



Dit is het conceptdocument voor 123Autoparts.nl. In dit document laten we onze visie van de chatbot zien. Hierbij focussen we op de opdracht, doelgroep, belangrijke trends en marktonderzoek.

CONCEPT DOCUMENT

LAATSTE GROEPJE

INHOUDS OPGAVE

De opdracht

*Omschrijving
Over 123AutoParts*

Doelgroep

Onderzoek

*Trend Analyse
Marktonderzoek
Business Model
Gebruikersonderzoek*

123AutoBot

*Beschrijving
Pay-Off
Uitwerking*

Verdere ideeën



01

Wat wil The Distrikt van ons? Hoe vertalen wij dit naar een opdracht? In dit hoofdstuk beschrijven we **de opdracht**.

Omschrijving

Vanuit The Distrikt kregen we de opdracht om toepassingen te bedenken voor een chatbot. Dit mocht een toepassing binnen The Distrikt of voor één van hun klanten zijn.

Onze groep heeft twee richtingen gekozen waarvoor een uitwerking wordt bedacht:

Interactieve DOOH schermen

Chatbot voor 123AutoParts.nl

Dit concept document gaat over de chatbot voor 123AutoParts en wordt uitgewerkt door Ruud en Bram. Het prototype zal vervolgens worden gebouwd door Timmie & Arne.

Over 123AutoParts.nl

123AutoParts is een bedrijf dat online auto producten verkoopt. Naast de verkoop van deze onderdelen zijn zij ook gekoppeld aan het moederbedrijf: Rhenoy. Met dit bedrijf voeren zij ook zelf reparaties uit met gecertificeerde monteurs.

Op het moment verloop al het contact tussen klanten en 123AutoParts door echte personen. Dit betekent dat sommige klanten lang moeten wachten op een antwoord.

Doelgroep

We hebben onderzoek gedaan naar de doelgroep van ons concept in ons [Marketing - / Communicatieplan](#). Hierbij hebben we gekeken naar de huidige klanten, concurrenten en de demografie van onze nieuwe doelgroep.

Onze doelgroep bestaat voornamelijk uit mensen tussen de 18 tot 55 jaar, waarbij de gemiddelde leeftijd 39 jaar is. Deze doelgroep woont vooral in Nederland, met een aantal uitzonderingen van mensen die net over de grens wonen. Ze vinden het belangrijk om te weten waarvoor ze betalen, en nemen niet vaak genoegen met het aanbod van één garage. Dit is ook de reden dat ze naar 123AutoParts.nl gaan.

Een eventuele verandering aan deze doelgroep zou kunnen zijn dat de doelgroep steeds jonger wordt. Hoewel er geen groot verschil is tussen jongeren en ouderen bij het gebruik van een chatbot, zijn jongeren wel eerder geneigd een telefoon te gebruiken.



02

Wat hebben we onderzocht? Wat zijn we allemaal te weten gekomen? In dit hoofdstuk beschrijven we **de onderzoeksresultaten**.

Trendanalyse

De conclusie uit die we uit het [trendonderzoek](#) kunnen trekken is dat er tegenwoordig steeds slimmere chatbots in opkomst zijn en die zelf kunnen leren door middel van Artificial Intelligence.

Dit betekent ook dat er steeds meer moet worden nagedacht over hoe wij als mensen met een computer moeten converseren. Momenteel gebeurt dit op twee verschillende vlakken namelijk: een gebruiker die moet verwachten dat de chatbot als een mens aanvoelt of juist het tegenovergestelde, dat een gebruiker begrijpt dat hij echt met een chatbot aan het praten is.

Marktonderzoek

Uit ons [marktonderzoek](#) is gebleken dat er ruimte is voor een chatbot in deze branche. Veel concurrenten hebben al chatbots ingezet op haar websites maar deze chatbots dienen alleen als klantenservice. Vaak zijn er bij deze chatbots zelfs nog wachtrijen waar je in moet wachten.

Canvas Business Model

We hebben voor dit concept ook een [Canvas Business Model](#) opgesteld. Deze hebben we vervolgens bij meerdere experts laten valideren. Dit business model houdt rekening met zowel de huidige strategieën en toekomstperspectieven door het toevoegen van onze chatbot.

Gebruikersonderzoek

Uit het [gebruikersonderzoek](#) is gebleken dat de door ons gekozen doelgroep sceptisch was over het concept. Ze hebben hier een valide punt omdat chatbots tegenwoordig nog niet volwassen genoeg zijn om nu al daadwerkelijk problemen op te kunnen lossen. Daarentegen gaf 60% al dat ze het wel zouden willen gebruiken.

Wij als media-ontwerpers kunnen de waarde van een chatbot al wel zien in het concept wat we hebben opgesteld.



03

Wat voor concept hebben we nou gemaakt?
Hoe werkt dit en hoe ziet het eruit? In dit
hoofdstuk beschrijven we **het concept**.

Beschrijving

Wij willen 123AutoParts.nl helpen met het verkopen van onderdelen en het bieden van een betere klantenervaring. Dit willen we doen door middel van een Chatbot waarmee iemand zijn auto problemen kan oplossen.

Pay-Off

“Find your problem, Fix your problem”

Uitwerking

We willen onze chatbot uitwerken door een proof of concept te maken. De chatbot stelt de gebruiker vragen waarmee het algoritme kan bepalen welk onderdeel er vervangen moet worden aan de auto. Dit onderdeel kan de gebruiker vervolgens bestellen (via de chatbot), en mocht de reparatie te groot zijn om thuis te doen kan je via de chatbot een afspraak maken bij 123AutoParts om de reparatie uit te laten voeren.

DOOH- scherm

Zoals in de [communicatiestrategie](#) vermeldt staat komt de doelgroep in aanraking met ons concept door onze verschillende middelen: radio, DOOH schermen en een website.



Website

De uitwerking die 123AutoParts op de website kan gebruiken zal er als volgt uit kunnen komen te zien:



Verdere ideeën

Ons concept kan in de toekomst nog verder uitgebreid worden, zelfs naar andere branches. We hebben meerdere ideeën die in de toekomst zouden worden kunnen toegepast:

Machine Learning

Naarmate chatbots slimmer worden zullen ze sneller verschillende soorten problemen kunnen vaststellen. Een goed voorbeeld hiervan is Akinator. Deze bot leert van zijn fouten door na een probleem vragen te stellen aan de gebruiker.

Afspraken plannen

Door onze chatbot uit te breiden zouden we ook direct afspraken kunnen plannen met klanten. Zo kan er bijvoorbeeld een reparatie op een dag worden gepland, of kunnen er vragen worden gesteld.

Andere branches

Niet alleen auto's gaan kapot, andere apparaten zoals bijvoorbeeld laptops gaan ook nog regelmatig de deur uit voor reparaties. Zo zou The Distrikt de chatbot nog kunnen uitbreiden naar andere branches.