Sztuczna inteligencja w KLM

#Lotnictwo cywilne 19 stycznia 2018

Holenderskie KLM inwestują w nowoczesne technologie, aby z ich pomocą pomagać klientom. Teraz w udzielaniu odpowiedzi na zapytania, które napływają do linii za pośrednictwem mediów społecznościowych pomaga sztuczna inteligencja (AI). Na często powtarzające się, ogólne pytania automatycznych odpowiedzi udziela robot, bez interwencji człowieka.

Wykorzystanie sztucznej inteligencji sprawia, że odpowiedzi udzielane klientom KLM przez kanały społecznościowe są jeszcze bardziej trafne, precyzyjne i spersonalizowane / Zdjęcie: KLM

KLM współpracuje w tym zakresie z Digital Genius, która jest dostawcą nowoczesnych systemów obsługi klienta wykorzystujących sztuczną inteligencję. Dzięki temu rozwiązaniu agenci obsługi KLM mogą poświęcić swój czas na bardziej skomplikowane pytania i konwersacje z klientami wymagające zaangażowania człowieka. KLM jest pierwszą linią lotniczą, która połączyła ludzką pracę i działania sztucznej inteligencji w trakcie obsługi jednej konwersacji na Twitterze, Messengerze i WhatsApp.

KLM otrzymuje ponad 130 tysięcy komentarzy tygodniowo poprzez media społecznościowe. Liczba kontaktów dodatkowo wzrosła po rozpoczęciu obsługi klienta przez komunikator WhatsApp we wrześniu 2017. Dedykowany zespół 250 pracowników działu obsługi mediów społecznościowych osobiście angażuje się w 30 tysięcy konwersacji tygodniowo. Średnio w trakcie rozmowy następuje wymiana 5-6 pytań i odpowiedzi między klientem a KLM. Pytania, na które można odpowiedzieć wykorzystując sztuczną inteligencję zazwyczaj pojawiają się na początku rozmowy (Spakuj się z wirtualnym asystentem!, 2018-01-03).

Aktualnie KLM używa sztucznej inteligencji, której dostawcą jest DigitalGenius. W ciągu ostatniego półtora roku, sztuczna inteligencja była pomocna przy ponad 50% zapytań ze strony klientów KLM. Za każdym razem, kiedy agent obsługi klienta otrzymywał

pytanie przez media społecznościowe, sztuczna inteligencja dostarczała mu możliwych odpowiedzi. Następnie system zapamiętywał reakcję agenta wybierającego najbardziej trafną odpowiedź i tak uczył się i doskonalił z czasem. Do tej pory agent musiał sam weryfikować podpowiedzi systemu, sprawdzać czy odpowiedź jest trafna, a w razie potrzeby ręcznie poprawiać treść przed wysłaniem jej przez odpowiedni kanał społecznościowe.

Przy wysokiej liczbie zapytań od klientów, z którymi miał do czynienia system AI, po pewnym czasie było możliwe zastosowanie automatyzacji. Teraz robot w imieniu KLM, bez ingerencji człowieka, może udzielić odpowiedzi na najczęstsze pytania na dowolny temat związany z przelotem. Dzięki temu pracownicy działu obsługi klienta KLM mogą poświęcić swój czas na trudniejsze zagadnienia, które wymagają ludzkiego zaangażowania.

Wykorzystanie sztucznej inteligencji sprawia, że odpowiedzi udzielane naszym klientom przez kanały społecznościowe są jeszcze bardziej trafne, precyzyjne i spersonalizowane. Co więcej, klient otrzymuje informacje jeszcze szybciej. Tak działa KLM. Ostatnie duże opady śniegu tej zimy w Holandii spowodowały znaczny wzrost liczby kontaktów z nami przez media społecznościowe. Jak się można spodziewać, w takich sytuacjach pasażerowie oczekują natychmiastowej odpowiedzi i działania. Za pomocą sztucznej inteligencji wspieramy naszych agentów obsługi zaawansowaną technologią, aby mogli efektywniej pracować, szczególnie w sytuacjach kryzysowych. Dzięki temu usprawnieniu będziemy w stanie obsłużyć coraz więcej zapytań, w jeszcze krótszym czasie. Właśnie tego oczekuje klient – powiedział Pieter Groeneveld, starszy wiceprezes ds. usług cyfrowych w Air France KLM.

Kolejny raz linie KLM, jako pierwsze w swojej branży zyskały możliwośćprowadzenia hybrydowych rozmów Human + AI *(człowiek + sztuczna inteligencja) w kontaktach ze swoimi klientami. Stanowią świetny przykład linii, która wykorzystuje technologię, aby uwolnić ludzki czas i potencjał swoich pracowników. Wszystko to celu lepszej wydajności i zadowolenia klientów* – dodał Mikhail Naumov, współzałożyciel i prezes DigitalGenius.

KLM stawiały pierwsze kroki w mediach społecznościowych w 2009, jako pionier w swojej branży w tej dziedzinie. Od tamtej pory zyskują reputację inicjatora i prekursora w zakresie różnych usług i kampanii w nowych kanałach. Linia ma ponad 25 milionów fanów i użytkowników na różnych platformach społecznościowych, za pośrednictwem których otrzymuje ponad 130 tysięcy komentarzy, z czego 30 tysięcy to pytania lub uwagi.

Zespół konsultantów KLM z działu social media liczy 250 osób i jest obecnie największym na świecie zespołem dedykowanym do obsługi klienta poprzez media

społecznościowe. Za pośrednictwem WhatsApp, Facebook, Messenger, Twitter, popularnego w Chinach WeChat i koreańskiego KakaoTalk KLM oferuje swoim klientom wsparcie i możliwość kontaktu non-stop przez 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu w 9 językach. KLM był pierwszą linią na świecie, która zaoferowała swoim klientom dokumenty podróżne oraz bieżące informacje nt. statusu lotu przez komunikatory WhatsApp, Messenger, Twitter i WeChat. Niedawno też zaangażował własnego chatbota *BlueBot* (w skrócie BB) do pomocy klientom w procesie rezerwacji biletów oraz wspólnie z Google Home – do pakowania bagażu przed podróżą (Pierwszy wirtualny pracownik KLM , 2017-10-09).

DigitalGenius jest spółką, która oferuje praktyczne zastosowania sztucznej inteligencji i systemów głębokiego uczenia się. Są one wykorzystywane przy obsłudze klienta przez wiodące na rynku przedsiębiorstwa. Platforma obsługi klienta *Human+AI* łączy w sobie najlepsze cechy ludzkie i możliwości maszyny, dzięki którym korzystające z niej przedsiębiorstwa mogą sprostać rosnącym oczekiwaniom klientów. W jego centrum znajdują się algorytmy głębokiego uczenia się, które czerpią wiedzę z historycznych danych obsługi klienta i są zintegrowane bezpośrednio z istniejącym oprogramowaniem, które zastosowano w centrum kontaktowym spółki. Po aktywowaniu, platforma pomaga automatyzować i poprawiać jakość i efektywność obsługi klienta. Wspomaga też konwersacje tekstowe z klientem w kanałach komunikacyjnych, takich jak e-mail, czat, media społecznościowe, wiadomości SMS i wiadomości mobilne.

Powiązane wiadomości

- Sztuczna inteligencja w KLM (2018-01-19)
  - Pierwszy wirtualny pracownik KLM (2017-10-09)
    - Robot-asystent w Amsterdamie (2016-04-13)
      - Wiosenno-letnia oferta Air France-KLM (2016-04-12)
  - Spakuj się z wirtualnym asystentem! (2018-01-03)
    - Pierwszy wirtualny pracownik KLM (2017-10-09)
      - Robot-asystent w Amsterdamie (2016-04-13)

© Wszelkie prawa zastrzeżone, 2007-2025 Altair Agencja Lotnicza Sp. z o. o