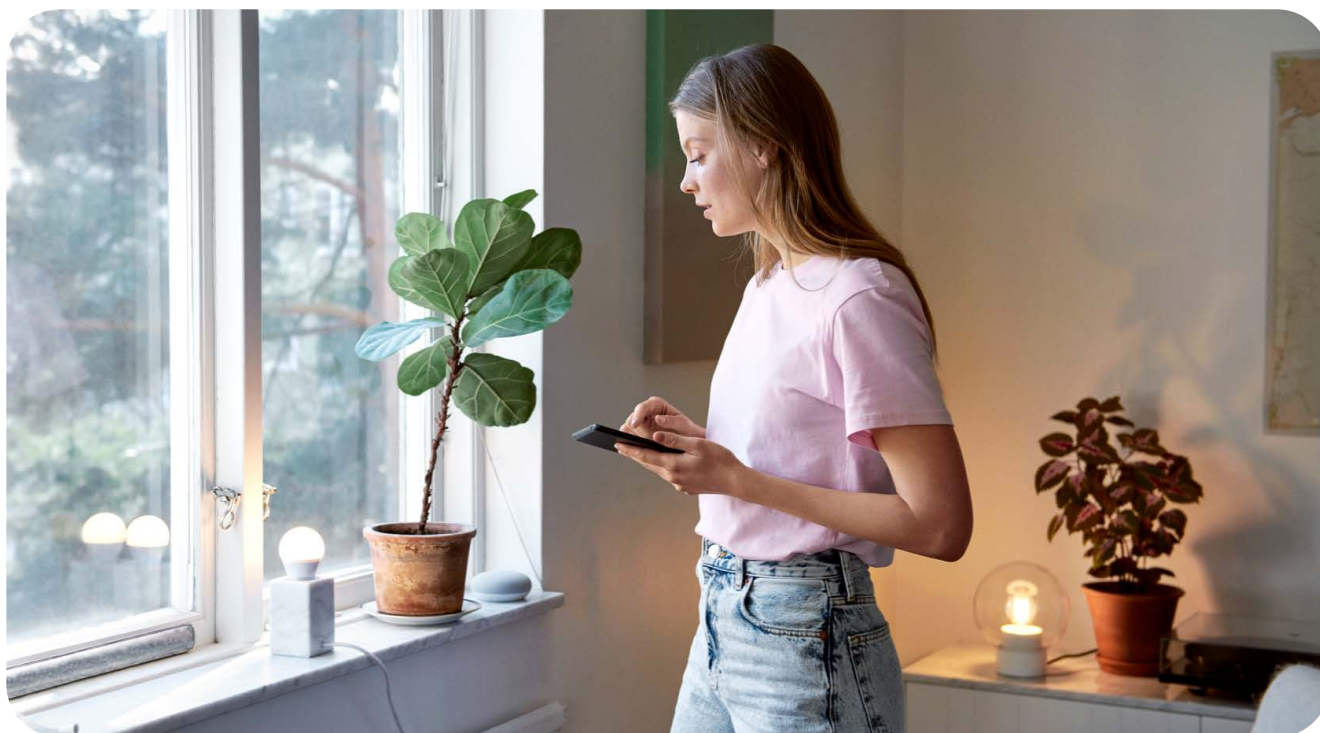
Het Conversational succes van Vattenfall komt door een geïntegreerde aanpak. Het hele bedrijf gaat mee in de transformatie. Niet voor niets wordt Conversational AI Cloud inmiddels gebruikt door het klantenserviceteam, Inkoop en HR. Jorissa legt uit: “Echte transformatie moet je met elkaar doen. Ook dankzij het MT zijn we daar bij Vattenfall in geslaagd. Wat je nodig hebt is **lef, visie en durf**. Recht door zee, tegen de wind in varen, totdat de wind mee gaat waaien in de zeilen. Zorg dan wel dat iedereen op dat schip zit, zodra het gaat versnellen.”

“Van klantenservice tot marketing & communicatie tot Customer Experience en UX. Begin met een innovatieteam met verschillende disciplines en leg dan de link naar binnen, de organisatie in. Haak tijdig de juiste stakeholders aan, deel de duidelijke visie en ideeën. Betrek lopende processen erbij, pas dan gaat de motor echt draaien.”

## Dedicated team van specialisten

De implementatie van Conversational AI Cloud verliep soepel. Een dedicated, multidisciplinair team werkt aan de continue verbetering van de technologie. Een Conversational Designer en een Integratiespecialist zijn onmisbaar in je team. Er komt veel kijken bij 'Conversational'. Een chatbot moet de juiste conversational tone of voice hebben. Hier kan een Conversational Designer bij helpen. Als je begint, zijn er een heleboel vragen, zoals:

**Wat voor persoonlijkheid heeft onze chatbot? Hoe past dit het beste bij onze klanten? En welke woorden gebruik je dan?**



Om alles samen te brengen heb je een integratiespecialist nodig. Nina wordt geïntegreerd op verschillende kanalen. Zo heeft Vattenfall bijvoorbeeld getest om Nina ook beschikbaar te maken op Conversational Devices zoals Google Home. In die tijd was het gebruik hiervan nog minimaal, nu wordt het steeds interessanter.

# 5. Resultaten

Vattenfall is meer in contact met de klant dan ooit. De channelshift van telefonie en e-mail naar chat via de website, in de app, via whatsapp en andere kanalen is versneld, vooral door Nina. Chatbot Nina verbetert de klantinteractie via ieder kanaal. Mede dankzij de input van het klantenserviceteam, herkende Nina binnen 2 maanden al +80% van de vragen.

In 2020 waren er meer dan 2 miljoen interacties met chatbot Nina. Klanten ervaren het positief. Doordat zij via Nina goed worden geholpen, neemt de tevredenheid toe en vragen ze haar sneller nog eens om hulp. De hoge betrokkenheid blijkt niet alleen uit de hoge interactiecijfers, maar ook uit de inhoud van de gesprekken. Zo ontvangt Vattenfall bijvoorbeeld ongevroegd feedback van klanten via de chat, waardoor ze hun diensten nog verder kunnen verbeteren. Voor de toekomst ziet Jorissa twee belangrijke pijlers:

**Hyperpersonalisatie.** Alles moet steeds persoonlijker, ook automatisering. Hoe ver ga je hierin? Wat levert waarde op? Wanneer wordt het eng? Houd het zo persoonlijk als nodig; een chatbot is niet je vriend. Door rekening te houden met sentiment, creëer je de juiste toon voor een persoonlijk gesprek.

**Robotics & automatisering.** Met deeplearning en self-learning systemen gaat steeds meer geautomatiseerd worden. Ook interne processen. Bots kunnen standaard, geautomatiseerd werk overnemen, maar het menselijke element blijft belangrijk.

Conversational is de toekomst. Wees bereikbaar voor je klanten en blijf het gesprek aangaan. Klantverwachtingen en het aantal interacties blijven toenemen, maar de manier waarop verandert. Beweeg mee met je klanten door de juiste kanalen in gebruik te nemen en software te implementeren. Zorg voor een slimme en schaalbare oplossing, zodat het een positieve innovatie is voor zowel je klant als voor je bedrijf.

Ga het gesprek aan om je klanten beter te helpen, maar ook om samen de wereld een stukje beter te maken. Ben jij er klaar voor?

Conversational AI Cloud

Ik heb een vraag

Ik help je graag met al je vragen over energie en een duurzamer leven. Dus vraag maar raak!



Wat wil je weten?





CM.com (AMS: CMCOM) is een wereldwijde leider in cloudsoftware voor conversational commerce die bedrijven in staat stelt om een superieure klantervaring te leveren. Ons communicatie- en betalingsplatform stelt marketing, sales en customer service in staat om de betrokkenheid met klanten via meerdere mobiele kanalen te automatiseren, gecombineerd met naadloze betalingsmogelijkheden die de verkoop stimuleren, klanten winnen en de klanttevredenheid vergroten.

© 2021 CM.com