

Burgers staan open om digitaal de dialoog aan te gaan tijdens het wachten in het telefonisch kanaal

Voorlopige uitkomsten van een gebruikersstudie

DEFINITIEF

1 juni 2022

Jeroen van Grondelle
Marcel Stalenhoef
Marlies van Steenbergen
Evelien Besseling

Dit rapport deelt voorlopige uitkomsten uit een design thinking cyclus naar hybride dienstverlening waarbij een online bot wordt ingezet tijdens het wachten op een medewerker in een telefonisch service kanaal. Dat blijkt in dit experiment eigenlijk nauwelijks weerstand op te roepen, terwijl een flink aantal respondenten in het interview uitsprekt over het algemeen een hekel te hebben aan kanaalsturing of chatbots. Het effect van de inzet van de chatbot loopt uiteen, van respondenten die aangeven dat hun vraag wel beantwoord is en een gesprek met de medewerker niet langer nodig is, tot respondenten die op basis van het digitale advies een gerichte opvolgvraag hebben voor de medewerker, tot respondenten die in algemene zin toch nog bevestiging zoeken van de medewerker.

De gepresenteerde observaties komen uit een eerste analyse van een kwalitatieve gebruikersstudie met 12 belastingbetalende burgers. Zij zijn geobserveerd bij het gebruiken van een werkend prototype van een adviesbot die wordt aangeboden tijdens het wachten en ze zijn daarna geïnterviewd. De uitkomsten zijn voorlopig, in de zin dat de degelijke annotatie en analyse en daaruit eventueel volgende wetenschappelijke conclusies nog niet beschikbaar zijn.

Vraagstuk

Veel organisatie worstelen met het spanningsveld tussen het bieden van vrije kanaalkeuze aan klanten en het tegelijk vanwege capaciteit en kosten sturen in welk kanaal klanten hun vragen idealiter afhandelen.

Sturing is uit de mode - Het is voor veel organisaties steeds duidelijker dat het hard sturen op het gebruik van digitale kanalen alleen niet realistisch is en ongewenste bijeffecten heeft. Veel organisaties spreken dan ook van een verandering in hun beleid: Van het streven naar 100% digitaal naar het realiseren van een gezonde mix, waarin ruimte is voor menselijk contact bij vraagstukken die dat nodig hebben of voor klanten die zich niet thuis voelen in digitale kanalen.

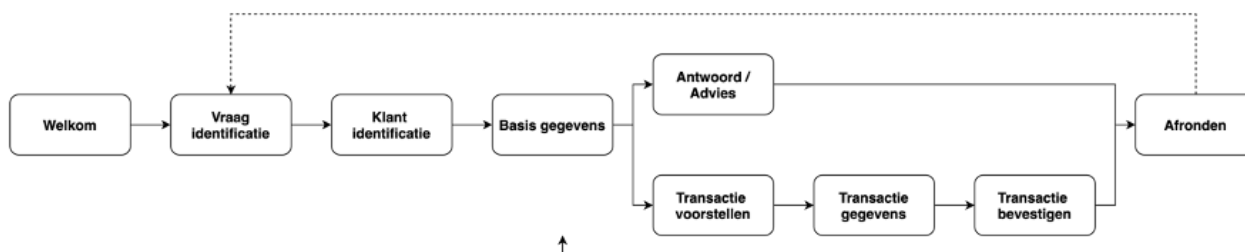
Organisaties streven vanuit exploitatiekosten nog steeds naar een flink aandeel digitaal, maar willen hun klanten hiertoe verleiden in plaats van dwingend sturen.

Kanaalkeuze is nog steeds vraagstuk - Ook onder die nieuwe uitgangspunten blijft het echter een uitdaging om het kanaalgebruik te beïnvloeden. Veel maatregelen die daarbij ter sprake komen gaan (onderliggend) uit van een te maken keuze, tussen òf digitaal, òf contact met een mens. Die keuze wordt nu vaak per complete customer journey gemaakt, waarbij wisselen halverwege wordt gezien als escalatie of uitval.

Gezocht: Fijnmazige, hybride inzet van mens en digitaal - Binnen de design workshops ontstond de behoefte om kanaalinrichtingen te bestuderen waarin menselijk contact en digitale dienstverlening veel fijnmaziger en dynamischer worden gecombineerd binnen één customer journey. Daarbij wordt uit gegaan van de specifieke voordelen en nadelen van de verschillende kanalen en wordt geprobeerd van beide op de juiste momenten te profiteren.

De interventie: Online terwijl U wacht

In de design thinking workshops is een schets gemaakt van hoe dienstverleningsdialogen er doorgaans uit zien, of dat nou dienstverlening door mensen of volledige digitale dienstverlening betreft. Die journey is de basis geweest om na te denken hoe per stap binnen die journey kan worden gewisseld tussen menselijke en digitale dienstverlening.



Figuur 1: Typische stappen in een dienstverleningsdialoog

Als concrete interventie is een chatbot ontwikkeld die **voorbereiding van het gesprek met de medewerker** aanbiedt. De bot is dus nadrukkelijk niet bedoeld als handover van het door de bellende burger gekozen telefonische kanaal naar een digitaal kanaal. Op die manier is een aantal stappen uit het referentie model uit Figuur 1 al gedaan, en beginnen zowel burger als medewerker vanuit volledige en al bij elkaar gezochte informatie. Wellicht is in een aantal (standaard) gevallen de vraag zelfs al beantwoord.

De zoektocht in het ontwerp was de toonzetting zo te kiezen dat het ook echt voelt als een voorbereiding op het medewerker gesprek en er dus geen reden is om je “naar online weggestuurd” te voelen. Dit zou er voor moeten zorgen dat de weerstand tegen dit digitale instrument minimaal is.

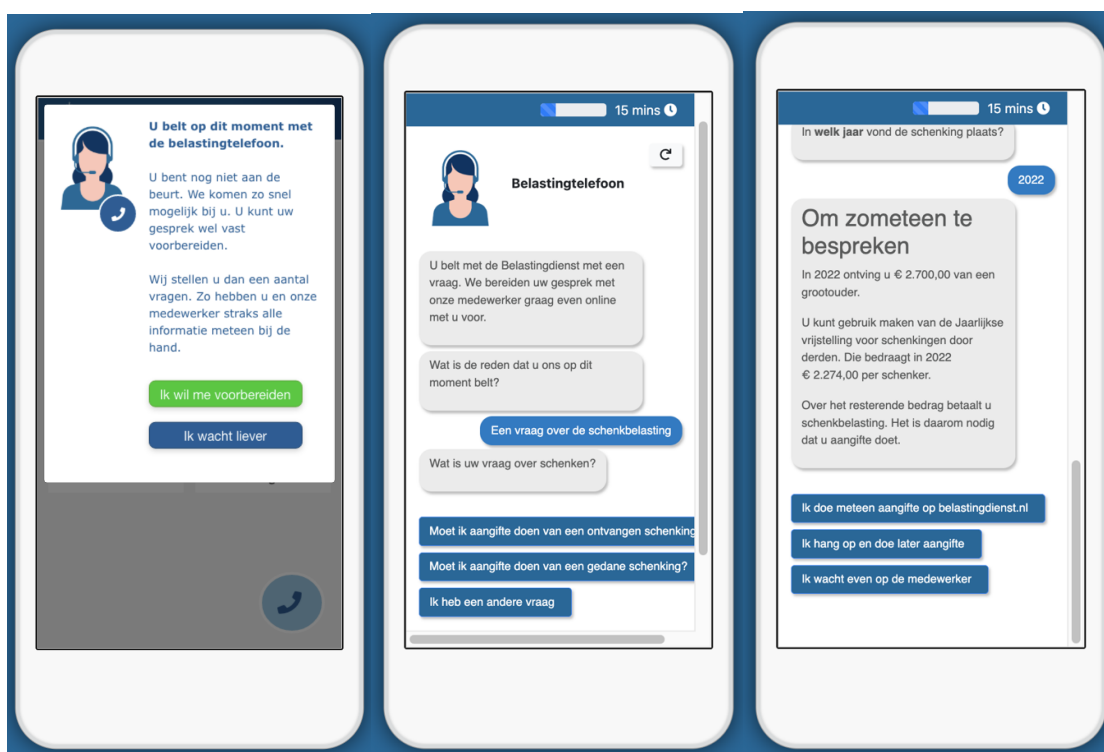
Klantonderzoek met Belastingplichtigen

Hoewel in het ontwerpproces interactieve invullingen van verschillende overheidsdiensten verkend zijn, is uiteindelijk een casus uitgewerkt bij de

Belastingtelefoon. Er is gekozen voor een casus rond de schenkbelasting. Dat is een belastingvorm die voor de meeste burgers maar incidenteel voorkomt en die qua systematiek afwijkt van de door bijna iedere Nederlander jaarlijks ingevulde Inkomstenbelasting. Dit zorgt voor relatieve onbekendheid en een flinke stroom van (objectief gezien) eenvoudige vragen in de praktijk. In ons onderzoek leidt het er ook toe dat deelnemers relatief weinig en onderling goed vergelijkbare voorkennis hebben.

Het prototype werkt als volgt:

- De burger belt vanuit (een op dit moment niet in die vorm bestaande) Belastingdienst App met de Belastingtelefoon;
- De burger krijgt de keuze het gesprek voor te bereiden of te blijven wachten op een medewerker. Indien de burger kiest voor 'voorbereiden', komt deze in een bot-omgeving terecht waar de voorbereiding plaatsvindt.
- Er wordt dan een aantal gevragen gesteld. Eerst wordt uitgevraagd welke vraag de beller heeft. Voor veel gestelde vragen worden vervolgens de daarvoor relevante gegevens uitgevraagd.
- Er wordt een samenvatting en (zo mogelijk) een voor de burger specifiek antwoord gegeven.
- De beller krijgt de vraag om 1) te blijven wachten op de medewerker, 2) onmiddellijk aangifte te doen op de site (indien van toepassing) of 3) op te hangen en in een later stadium aangifte te doen.



Figuur 2: Het prototype

In een kwalitatief gebruikersonderzoek is aan twaalf burgers gevraagd om met behulp van een werkend prototype een door ons aangereikte vraag over schenkbelasting voor te leggen aan de Belastingtelefoon bij een fictieve casus. Na het uitvoeren van die taak is de burgers gevraagd naar hun ervaringen.

Figuur 3: De casus

Chantal is 37 jaar en een alleenstaande ouder. Haar grootouders zijn gescheiden. Op haar verjaardag op 24 december vorig jaar krijgt Chantal bericht dat oma 3.700 euro op haar rekening heeft gestort. Haar oma appt dat ze het maar voor het huis moet gebruiken, 'dat kan wel wat aandacht gebruiken.'

Moet ze zo'n bedrag nu eigenlijk aangeven? Ook omdat ze eerder dat jaar al een keer 1.000 Euro van opa kreeg. Ze wil geen gedoe. Chantal belt met de Belastingdienst.

Waargenomen overeenkomsten en verschillen

Een grote meerderheid van de respondenten gaat vanzelf in op het aanbod om het gesprek online voor te bereiden. Van eventuele weerstand wegens ongewenste sturing blijkt vrijwel geen sprake. Een aantal respondenten verklaart die acceptatie met het gegeven dat men altijd nog kan kiezen voor de medewerker. Dit dempt sterk het gevoel gestuurd/gedwongen te worden.

De casus is inhoudelijk redelijk recht toe recht aan, maar gaat wel over een gescheiden opa en oma. Dat is belangrijk voor het uiteindelijke antwoord op de vraag, omdat ze voor de schenkbelasting na scheiding geen partner meer zijn. En dat maakt een aantal op het eerste gezicht eenvoudige vragen toch net wat subtieler. Dat leidt regelmatig tot verwarring en regelmatig verkeerd ingevulde vragen. Tegelijk: In een flink aantal gevallen hebben ze dat door en leidt het ondanks het verkeerd invullen van vragen wel tot het juiste begrip hoe het zit. Bovenal wordt heel duidelijk dat formulering van teksten en ergonomie van de chatbot cruciaal zijn. In het huidige prototype lezen mensen toch regelmatig over zaken heen die wel degelijk getoond zijn.

Aan het eind van de dialoog wordt de respondent drie opties geboden: 1) Wachten op de medewerker, of (in het geval van aangifte plicht) 2) meteen aangifte doen online of 3) ophangen en later aangifte doen. Daarbij ontstaat een gemengd beeld:

- Een aantal respondenten geeft aan voldoende informatie te hebben en later of onmiddellijk aangifte te willen doen.
- Een aantal respondenten heeft een hele concrete (vervolg) vraag n.a.v. de digitaal geboden informatie en blijft aan de lijn. Bijvoorbeeld: 'Ik dacht dat de bedragen anders waren als het om een huis ging'.
- Een aantal respondenten heeft een algemenere behoefte om de vraag alsnog aan een medewerker te stellen, bijvoorbeeld omdat ze hoe dan ook bevestiging zoeken.

Aantal uitspraken uit de reflectie

De meerderheid van de respondenten geeft achteraf aan de toegevoegde waarde te zien van de voorbereiding. Ze geven bijvoorbeeld aan: "Als je moet wachten, ben je al iets beter voorbereid.", en "Mijn vraag is eigenlijk beantwoord".

Bovendien geven ze aan het gebruik van de chatbot als prettig te hebben ervaren. Ze gebruiken woorden als "Makkelijk in gebruik", "duidelijke vragen" en "intuïtief", "een logische flow".

Bij het aanbieden van deze chatbot aan wachtenden lijkt de keuze voor het woord 'voorbereiden' cruciaal. Respondenten werd gevraagd naar hun verwachting bij dat woord op het moment van aanbieden. Zij noemden in dat geval met name praktische zaken als "Waar ik over bel", "mijn BSN", "misschien zaken die ik bij de hand moet hebben".

Dat betekent dat de inhoudelijke vragen over geldbedragen de relatie met de gever etc. voor allen tot op zekere hoogte als verrassing kwam. Met een aantal respondenten is vraag voor vraag teruggekeken in de dialoog: Ze geven dan bij allerlei vragen aan dat dat inderdaad verrassend was, maar "eigenlijk ook wel heel logisch".

Er zit ook een soort spagaat in de keuze voor het woord "voorbereiden". Voor een flink aantal respondenten lijkt het belangrijk voor acceptatie dat het heel laagdrempelig klonk, waarna ze weinig frictie ervoeren als het verder ging dan hun initiële verwachting. Voor deze categorie klinkt 'voorbereiden' als een nuttige optie. Men is immers toch aan het wachten. Bijvoorbeeld: 'Ik weet niet precies wat het betekent, maar als ik daarmee bij de juiste persoon kom...'. Maar er is ook een groep respondenten die juist aangaf: "Waarom zei je niet gewoon dat ik deze vraag online kon beantwoorden?". Zij hadden bij voorbereiden het idee dat dat voor hen in dit geval niet nodig was, en het feit dat ze hun vraag wellicht onmiddellijk beantwoord kon worden, was ze niet duidelijk.

Wat betreft vertrouwen in een bot, hoorden we nog een opvallende uitspraak: Een respondent benoemt zijn hoge verwachtingen van consistentie van een bot. Ten opzichte van zijn "10x bellen = 10 verschillende antwoorden" beleving van medewerkers.

Tenslotte vroegen we nog uit wat de verwachting van respondenten was over wat er gebeurt met de gegevens die je invoert. Het prototype vraagt namelijk aan het eind toestemming om die te delen met de medewerker die aan de lijn komt. Het grootste deel van de respondenten was verbaasd dat dat gevraagd werd en ging er onmiddellijk vanuit dat die met de medewerker gedeeld zou worden. Het toestemming vragen werd wel als "zeer zorgvuldig" ervaren door een aantal respondenten. Een kleine minderheid vroeg zich nog af of de gegevens ook meteen in een aangifte werden verwerkt.

De kleine lettertjes

Dit rapport bevat de voorlopige uitkomsten van het beschreven onderzoek. Daarin hebben de onderzoekers hun aantekeningen en observaties naast elkaar gelegd en geprobeerd een aantal wezenlijke overeenkomsten en veelzeggende verschillen die ze waarnamen te benoemen. Dit rapport is NIET gebaseerd op de grondige annotatie, interpretatie en analyse die later gaat worden gedaan om wetenschappelijke conclusies te verbinden aan het onderzoek. Hoewel de onderzoekers verwachten dat de hier gedeelde grote lijnen wel overeind blijven, kan dat natuurlijk niet worden gegarandeerd.