



Chatbottien vertailu Myynnin ja Markkinoinnin Ammattilaisille

Sanni Kivilahti

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Chatbottien vertailu Myynnin ja Markkinoinnin Ammattilaisille

Sanni Kivilahti

Liiketalous

Opinnäytetyö

Kesäkuu, 2021

Sanni Kivilahti

Chatbottien vertailu Myynnin ja Markkinoinnin Ammattilaisille

Vuosi 2021 Sivumäärä 36

Robottiikasta on nykypäivänä muodostunut osa modernia, digitalisaatiota hyödyntävää yhteiskuntaa. Asiakaspalvelu automatisoituu huimaa vauhtia ja chatbotit yleistyvät yritysten verkkosivuilla. Jotta yritykset pysyvät kilpailukykyisinä, täytyy asiakaspalvelun olla nopeaa ja vaivatonta.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia, kuinka robotismia voidaan hyödyntää asiakaspalvelussa ja tarkemmin chatboteissa. Lisäksi työn tavoitteena on vertailla neljän eri chatbotin ominaisuuksia keskenään. Opinnäytetyön toimeksiantajana on MMA, eli Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset, ja vertailun tavoitteena on selvittää, olisiko jokin chatbot monipuolisempi ja MMA:n tarpeita paremmin palveleva, kuin heidän nykyinen, Leadoon tarjoama chatbot. Kilpailu chatbottien kesken on kovaa ja samat ominaisuudet toistuvat monien palveluntarjoajien chatboteissa.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä on käytetty kvalitatiivista, eli laadullista tutkimusmenetelmää. Aineisto tutkimukseen on kerätty internetistä, kirjallisesta lähteestä ja oppaasta. Tutkimus toteutetaan vertailututkimuksena ja siihen tarvittavat tiedot on kerätty kyseisten palveluntarjoajien nettisivuilta ja osaksi myös haastattelemalla yritysten markkinointijohtajia. Kaikista chatboteista ei ollut yhtä paljoa tietoa saatavilla, mutta tutkimus saatiin silti toteutettua hyvin.

Vertailututkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että kaikilla neljällä chatbotilla on paljon samoja ominaisuuksia ja suurimmat erot liittyvät chatbottien suunnitteluun, chatbot-kokonaisuuksiin sekä datan keräämiseen ja analysointiin. Jokaisen chatbotin tavoitteena on tehostaa ja automatisoida verkkosivun asiakaspalvelua sekä tarjota ympärivuorokautista ja nopeaa palvelua. Kaiken kaikkiaan toimeksiantaja on tehnyt hyvän valinnan, kun on valinnut Leadoon chatbotin. Se on monipuolinen ja sopii toimeksiantajan tarpeisiin hyvin. Vertailussa edukseen erottui myös Finnchatin tarjoama chatbot.

Avainsanat: Chatbot, Vertailututkimus, Robotismi, Automatisointi

Sanni Kivilahti

Comparison of chatbots for sales and marketing professionals

Year	2021	Pages	36
------	------	-------	----

Robotics has become an important part of modern and digitalized society. Customer service is more and more automatized and chatbots are becoming more common on corporate websites. To remain competitive, customer service must be fast and effortless.

The aim of this thesis was to examine how robotics can be utilized in customer service and more specifically in chatbots. The aim was also to compare the features of four different chatbots. This thesis was carried out for a company called MMA (sales and marketing professionals). The purpose of the comparison was to find out if there is a chatbot that is more versatile and better serves the needs of the company than their current chatbot offered by Leadoo. The competition between chatbots is tough and the same features are repeated in chatbots of many service providers.

Qualitative method was applied in this thesis. The material for the thesis has been collected from the internet, literature, and guides. The thesis was carried out as a comparative study and the necessary information was collected from the websites of the service providers and by interviewing the CMOs. There was not equal amount of information on all chatbots available, but the study was still well executed.

The findings of the comparative study show that all four chatbots have a lot of the same features and the biggest differences are related to the design on chatbots, chatbot- solutions and data collection and analysis. The purpose of all chatbots is to increase the efficiency and automation of customer service on the website and to provide fast and 24-hour-service. All in all, MMA has made a good choice after choosing chatbot from Leadoo. In comparison, the chatbot offered by Finnchat also stood out.

Keywords: Chatbot, Comparative study, Robotics, Automation

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	MMA	7
3	Robottiikka	8
3.1	Robottiikan lyhyt historia	9
3.2	Robotisaatio.....	10
3.3	Robottiikan hyödyt ja haitat asiakaspalvelussa	11
4	Chatbot	13
4.1	Chatbotin historia ja kehitys	14
4.2	Miten chatbot toimii ja mitä sillä voi tehdä?.....	15
4.3	Chatbottien haasteet	17
5	Tutkimuksen toteutus	19
5.1	Tavoite ja tutkimuskysymykset	19
5.2	Tutkimusmenetelmä	19
5.3	Työn toteutus ja rakenne	20
6	Vertailtavat chatbotit	21
6.1	Finnchat	21
6.2	Smilee.....	22
6.3	GetJenny	23
6.4	Leadoo	24
6.5	Chatbottien vertailu	26
7	Johtopäätökset	30
8	Pohdinta	32
	Lähteet.....	33
	Kuviot	36

1 Johdanto

Asiakaspalvelun automatisointi tarkoittaa inhimillisen vaivan vähenemistä. Se on mahdollista etenkin niissä rutiinitehtävissä, jotka toistuvat usein. Asiakaspalvelun automatisointi säästää aikaa sekä vaivaa niin asiakaspalvelijoilta, kuin asiakkailta. Optimaalisinta olisikin, että automatisoitu asiakaspalvelu auttaisi asiakasta itsenäisesti etenemään asian ratkaisun kanssa ja tarvittaessa ohjaisi oikeaan paikkaan tai ihmiskontaktin pariin (Freshdesk, How automated customer service can improve your support, 2020).

Nopeus, viestintä ja kohdennettu vuorovaikutus ovat nousseet suureksi kilpailueduksi verkkoliiketoiminnassa. Perinteiset yhteydenottotavat, kuten sähköposti, eivät enää pysty vastaamaan näihin tarpeisiin niiden vaatimalla tavalla. Chatbotit ovatkin vakiinnuttaneet paikkansa toimialasta riippumatta. Ne palvelevat ympärivuorokautisesti ja vastaavat nopeasti yksinkertaisiin kysymyksiin (Finnchat, Chatbot opas, 2021).

Vaikka tekoäly kehittyy kovaa tahtia, ovat tämän päivän chatbotit vielä kaukana oikean ihmisen täydellisestä jäljittelystä. Chatbotit eivät siis ainakaan lähitulevaisuudessa tule korvaamaan ihmisasiakaspalvelua. Chatbot on parhaimmillaan yksinkertaisten, ja usein toistuvien kysymyksien ja tehtävien hoidossa. Jos chatbot ei ymmärrä, mitä asiakas yrittää sanoa tai kysyä, voi se ohjata asiakkaan ihmisasiakaspalvelijan luokse. Yhteistyössä chatbot ja ihminen auttaa yrityksen asiakaspalvelua maksimoimaan ja hyödyntämään kaiken potentiaalinsa (Finnchat, Chatbot opas, 2021).

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia, kuinka automatisaatiota ja robotismia voidaan hyödyntää asiakaspalvelussa, pääpainona chatboteissa. Lisäksi vertaillaan kolmea suomenkielistä chatbottia Leadoon tarjoamaan chatbottiin. Tarkoitus on selvittää, olisiko jonkun muun palveluntarjoajan chatbot monipuolisempi ja MMA:n tarpeita paremmin palveleva, kuin Leadoon tarjoama chatbot. Opinnäytetyössä toimeksiantajana on Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset, jotka käyttävät Leadoon tarjoamaa chatbottia jäsenneuvontaan jäsenille Oma MMA sivuilla, perusohjeistukseen, kiinnostuksen herättämiseen julkisilla sivuilla sekä liidien hankintaan. MMA: lle on tärkeää, että chatbot on joustava ja heidän omiin tarpeisiinsa skaalautuva.

2 MMA

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset, joka on myynnin, markkinoinnin ja oston ammattijärjestö. Järjestö on syntynyt yhteiskunnalliseen tarpeeseen jo yli 125 vuotta sitten (MMA, Tarinamme, 2021).

Jäsenistö koostuu lähes 20 000 myynnin, markkinoinnin ja oston alan ammattilaisesta ja jäseneksi pääsevät kaikki, joiden intohimona on myynti ja markkinointi. Yhdessä jäsenien ja kumppanien kanssa MMA tekee alojen äänet kuuluvaksi yhteiskunnassa. MMA luo myös suuntaa tulevaisuuden hyvinvoivalle työelämälle (MMA, Toiminta, 2021).

MMA tarjoaa yksilöllistä edunvalvontaa jäsenilleen. He auttavat kaikissa työelämän vaiheissa ja muutostilanteissa, sekä tarjoavat yksilöllistä apua uralla etenemiseen tai työssä menestymiseen. On myös mahdollista saada apua neuvotteluihin ja sopimusasioihin. Näiden lisäksi jäsenille kuuluu etuja ja palveluita, joita ovat muun muassa monipuoliset koulutukset, työpsykologi, ammatillinen kattava vastuu- ja oikeusturvavakuutus sekä alan lehti (MMA, Toiminta, 2021).

3 Robotiikka

Robotiikan määritelmä on hieman haasteellista. Robotiikka on kuitenkin tekniikan alakenttä, joka on omistautunut robottien tutkimukseen, kehittämiseen ja toimintaan. Robotiikka on tieteen, tekniikan ja konetekniikan risteytys, joka kehittää koneita, joita kutsutaan roboteiksi. Ne voivat joko korvata, tai toistaa ihmisten toimintaa ja niiden käyttötarkoitus onkin pääasiassa korvata perinteisesti ihmisten tekemää työtä (Built-in, robotics, 2020).

Robotiikan tutkijat löytävät ja kehittävät jatkuvasti uusia tapoja, joilla robotteja voidaan hyödyntää, tai niitä voidaan käyttää täydentämään ja korvaamaan ihmisten toimintaa. Robotiikka on hyvin monipuolinen ala ja se tuottaa monenlaisia koneita, jotka auttavat ihmisiä heidän jokapäiväisissä tehtävissään (Learning Hub, What is robotics, 2019). Robotiikkaa pidetään suomalaisessa opetuksessa ja alan ammattilaisten keskuudessa automaation osa-alueena ja robotiikan ammattilaisilla on usein vahva automaation monitekninen koulutus (Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta, Robotisaation ja automatisaation vaikutukset yhteiskuntaan, Robotiikka, 2018).

Myös robotin määrittäminen on vaikeaa. Valtiovarainministeriön sivuilla robottia kuvaillaan tekoälyn fyysiseksi ulottuvuudeksi, laitteeksi, joka pystyy vaikuttamaan fyysiseen ympäristöönsä ainakin osittain itsenäisesti ja siten automatisoimaan prosesseja toiston avulla. Roboteista on hyötyä monissa ongelmissa, joita yhteiskunnassa esiintyy. Nykyään niitä käytetään vaarallisissa ympäristöissä, valmistusprosesseissa tai missä ihmiset eivät voi selviytyä, esimerkiksi veden alla tai avaruudessa. Robotit voivat olla missä muodossa tahansa, mutta jotkut on tehty muistuttamaan ulkonäöltään ihmisiä. Robotiikan tavoitteena on suunnitella älykkäitä koneita, jotka voivat auttaa ihmisiä heidän jokapäiväisessä elämässään ja pitää heitä turvassa (Valtiovarainministeriö, Tekoäly ja robotisaatio, 2020).

Laitteistot- ja ohjelmistokomponentit, joilla robotteja suunnitellaan, paranevat koko ajan. Samaan aikaan kun hinnat laskevat, voi alan räjähdysmäinen kasvu alkaa nopeastikin (Ford, 2015, 117). Robotiikalla on potentiaali luoda työpaikkoja, tehostaa tuottavuutta sekä parantaa turvallisuutta ja robotiikalla onkin jo nyt tärkeä asema monella suomalaisella teollisuudenalalla. Robotiikka antaa ihmisille myös mahdollisuuden keskittyä tehtäviin, joissa ihminen on konetta parempi. Tehtäviin, joissa tarvitaan esimerkiksi luovuutta tai empatiaa (Elinkeinoelämän keskusliitto, digitalisaatio, 2015).

Useissa selvityksissä on käynyt ilmi, että robotiikka ja automaatio herättävät huolta ja pelkoa kansalaisten keskuudessa. Pelätään, että ne lisäävät ihmisten lomautuksia ja työttömyyttä, sekä että hoitoa ja hoivaa tarvitsevat jätetään koneiden armoille. Tämä on ymmärrettävää, sillä robotiikan on sanottu vievän työpaikkoja (Elinkeinoelämän keskusliitto, digitalisaatio, 2015).

Valtaosa työikäisestä väestöstä työskentelee palvelualoilla ja on todennäköistä, että tulevaisuudessa ala kokee merkittävän muutoksen. Automatisoituminen näkyy arjessa jo selkeästi ja on todennäköistä, että seuraavilla vuosikymmenillä alalle syntyy paljon uusia automaation muotoja ja näin vaarantaa monien pienipalkkaisten työntekijöiden työpaikat. Automatisointi uhkaa nimenomaan sellaisia työtehtäviä, jotka ovat ennen olleet yksinomaan korkeasti koulutettujen ammattilaisten erikoisaluetta (Ford, 2015, 29-30).

Villeimmissä tulevaisuudenskenaarioissa on robotiikan ja tekoälyn kehityksen ennustettu korvaavan täysin ihmisten työpanoksen. Todennäköisempää kuitenkin on, että robotit tulevat lisääntymään, eivätkä täysin syrjäytä ihmisiä työpaikoilla. Robotit on ennen kaikkea luotu tehostamaan työn tekoa, eivätkä korvaamaan ihmisiä (Tekniikan maailma, teknologia, robotiikka, 2020).

On tärkeää muistaa, että robotisaatio mahdollistaa kilpailukykyisen ja laadukkaan toiminnan sekä tuotannon. Jotta Suomi pysyy jatkossakin kestävässä kehityksessä ja kilpailukykyisellä uralla, on robotiikkaa ja muita uusia teknologioita omaksuttava (Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta, Robotisaation ja automatisaation vaikutukset yhteiskuntaan, Robotiikka, 2018).

3.1 Robotiikan lyhyt historia

Tsekkiläinen kirjailija Karel Capek on keksinyt termin robotti. Termi esiintyy hänen näytelmässään ”RUR - Rossum’s Universal Robots” vuonna 1928 ensimmäistä kertaa. Robotit määritellään näytelmässä kemiallisin keinoin tuotettuina ihmisenkaltaisina organismeina ja niiden tehtävä on palvella ihmiskuntaa. Capekin näytelmä päättyy robottien kansannousuun (Jyri Huttunen, Robotiikan historia, 2004).

Termin robotiikka keksi yhdysvaltalainen tieteiskirjallisuuskirjoittaja Isaac Asimov. Hän käytti sanaa ensimmäistä kertaa vuonna 1942 novellissaan ”Runabout”. Asimovilla oli paljon optimistisempi mielipide robotin roolista yhteiskunnassa; hän luonnehti robotteja avuliaisiksi ihmisten palvelijoiksi. Hän myös ehdotti kolmea ”robotin lakia” joita hänen robottinsa, kuten monet muutkin, seurasivat. Kolme pääsääntö ovat; Robotti ei saa vahingoittaa ihmisolentoa tai laiminlyönnellä saattaa tätä vahingoittumaan, robotin on noudatettava ihmisolentojen sille antamia määräyksiä, paitsi jos ne ovat ristiriidassa ensimmäisen pääsäännön kanssa, sekä robotin on suojeltava omaa olemassaoloaan, kuitenkin siten, että sen toimet eivät ole ristiriidassa ensimmäisen ja toisen säännön kanssa (Stanford University, Robotics; A brief history, 1998).

Robottiikka on pyrkinyt eriytymään omaksi tieteenalaksi jo 60-luvulla. Robottiikan juuret ovat kybernetiikassa ja tekoälytutkimuksessa, mutta nykyään kenttää määrittää ennen kaikkea poikkitieteellisyys; robottiikan tutkimuksessa limittyvät niin tietojenkäsittelytieteen, tilastotieteen, matematiikan, biologian, psykologian, fysiikan, kielitieteen kuin kognitiotieteenkin tutkimusalat. Robottiikan historia on myös teoreettisen tekoälytutkimuksen ja tekoälyn filosofian historiaa. Useat filosofiset ongelmat ovat keskeisiä myös robottiikan piireissä, joista yksi on kehysongelma, joka liittyy autonomisen agentin saatavilla olevan tiedon määrään ja tämän implikoimaan päättelyketjujen äärettömään pituuteen (Jyri Huttunen, Robottiikan historia, 2004).

3.2 Robotisaatio

Vaikka robotteja on ollut teollisuuden käytössä jo pitkään, ei ilmiötä ole voitu kutsua robotisaatioksi kuin muutaman vuoden ajan. Robotisaatiolla tarkoitetaan ilmiötä, jossa robotit pystyvät korvaamaan ihmisen työsuorituksen yhä useammassa työssä ja hoitamaan yhä laajempaa tehtäväkenttää (RoboticsFinland, kiinnostava robotisaatio, 2018).

Teknologia kehittyy nopeasti ja sen avulla voidaan säästää kustannuksissa, tehostaa toimintaa ja kokonaisvaltaisesti parantaa toimintaa. Robottiikka on nykyään osa yhteiskuntaa ja kun uutta teknologiaa hyödynnetään täysmääräisesti, aiheuttaa se merkittävää tuottavuuden kasvua koko yhteiskunnalle (Valtiovarainministeriö, Tekoäly ja robotisaatio, 2021).

Moderni robottiikka hyödyntää tekoälyä ja se tarjoaa mahdollisuuksia toiminnan kehittämiseen yhteiskunnan monilla eri sektoreilla. Tekoäly on kokoelma erilaisia sovelluksia ja teknologioita koneoppimisesta data-analyysiin ja luonnollisen kielen käsittelyyn. Tekoäly mahdollistaa koneiden, ohjelmien, laitteiden, järjestelmien ja palveluiden toimimisen tehtävän ja tilanteen mukaisesti järkevällä tavalla, mutta se edellyttää tekoälyltä tiettyjä ominaisuuksia. Tekoälyltä vaaditaan autonomisuutta, oppivuutta ja suorituskykyä. Robottiikka voi tarkoittaa niin laitetta, kuin ohjelmistoa. Robottiikka tuottaa ratkaisuja lähes kaikkiin ongelmiin, joita yhteiskunnassa esiintyy (Valtiovarainministeriö, Tekoäly ja robotisaatio, 2021).

Tällä hetkellä uusia keksintöjä syntyy räjähdysmäisellä vauhdilla. Kehityksen mukana robotteja syntyy moniin eri tehtäviin, kuten kaupallisiin, teollisiin ja asiakaspalvelutehtäviin. Kun standardoitu ohjelmisto ja ulkoinen laitteisto muodostavat hyvän perustan, on räjähdysmäinen kehitys mahdollista. On suhteellisen helppoa kehittää uusia malleja, kun pyörää ei tarvitse keksiä uudelleen. Kun robotteja aletaan tuottaa suuria määriä, laskee samalla hinnat (Ford, 2015, 24).

Robotisaatio voidaan nähdä sekä uhkana, että mahdollisuutena. Taloudellinen arvonmuutos on perustunut ihmistyölle ja kun ihmisiä korvataan roboteilla, syntyy vaikeita kysymyksiä, joihin pitäisi pystyä vastaamaan. On kuitenkin totta, että joihinkin töihin on kannattavampaa laittaa robotti ihmisen tilalle. Robotit pystyvät käsittelemään suuria määriä tietoa paljon ihmistä nopeammin, sekä havaita ja hallita isoja kokonaisuuksia paremmin. Ne pystyvät myös analysoimaan dataa sekä tilanteita ja ehdottamaan ratkaisuja (Roboticsfinland, kiinnostava robotisaatio, 2018).

On myös mahdollista kloonata ohjelmistosovelluksia sekä koneita. Lisäksi kloonaaminen on monissa tapauksissa edullisempaa, kuin ihmisen palkkaaminen. Yritys voi ostaa yhden koneen ja kloonata sen useaksi muuksi koneeksi. Tämä voisi johtaa siihen, että monien yritysten ja alojen tuottavuus lisääntyisi merkittävästi ja samalla, työntekijöiden määrä vähenisi huomattavasti (Ford, 2015, 90-91).

Vaikka robottien puhutaan vievät ihmisiltä työpaikkoja, tuovat ne myös jatkuvasti uudenlaisia työpaikkoja ja niitä voi olla vaikea edes kuvitella. Esimerkiksi koodareita, data-analytiikkoja ja robotinkorjaajia ja kunnossapitäjiä tarvitaan koko ajan enemmän. Robotit ovat parhaimmillaan rutiininomaisissa tehtävissä, joissa toistuu samat, ennalta määritetyt toimenpiteet. Kun robotit hoitavat rutiininomaisia tehtäviä, pääsevät ihmiset tekemään sitä mitä he osaavat parhaiten, eli luomaan uutta ja miettimään asioita uusilla tavoilla (Kauppalehti, Robotit tuovat työpaikkoja, 2017).

3.3 Robottiikan hyödyt ja haitat asiakaspalvelussa

Mitä on automatisoitu asiakaspalvelu tarkoittaa? Asiakaspalvelun automatisointi on inhimillisen vaivan vähentämistä. Automatisointia käytetään usein rutiininomaisissa tehtävissä, jotka toistuvat usein. Aikaa ja vaivaa säästyy sekä asiakkaalta, että asiakaspalvelun työntekijältä, kun asiakaspalvelijan ei tarvitse selittää yksinkertaisia ja rutiininomaisia asioita erikseen ja asiakas ei joudu odottamaan pitkiä aikoja. Automatiikan avulla voidaan myös tarjota asiakkaalle vaihtoehtoisia ratkaisuja. Kun asioita automatisoidaan, voidaan tärkeimmille ja monimutkaisimmille aiheille ja asioille antaa enemmän huomiota. Toimiva asiakaspalveluautomaatio vaatii tiettyjä prosesseja ja malleja toimiakseen oikein. Ne antavat myös asiakkaalle mahdollisuuden hoitaa asioita itse helposti sekä nopeasti. Parhaassa tilanteessa apua ei tarvitsisi pyytää asiakaspalvelijalta tai muulta ihmiseltä. (Freshdesk, How automated customer service can improve your support, 2020).

Kone tarjoaa etenkin usein kysytyihin kysymyksiin vastaukset paljon ihmistä nopeammin. Apua on myös saatavilla mihin aikaan tahansa, sillä automaatiotyökalut eivät tarvitse unta. Asiakaspalvelu on käytössä 24/7., joten palvelu nopeutuu ja tietoa saadaan nopeammin (Freshdesk, How automated customer service can improve your support, 2020).

Automatisointi asiakaspalvelu hyödyttää asiakaspalvelijoita huomattavasti. Tylsät, rutiininomaiset ja samanlaisina toistuvat tehtävät voivat olla tylsiä ja vähentää työmotivaatiota. Jos ja kun nämä asiat voidaan automatisoida, vähentää se huomattavasti asiakaspalvelijoiden työmäärää. Usein kysytyt kysymykset eivät ole enää asiakaspalvelijan listalla, kun helpot työt ohjautuvat muualle. Kun työntekijöillä on enemmän aikaa, voivat he keskittyä tekemään monimutkaisempia tehtäviä, joita ei voida automatisoida (Automate, professional service robots and al improving customer service, 2019).

Kun asiakaspalvelu tai osa siitä automatisoidaan, on sillä suuria taloudellisia merkityksiä. Kun palvelutilanteiden ja kontaktien määrä kasvaa, joutuu yritys hankkimaan uusia työntekijöitä, jotta asiat saadaan hoidettua. Jos työstä puuttuu merkityksellisyys ja se on tylsää, voi työsuhteet muodostua lyhytaikaisiksi ja teho olla huono. Vaihtuvuuden ollessa suurta, uusien työntekijöiden perehdyttämisestä ja rekrytoinnista voi muodostua suuriakin kuluja. Automaatiojärjestelmien käyttöönotto on usein kertaluontoinen investointi, jota voidaan kehittää ja päivittää yrityksen oman tarpeen mukaan. Automatisoimalla asiakaspalvelusta rutiininomaiset tehtävät, säästyy aikaa ja rahaa, jonka voi käyttää muihin tärkeisiin asioihin (Automate, professional service robots and al improving customer service, 2019).

Monet asiakkaat kokevat automatisoidun asiakaspalvelun hyväksi ja mukavaksi tavaksi kommunikoida, mutta osalla on kuitenkin varauksia robotteja kohtaan. He eivät halua, että palvelu menettää ”inhimillisen kosketuksen”. Monet haluavat edelleen mahdollisuuden puhua ihmisen kanssa, siksi automatisointimenetelmät eivät miellytä kaikkia. Yritykset eivät voi ottaa huomioon vain kustannuksia lisätessään asiakaspalvelurobotteja asiakaspalveluun. On tärkeää suunnitella ja kehittää älykkäitä ja myötätuntoisia asiakaspalvelurobotteja, joista on hyötyä asiakkaille, yritykselle ja työntekijöille (Automate, professional service robots and al improving customer service, 2019).

Ihminen kaipaa ohjausta siihen, kuinka robotin kanssa kommunikoidaan. Kommunikointi robotin kanssa ei vielä ole mutkatonta, joka voi aiheuttaa ongelmia. Teknologia on vielä kehitysvaiheessa, joka näkyy kaksisuuntaisessa keskustelussa. Ihminen sietää virheitä tiettyyn pisteeseen saakka ja toivoo, että virheet korjataan nopeasti. Robotin tulisi itse pystyä viestimään asiakkaalle, mikä sen käyttötarkoitus ja tehtävä on, sekä miten ja mihin robottia tulisi käyttää (SDN Finland, palvelurobotiikan käyttö palvelumuotoilussa suomessa, 2019).

4 Chatbot

Chatbotit ovat lähivuosina vakiinnuttaneet paikkaansa yritysten verkkosivuilla. Tätä on edesauttanut asiakkaiden odotukset ja kulutustottumukset verkossa. Nykypäivänä nopeus, oikeanlainen viestintä ja vuorovaikutus ovatkin nousseet vahvaksi ja tärkeäksi kilpailueduksi verkkoliiketoiminnassa. Sähköposti tai esimerkiksi perinteinen yhteydenottolomake ei enää riitä, vaan tarvitaan jotain enemmän (Finnchat, Chatbot opas, 2021).

Chatbot on kuin on virtuaalinen keskusteluagentti. Chatbot on itsenäinen, verkkosivuilla toimiva avustaja, joka on riippuvainen ihmisen tekemästä rakennus- ja kehitystyöstä. Chatbot ei vielä itsessään käsitteenä viittaa tekoälyyn, vaan kyseessä on automaatio, joka pohjaa toimintansa sille asetettujen sääntöjen mukaisesti. Näiden sääntöjen ja komentosarjojen perusteella se voi käydä keskustelua automaattisesti, matkien ihmisten tapaa keskustella. Chatbot esitetään käyttäjälle chat-ikkunana ja usein käyttäjälle esitetään vaihtoehtoja, joita klikkaamalla chatbot suorittaa sille ennalta määritellyt toimenpiteet. Yrityksen verkkosivuilla oleva chatbot keskittyy usein palvelemaan yrityksen asiakkaita ja parantamaan heidän asiakaskokemustaan. Tällainen on usein käyttäjälle miellyttävä ja nopea vuorovaikutustapa (Finnchat, Chatbot opas, 2021).

Chatbotin päätavoitteena on lisätä myyntiä, vuorovaikutusta ja tehostaa asiakaspalvelua. Asiakaspalvelun automatisoinnin rooli on lähivuosina kasvanut ja nykyään robotit tekevät usein helpot ja rutiininomaiset työt, jolloin ihmisasiakaspalvelijat voivat keskittyä haastavampiin tehtäviin. Reaaliaikainen asiakaspalvelu on avainasemassa hyvässä asiakas- ja palvelukokemuksessa ja chatbot tarjoaa palvelua vuorokauden ympäri (Finnchat, Chatbot opas, 2021).

Chatbotin tarkoitus ei ole korvata ihmistä. Se ei ole edes mahdollista, vaan chatbot avustaa silloin, kun tehtävä on automatisoitavissa, eikä vaadi ihmisen osaamista. Chatbotit osaavat hoitaa itsenäisesti toistuvia, yksinkertaisia toimenpiteitä verkkosivuilla, joita on esimerkiksi helppoihin kysymyksiin vastaaminen. Jos chatbot ei osaa antaa vastausta, voidaan käyttäjä usein ohjata suoraan asiakaspalvelijan juttusille. Chatbotin älykkyyden muodostaa alusta, jolle se toteutetaan. Miltein kaikki alustat pystyvät rakentamaan chatbotin, joka pystyy vastausten perusteella tehostamaan myyntiä ja markkinointia tai esimerkiksi keräämään liidejä (Finnchat, Chatbot opas, 2021).

Markkinoilla on tällä hetkellä paljon chatbotteja ja uusia nousee jatkuvasti esiin. On mahdollista ostaa täysin valmis chatbot-paketti, jolloin ei itse tarvitse suunnitella tai rakentaa mitään. Yritykset tarjoavat myös pohjia, joiden päälle voi itse rakentaa ja suunnitella oman chatbotin. Chatbotteja löytyy joka lähtöön, on olemassa alkeellisia sekä kehittyneempiä versioita. Vaikka tekoäly yhdistetään usein chatbotteihin, suurin osa chatboteista toimii ilman sitä (Salescommunications, suomenkielinen chatbot, 2018).

4.1 Chatbotin historia ja kehitys

Chatbotit eivät ole uusi keksintö, vaan niiden juuret juontavat hieman yllättäenkin jopa vuosikymmenien taakse. Lähivuosina, kun chatbotit ja tietojärjestelmät ovat kehittyneet, ovat ne yleistyneet ja päässeet kunnolla tositoimiin (Salesforce, Chatbot FAQ).

Maailman ensimmäinen chatbot on otettu käyttöön jo ennen tietokoneita. Chatbotin on kehittänyt Joseph Weizenbaum vuonna 1966 ja se oli nimeltään Eliza. Se osasi tarkastella sille syötettyjä avainsanoja ja vastata asetettujen sääntöjen mukaisesti. Luonteva keskustelu kesti hyvin vähän aikaa. Tätä samaa menetelmää käyttävät edelleen monet chatbotit, tietenkin hieman kehittyneemmin (Daffodil, The History and Evolution of Chatbots, 2019).

Seuraava chatbot oli nimeltään Parry. Parryn suunnitteli amerikkalainen psykiatri Kenneth Colby vuonna 1972. Ohjelma jäljitteli skitsofreniaa sairastavaa potilasta ja sen oli tarkoitus simuloida tautia. Parryn jälkeen keksittiin chatbot nimeltään Jabberwacky. Chatbotin kehitti Rollo Carpenter vuonna 1988. Sen tarkoituksena oli simuloida ihmisten luonnollista keskustelua viihdyttävällä tavalla (Onlin, The history of chatbots, 2017).

Dr. Sbaitso on Creative Labs:in vuonna 1992 kehittämä chatbot, jonka kerrotaan olevan yksi ensimmäisistä tekoälyä sisältävistä chatboteista. Se tunnetaan sen täydellisestä ääniohjatusta chat- ohjelmasta. Chatbot keskusteli käyttäjän kanssa kuin psykologi. Suurin osa sen vastauksista oli kysymyksiä, kuten ”miltä sinusta tuntuu?”, eikä keskustelu ollut kovinkaan vuorovaikutteinen. Sitten tuli A.L.I.C.E, jonka kehitti Richard Wallace vuonna 1995. Chatbot oli kehittynyt ja se voitti Loebner- palkinnon kolmesti. A.L.I.C.E yritti myös läpäistä Turingin testiä, mutta ei siinä koskaan onnistunut. Turing testissä selvitetään, pystyykö kone ajattelemaan älykkäästi ihmisten tavoin (Daffodil, The History and Evolution of Chatbots, 2019).

Ajan myötä teknologia ja viestintäalustat ovat kehittyneet, joiden vuoksi chatbottienkin kehitys on mennyt huimasti eteenpäin. Myös tekoäly ja sen tekniikat ovat auttaneet kehittäjiä viemään chatbotit ja niiden toiminnot uudelle tasolle. Tänäpäivänä chatbotit käsittelevät jopa rahatapahtumia, käsittelevät tilauksia, ratkaisevat käyttäjien ongelmia ja paljon muuta (Daffodil, The History and Evolution of Chatbots, 2019).

Chatbottien matka vuodesta 1960 tähän päivään asti on ollut mielenkiintoinen. Chatbotit ovat kehittyneet toiminnallisuudessa ja käyttöliittymässä, eikä niiden merkitystä liike-elämälle voida jättää huomioimatta (Daffodil, The History and Evolution of Chatbots, 2019).

4.2 Miten chatbot toimii ja mitä sillä voi tehdä?

Chatbot on automatisoitu palvelumuoto, jossa asiakas voi tehokkaasti keskustella chatbotin kanssa chat-ikkunan, tai muun viestimen kautta. Usein chatboteilla on ennalta kirjoitettuja vastauksia, jotka liittyvät suurimmaksi osaksi yleisimmin kysytyihin kysymyksiin. Kun asia kirjoitetaan chatbottiin, hakee chatbot vastauksen nopeasti ja käyttäjä saa vastauksen heti. (Novellus, Miten asiakaspalvelun automatisointi voi parantaa asiakaskokemusta?, 2020).

Chatbotteja voidaan luokitella kolmeen eri luokkaan, joita ovat käsikirjoitetut chatbotit, älykkäät chatbotit ja hybridi chatbotit. Näistä yksinkertaisin on ensimmäinen, eli käsin kirjoitetut chatbotit. Vuorovaikutus kyseisten chatbottien kanssa pohjautuu ennalta ohjelmoituihin ja sääntöpohjaisiin dialogeihin. Chatbotilla on etukäteen valitut vaihtoehdot, joista käyttäjän tulee valita vastaukset ja kysymykset. Älykkäät chatbotit sen sijaan tarjoavat käyttäjille mahdollisuuden päättää ja kirjoittaa itse haluamansa vastaukset ja kysymykset. Chatbot osaa kommunikoida käyttäjän kanssa, sillä se osaa tulkita ja ymmärtää keskustelua. Vaikka kyseinen chatbot on älykäs, ovat vastausvaihtoehdot yleensä jo valmiiksi kirjoitetut. Viimeisenä ovat hybridi- chatbotit, jotka ovat vielä astetta taitavampia, kuin älykkäät chatbotit. Ne osaavat tulkita vapaasti kirjoitettua, ennalta arvaamatonta tekstiä, mutta käyttää hyväkseen myös ennalta määriteltyjä keskustelupolkuja. Tekoäly auttaa hybridi-chatbottia muodostamaan sujuvampaa vuorovaikutusta käyttäjän ja chatbotin välille ja ennalta käsin kirjoitettu osuus auttaa opastamaan käyttäjää toimimaan tietyissä tilanteissa oikein (Salesforce, Chatbot FAQ, 2018).

Näistä kolmesta chatbotista kaksi käyttää toiminnassaan tekoälyä. Tekoäly on tietojenkäsittelytieteen osa-alue, jota käytetään älykkäiden koneiden ja ohjeiden luomiseen. Tekoälyn tavoitteena on matkia ihmisten toimintaa ja tajuntaa, sekä suorittaa tehtäviä ihmisten tapaan. Yksinkertaistettuna tekoäly tarkoittaa koneen tai ohjelman kykyä oppia ja ajatella (Tekoäly.info, Mitä tekoäly on, 2021).

Älykkäimmät chatbotit käyttävät toiminnassaan myös koneoppimista. Koneoppiminen kuuluu tekoälyn osa-alueisiin ja sen tarkoituksena on luoda itsenäisesti ohjelmisto, joka ilman ennalta määrättyä algoritmia onnistuisi pääsemään haluttuun lopputulokseen. Chatbottien kannalta tämä tarkoittaa sitä, että chatbotit oppivat jokaisesta ihmisten kanssa käydystä keskustelusta ja hyödyntävät oppimaansa tietoa tulevissa keskusteluissa. Vielä tänäkin päivänä kuitenkin yleisimmät käytössä olevat chatbotit ovat käsikirjoitettuja. Chatboteissa ei siis aina ole tarpeen hyödyntää tekoälyä, vaan ilman sitäkin pärjää hyvin. Tekoäly kuitenkin tehostaa chatbotin toimintaa paljon ja sen avulla luodaan asiakkaalle usein parhaimmat asiakaspalvelu kokemukset (Tekoäly.info, Mitä tekoäly on, 2021).

Chatboteilla on monia käyttötarkoituksia. Ne vaihtelevat liiketoiminta-aloittain, mutta käyttötarkoitukset voidaan jakaa pääpiirteittäin myynnin edistämiseen, vuorovaikutuksen

kasvattamiseen, liidien generointiin ja asiakaspalvelutehtäviin (Finnchat, Chatbot-opas, 2021).

Chatbottien rooli on kasvanut asiakaspalvelun toistuvien tehtävien automatisoinnissa. Usein kuulee, että chatbottien tehtävä olisi korvata asiakaspalvelijat, mutta näin ei kuitenkaan ole. Kyse on asiakaspalvelun tehostamisesta. Kun chatbot hoitaa toistuvia, yksinkertaisia kyselyitä, jää asiakaspalvelijoille aikaa hoitaa haastavampia tapauksia, joita chatbot ei voi itse hoitaa. Yleisimmin chatbotit siis auttavat yrityksiä palvelemalla asiakkaita paremmin ja samalla nopeammin (Finnchat, Chatbot-opas, 2021).

Chatbotit neuvovat ja auttavat käyttämään tuotteita ja palveluita oikein, suosittelevat hyviä vaihtoehtoja sekä osaavat olla hauskojakin. Usein asiakaspalveluun syntyy väkisinkin jonoa ja jonotusaika voi olla todella pitkäkin. Chatbotin kanssa näin ei kuitenkaan tapahdu, sillä se hankkii tiedon jopa tuhansia kertoja ihmistä nopeammin. Parhaimmillaan chatbotit ovat rutiininomaisissa sekä pienissä tehtävissä, joissa ei tarvita vaativia päättelytaitoja tai tulkintoja. Tällaisia tehtäviä ovat esimerkiksi tilaustietojen käsittely sekä yrityksen aukioloajoista ja yhteystiedoista informointi. Chatbotit ovat hyviä toimimaan myös ihmisten välissä; soittamalla palveluun, jossa valitset oikean tahon, toimii chatbot välittäjänä. Useat myös kokevat, että chatbottien kautta on helppoa ottaa yhteyttä yritykseen. Niiden kautta on mielekästä hoitaa asioita ja vastaus saadaan nopeasti (Finnchat, Chatbot-opas, 2021).

Chatbottien suuri etu on niiden kyky palvella ja suorittaa prosesseja kellon ympäri. Chatbotit voivat tavoittaa verkkovierailijat aktiivisilla keskustelunavauksilla, valikoimaan yritykselle kävijöiden joukosta potentiaalisimmat prospektit ja avaamaan vuorovaikutussuhteen kävijän ja yrityksen välille. Kun chatbottia sekä kävijäpohjaista seurantaa hyödynnetään yhdessä asiakaspalvelijan kanssa, syntyy paras asiakaskokemus. Siksi on tärkeää, että vierailijalle tarjotaan bottikeskustelussa mahdollisuutta päästä juttelemaan asiakaspalvelijalle. Palveluaikojen ulkopuolella botti voi välittää yhteydenottopyynnön eteenpäin (Finnchat, Chatbot-opas, 2021).

Yksi suuri etu chatboteilla on ihmisiin verrattuna, nimittäin kyky oppia ja muistaa. Chatbotit oppivat datan avulla ja mitä enemmän korkeanlaatusempaa tietoa ne saavat, sitä paremmin ne oppivat. Vaikka chatbot olisi kuinka älykäs, tulee ihmisen opettaa ja kehittää sitä silti. Kehitysvaiheessa hyvää opetusdataa on jokainen keskustelu asiakkaan kanssa, chatbot muistaa keskustelun ja ensi kerralla se tietää, minkälaisista asioista keskustelija ja sen tyyppiset asiakkaat pitävät tai mistä tuotteista he aiemmin hakivat tietoa (Salesforce, Chatbot FAQ, 2018).

Chatbotit ovat tehokkaita keräämään liidejä. Liidit ovat asiakkaita, jotka osoittavat olevansa kiinnostuneita yrityksen palvelusta tai tuotteesta ja samalla antavat omat yhteystietonsa. Esimerkiksi täytetty yhteydenottolomake, jolla asiakas kertoo tarpeistaan ja pyytää yritystä

olemaan yhteydessä, on liidi. Mitä enemmän yrityksellä on liidejä, sitä enemmän voi generoida niistä kauppaa ja kasvua (Kubla, Liidi-mikä se on ja mistä niitä saa?, 2021).

Chatbot sopii hyvin myös rekrytointiin. Chatbot voi erotella verkkosivuliikenteestä työnhakijat sekä seuloa haluttuun positioon vastaavat ehdokkaat automaattisesti. Tämä nopeuttaa yrityksen toimintaa, sillä silloin se vastaanottaa enemmän laadukkaita hakemuksia halutulta kohderyhmältä. Chatbot voi tavoittaa myös passiivisia työnhakijoita esimerkiksi tarjoamalla heille mahdollisuuden jättää LinkedIn- profiilin osoitteen. Näin yritys voi halutessaan lähestyä heitä (Finnchat, Chatpot-opas, 2021).

Chatbotit eivät aina edellytä tekoälyä. Ne voivat toimia tehokkaasti ja hyvin sille asetettujen tavoitteiden mukaisesti ilmankin. Tämä mahdollistaa sen, ettei yrityksen tarvitse sitoa taloudellisia tai aikasidonnaisia resursseja tekoälybotin toteutukseen, mikäli se ei ole käyttötarkoitukselle pakollinen (Finnchat, Chatpot-opas, 2021).

Kun chatbotit ja ihmiset työskentelevät yhteistyössä, päästään parhaimpiin mahdollisiin tuloksiin. Chatbotti ei korvaa aitoa vuorovaikutusta ihmisen kanssa, mutta auttaa purkamaan ruuhkaa ja nopeuttamaan palvelua (Salesforce, Chatbot FAQ, 2018).

4.3 Chatbottien haasteet

Chatbottien käyttöön liittyy myös haasteita, joista suurin on yksinkertaisesti se, että ne eivät ole ihmisiä. Chatbot rakennetaan päätöspuologiikan mukaisesti, joka tarkoittaa sitä, että chatbot toimii sen mukaan, mitä siltä kysytään. Jos esimerkiksi asiakas kysyy ravintolan chatbotilta ruuista, vastaa chatbot lähettämällä ravintolan ruokalistan. Chatbotit eivät siis ainakaan vielä ole tarpeeksi älykkäitä selviämään kaikesta tarvittavasta viestinnästä. Keskustelumuotoilulla voidaan kuitenkin saada apua robottimaiseen ja kaavamaiseen viestittään. Siinä on kyse sujuvien keskustelukokemusten rakentamisesta ja siitä, että kone saataisiin toimimaan mahdollisimman samantapaisesti, kuin ihminen toimisi vastaavassa tilanteessa. Chatbotin kyky oppia on suuressa roolissa, sillä ne oppivat jokaisesta keskustelusta dataa keräämällä. Pikkuhiljaa vuorovaikutus kehittyy, jolloin keskustelusta chatbotin kanssa tulee helpompaa. (Salesforce, Chatbot usein kysytyt kysymykset, 2018).

Chatbottien oppiminen tapahtuu aidoissa asiakastilanteissa ja pahimmassa tapauksessa asiakas ei onnistu saamaan vastausta chatbotilta. Jo kehittämisvaiheessa tulisi ottaa loppukäyttäjät mukaan, sillä näin saadaan oleellista tietoa siitä, mitä kyseiseltä chatbotilta halutaan ja millaisiin kysymyksiin tarvitaan vastauksia. Mikään chatbotti ei ole täydellinen, vaikka kehitystä tapahtuu koko ajan (Salesforce, Chatbot usein kysytyt kysymykset, 2018).

Ihmisten toimintaa on vaikea ennustaa, joka tuo lisähaastetta chatboteille. Ihmiset eivät reagoi samoin tavoin eikä voida ennustaa, miten ihmiset toimivat tietyissä tilanteissa. On myös vaikea sanoa, kuinka ihmiset ja asiakkaat suhtautuvat chatbotteihin. Monet haluavat keskustella ihmisen kanssa, eikä halua edes kokeilla keskustelua chatbottien kanssa, vaikka se toimisi kuinka hyvin. Taustalla voi olla huonoja kokemuksia aikaisemmista keskusteluista chatbottien kanssa. On siis aina oltava mahdollisuus keskusteluun ihmisen kanssa (Salesforce, Chatbot usein kysytyt kysymykset, 2018).

Chatboteilla on rajallinen kysy tehdä asioita, jonka takia ne voivat hoitaa hyvin vain tietyn määrän tehtäviä. Multitaskaajaksi chatbotista ei ole, se pystyy hoitamaan yleensä yhden asian hyvin ja usean asian huonosti. Kommunikointi jo olemassa olevien järjestelmien kanssa on myös haastavaa. Ilman yhteyttä esimerkiksi johonkin tiettyyn ajanvarausjärjestelmään, sitä ei voida valjastaa kyseiseen käyttöön. Chatbotteja ei suositella esimerkiksi reklamaatioiden vastaanottamiseen tai hoitamiseen, terveydenhoitoon, rahaliikenteeseen, turvallisuuteen tai yksityisyydensuojaan liittyviin asioihin, tai yksityiskohtaista viestintää vaativiin tukipyyntöihin (Salesforce, Chatbot usein kysytyt kysymykset, 2018).

On siis hyvä muistaa, että chatbottia ei voi eikä kannata hyödyntää kaikkeen tekemiseen. Jos chatbotteja yritetään hyödyntää kaikkiin asiakkaiden ongelmiin, vaikuttaa se todennäköisesti negatiivisesti asiakaskokemukseen. Suuret lupaukset aiheuttavat brändin uskottavuutta nopeasti ja olisikin kannattavaa asettaa chatbot kertomaan heti alkuun, että keskustelua hoitaa tekoäly ja että ihmiseen on mahdollisuus saada yhteys heti, jos chatbot ei asiassa osaa auttaa. Asiakkaalle on oltava helppoa siirtyä chatbotista ihmisasiakaspalvelijan puheille (Salesforce, asiakaspalvelun chatbotit- 4 kulmakiveä onneen, 2018).

5 Tutkimuksen toteutus

Tässä luvussa kerrotaan mitkä ovat tutkimuksen tavoitteet sekä tutkimuskysymykset. Lisäksi esitellään tutkimusmenetelmät ja käydään niitä läpi. Lopuksi kerrotaan työn toteutuksesta ja rakenteesta.

5.1 Tavoite ja tutkimuskysymykset

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia, kuinka automatisaatiota ja robotismia voidaan hyödyntää asiakaspalvelussa, pääpainona chatboteissa. Lisäksi vertaillaan kolmea suomenkielistä chatbottia Leadoon tarjoamaan chatbottiin ja tarkoitus on selvittää, olisiko jonkun muun palveluntarjoajan chatbot monipuolisempi ja MMA:n tarpeita paremmin palveleva. Opinnäytetyössä toimeksiantajana on Myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset, jotka käyttävät Leadoon tarjoamaa chatbottia jäsenneuvontaan jäsenille Oma MMA sivuilla, perusohjeistukseen ja kiinnostuksen herättämiseen julkisilla sivuilla. Heille on tärkeää, että chatbot on heidän omiin tarpeisiinsa skaalautuva ja joustava.

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä ovat;

- Kuinka robotismia voidaan hyödyntää asiakaspalvelussa?

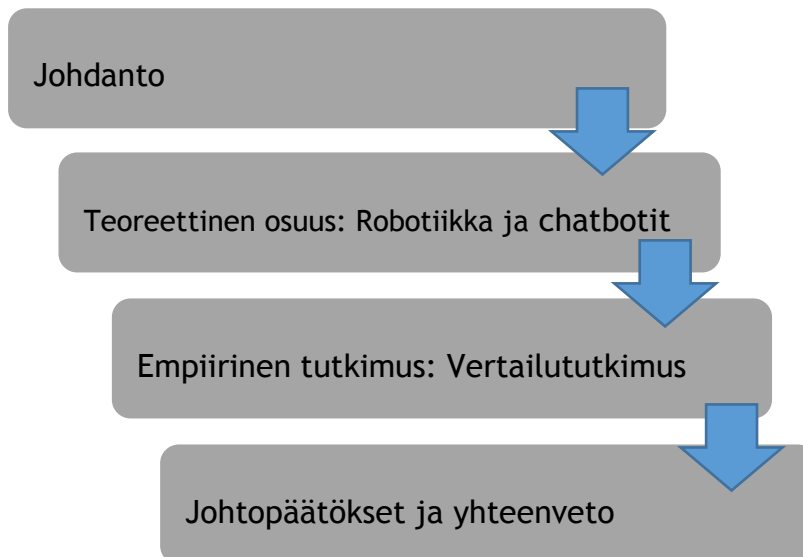
-Onko jonkin muun palveluntarjoajan chatbot monipuolisempi ja MMA:n tarpeita paremmin palveleva, kuin Leadoon tarjoama chatbot?

5.2 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyö on toteutettu kvalitatiivisella, eli laadullisella tutkimusmenetelmällä. Aineisto tutkimukseen kerätään internetistä, kirjoista ja oppaista. Tutkimus toteutetaan vertailututkimuksena, joka tarkoittaa sitä, että valmista dataa apuna käyttäen pyritään kartoittamaan erilaisia asioita tutkittavasta kohteesta. Vertailututkimus on tutkimusstrategia, jonka tarkoituksena on hahmottaa valikoitujen tapausten välillä olevia eroja, sekä yhtäläisyyksiä. Erilaiset tapaukset, prosessit tai yksilöt ovat usein vertailukohteita, jos ne ovat jollain tapaa todettu yhteismitallisiksi, eli vertailukelpoisiksi. Usein vertaileva tutkimus perustuu määrällisiin aineistoihin sekä tilastollisiin analyysimenetelmiin. Joskus se voi perustua myös myös laadullisten aineistojen ja analyysimenetelmien käyttöön (Koppa, Vertaileva tutkimus, 2015). Vertailututkimus on toteutettu hyväksikäyttäen tietoa, jota olen kerännyt chatbot- tarjoajien nettisivuilta. Lisäksi olen saanut tietoa chatbot- yritysten markkinointijohtajilta.

5.3 Työn toteutus ja rakenne

Tutkimus toteutetaan vaiheissa. Ensin käydään teoreettisesti läpi robotiikkaa ja kuinka sitä voidaan hyödyntää asiakaspalvelussa. Lisäksi käsitellään chatbotteja sekä niiden toimintaa. Tässä osuudessa on tarkoitus syventyä olennaiseen teoriapohjaan tutkimuksen kannalta. Sen jälkeen käydään perusteellisesti läpi neljän valitun suomalaisen chatbotin ominaisuuksia. Kerätyt tiedot esitellään yksi chatbot kerrallaan. Tämän jälkeen aloitetaan vertailu kerätyn tiedon perusteella. Vertailussa selvitetään, mitä eroavaisuuksia ja samankaltaisuuksia chatboteista löytyy. Tutkimusosuuden jälkeen esitellään tulokset ja johtopäätökset.



Kuvio 1. Opinnäytetyön rakenne

6 Vertailtavat chatbotit

6.1 Finnchat

Finnchat on vuonna 2012 perustettu suomalainen yhtiö (Finder, Finnchat, 2020), joka kuvailee itseään laadukkaimmaksi vuorovaikutuksen tarjoajaksi verkossa. Finnchatilla yhdistyy johtava teknologia sekä henkilökohtainen palvelu. Toiminnassaan he käyttävät Intercom-tekniikkaa, joka on markkinoiden johtavin. Yritys tuottaa palveluita yli kahden miljoonan chat- keskustelun kokemuksella (Finnchat, Yritys, 2020). Yrityksen liikevaihto oli vuonna 2019 1975 miljoonaa euroa ja se työllistää vajaa 50 ihmistä (Finder, Finnchat, 2020).

Finnchatille on tärkeää toimia laadukkaasti ja se on heille tehokkuutta tärkeämpää. Vaikka tehokkuus on heille tärkeää, siihen ei laadun kustannuksella pyritä. Tällä Finnchat luo kestävä kilpailuetua itselleen. Palvelun laatua mitataan asiakaskokemukseen pohjaten, ei tehokkuuteen. Yrityksessä ollaan ajan tasalla kehittyvistä teknologioista ja ihmisten odotuksista palvelun suhteen. Palvelumalleja kehitetään jatkuvasti ja työyhteisö toimii jatkuvan oppimisen periaatteella. Hyvä asiakaskokemus sekä laadukas palvelu johtavat asiakasuskollisuuteen ja sitä myötä luonnollisesti parempiin tuloksiin (Finnchat, Yritys, 2020).

Finnchat tarjoaa yksilöllisesti tarpeisiin muotoillut chatbotit sekä niiden jatkuvan seurannan, optimoinnin sekä raportoinnin. Chatbotit toteutetaan markkinoiden edistyneimmällä Intercom- tekniikalla widget- ikkunassa. Chatbot aktivoi uusia ja palaavia kävijöitä, opastaa heitä tiedon äärelle ja avustaa kohti tavoitteita. Se myös ohjaa tarvittaessa henkilökohtaisen chat- palvelijan juttusille. Chatbot tarjoaa persoonallisen palvelukokonaisuuden vuorokaudenajasta riippumatta. Yritys tarjoaa myös sivustolle upotettavia sisältöbotteja, jotka ovat erityisen hyviä työkaluja muuttamaan sivustovierailijat aktiivisiksi osallistujiksi. Sisältöbotit sopivat todella hyvin esimerkiksi verkkosivustolla tapahtuvaan asiakaspalveluun, myyntiin tai rekrytointiin. Chatbot kerää myös tehokkaasti liidejä (Finnchat, Chatbot, 2020).

Kaikki liikehdintä verkkosivulla ei ole yritykselle yhtä arvokasta. Finnchat auttaa yrityksiä tunnistamaan ja segmentoimaan juuri heille tärkeitä kävijöitä. Intercom- tekniikan avulla on mahdollista puhutella kävijöille eri tavoin ja juuri heille oikealla tavalla. Se tapahtuu automaattisen kävijöiden segmentoinnin avulla. Tekniikka tunnistaa, missä vaiheessa ostopolkua kävijä on ja tämän takia se osaa puhutella kävijöitä juuri oikealla tavalla (Finnchat, asiakastiedon hyödyntäminen, 2021).

Finnchat tarjoaa maksuttoman kartoituksen, jossa tavoitteet määritellään yhdessä asiakkaan kanssa. Sen jälkeen Finnchat suunnittelee ostopolut ja chatbot- keskustelut. Kun nämä ovat valmiina, chatbotit toteutetaan ja asennetaan. Tuloksia seurataan ja niistä toimitetaan selkeät raportit. Tulosten perusteella vuoropuhelua kehitetään yhä paremmaksi (Finnchat, Chatbot, 2020).

6.2 Smilee

Smilee on perustettu vuonna 2014 ja se on suomalainen yhtiö, jonka pääasiallinen toimiala on IT-konsultointi sekä IT-palvelut (Finder, Kommeet Oy, 2021). Smilee kuvailee tarjoavansa helppokäyttöistä, kustannustehokasta ja automatisoitua chatbottia, joka on yhdistettävissä livechattiin. Automatisoidut chatbotit sopivat niin liidinhankintaan, rekrytointiin kuin asiakaspalveluun (Smilee, Chatbot, 2021). Yrityksen liikevaihto oli vuonna 2019 620 tuhatta ja tilikauden tulos -66 tuhatta. Työntekijöitä oli noin 10 (Finder, Kommeet Oy, 2021).

Smilee tarjoaa chatbottia, joka nopeuttaa ja automatisoi asiakaspalvelua. Se sopii moneen eri tarkoitukseen ja on helppo rakentaa, lisäksi se on mobiiliystävällinen. Se voi esimerkiksi esikartoittaa, vastata usein kysyttyihin kysymyksiin tai rutiinikysymyksiin, kerätä liidejä tai tarjota asiakkaalle asiakaspalvelua vuorokauden ympäri. Chatbot voi palvella asiakasta yksin, tai yhdessä ihmisasiakaspalvelun kanssa. Se voi myös aina tarvittaessa siirtää keskustelun ihmisasiakaspalvelijalle (Smilee, Chatbot, 2021).

Chatbotin keskustelupolun voi rakentaa ja suunnitella itse ja sitä voi helposti muokata tarpeen tullen. Se ei vaadi lainkaan koodausosaamista, sillä yritys tarjoaa helppokäyttöisen rakennustyökalun, jonka avulla muokkaus sujuu mutkattomasti. Chatbotin ulkonäön voi myös määritellä itse, logo, tekstit, botin nimi, värit, palveluajat ja kielet ovat täysin itse muokattavissa. Chatbot taipuu moneen eri käyttötarkoitukseen ja keskusteluja voi rakentaa niin monta, kuin asiakas sivuilleen haluaa. Käyttötarkoituksia on esimerkiksi liidigenerointi, asiakaspalvelu ja rekrytointi. Smileen mukaan heidän asiakkaansa ovat generoineet jopa 40 % enemmän liidejä chatbottien avulla. Chatbot päivystää ympäri päivän ja muuttaa sivukävijät kuumiksi liideiksi. Rekrytoinnissa chatbot auttaa kysymällä hakijoilta avainkysymyksiä, ohjaa työpaikkasivulle tai ehdottaa heille sopivia tai avoimia työpaikkoja. Chatbot tehostaa rekrytointia ja ottaa kaikki hakijat huomioon, sekä nostaa työnantajabrändiä (Smilee, Chatbot, 2021).

Chatbot myös raportoi keskusteluja. Botin tuloksia voi seurata reaaliajassa Google Analyticsistä, josta näkee, kuinka botin polku etenee ja mihin se päättyy. On myös mahdollista lisäpalveluna ottaa analyttikot visualisoimaan chatin polkuja dashboardiin. Lisäksi he tarvittaessa auttavat botin kehityksessä (Smilee, Chatbot, 2021).

Smilee tarjoaa kahta erilaista Chatbot pakettia, Basic ja Pro. Basic paketti on suunnattu pienille yrityksille ja organisaatioille ja chatbotin voi suunnitella ja optimoida itse. Paketti sisältää rajattomasti chatteja, yhden domainin, yhden botin ja basic käyttöönottokoulutuksen. Pro paketti sisältää tuen keskustelupolkujen suunnitteluun ja tulos pohjaiseen optimointiin.

Lisäksi se sisältää rajattomasti chatteja, alkaen yhden domainin ja botin, prerium tuen ja optimoinnin (Smilee, Chatbot, 2021).

6.3 GetJenny

GetJenny on suomalainen vuonna 2013 perustettu yhtiö, jonka pääasiallinen toimiala on IT-konsultointi ja IT-palvelut (Finder, GetJenny Oy, 2021). Yrityksen tavoitteena on auttaa asiakaspalvelijoita keskittymään tehtäviin, jotka vaativat fyysistä asiakaspalvelua. He antavat yrityksille mahdollisuuden ottaa käyttöön tekoälyn mihin tahansa viestintäkänavaan helposti ja ilman teknistä osaamista. Getjennyn intohimona on poistaa ihmisiltä robottimaiset askareet ja keskittää heidän osaamisensa sellaisiin tehtäviin, jotka ihmiset tekevät paremmin (GetJenny, About GetJenny, 2021). Yhtiön liikevaihto oli vuonna 2019 1,03 miljoonaa ja tilikauden tulos -245 tuhatta. Työntekijöitä oli noin 15 (Finder, GetJenny Oy, 2021).

Suomenkielinen Chatbot lupaa palvella asiakkaita automaattisesti kellon ympäri. Chatbotin automaatioaste on 87 %, joka tarkoittaa sitä, että chatbot hoitaa suurimman osan keskusteluista, jolloin asiakaspalvelijat voivat rauhassa keskittyä haastavampiin tehtäviin. Chatbotin kerrotaan olevan myös todella helppokäyttöinen, joka lisää asiakastytyvyyttä (Getjenny, Chatbot, 2021).

GetJenny tarjoaa yli 30 tuettua kieltä, joista voi valita mieleisensä omaan chatbottiin. Siinä on myös valmiit integraatiot, chatbot siis integroituu suosittuihin asiakaspalvelun järjestelmiin. Getjenny tarjoaa mahdollisuuden mitata chatbotin vaikutusta asiakasrajapinnassa, jolloin on mahdollista tehdä parempia päätöksiä. Chatbot kerää automaattisesti palautetta keskusteluista ja chatbot voi myös kutsua asiakaspalvelijan keskusteluun mukaan. Getjennyn markkinointijohtaja kertoi myös, että he ovat hiljattain julkaisseet uuden ominaisuuden, jonka avulla on mahdollista hakea dataa ulos chatbotista ja analysoida sitä valitsemassaan järjestelmässä, esimerkiksi Excelissä (Getjenny, Chatbot, 2021).

Getjenny tarjoaa kolmea erilaista chatbot pakettia. Tavallista chatbottia, edistyneempää ja prerium tasoa. Kaikissa on samat perustoiminnot, mutta edistyneemmät sisältää enemmän ominaisuuksia. Ensimmäisen tason chatbot on nappibotti. Se sisältää perustason analytiikkaa, ja vastaa automaattisesti yksinkertaisiin kysymyksiin. Chatbotin ulkoasua voi hallinnoida ja siinä on rajaton määrä keskusteluita. Pakettiin kuuluu standardi tuki, joka sisältää muun muassa tietopankin ja sähköpostin. Edistyneempi paketti sisältää kaiken, mitä edellinen taso sisältää. Lisäksi siihen kuuluu esimerkiksi yksi keskusteleva botti ja keskusteluiden analytiikka. Edistynein paketti sisältää kaiken edellä mainitun lisäksi integraatiot taustajärjestelmiin, kuten CRM: mään, räätälöidyt palvelutaso- ja tietosuojasopimukset ja

nimetyt yhteyshenkilön. Näistä kolmesta paketista voi valita, mikä sopisi itselle parhaiten (Getjenny, Chatbot, 2021).

Getjenny tarjoaa kahden viikon koekäytön veloituksetta, jolloin saa esimakua, minkälaisesta chatbotista on kyse (Getjenny, Chatbot, 2021).

6.4 Leadoo

Leadoo Marketing Technologies Oy on vuonna 2018 perustettu yhtiö, jonka pääasiallinen toimiala on mainostoimisto (Finder, Leadoo, 2021). Leadoo on myynnin ja markkinoinnin työkalu, joka on luotu liidien generointiin. Leadoon avulla autetaan asiakkaita ja saavutetaan parempia tuloksia. Perinteinen alakulman chatbotti on Leadoon mukaan edelleen yksi tehokkaimmista työkaluista yritysten nettisivuilla, mutta saatavilla on myös sisältöbotteja, jotka ovat tehokkaita aktivoimaan sivuston kävijöitä. Chatbot kerää liidejä 24/7 ja automatisoi sivuston asiakaspalvelua (Leadoo, Chatbot, 2021). Yhtiön liikevaihto oli vuonna 2020 1,72 miljoonaa ja tilikauden tulos -1,28 miljoonaa. Liikevaihto nousi 149,8 %. Työntekijöitä yrityksellä on noin 33 (Finder, Leadoo, 2021).

Tämäkin chatbot palvelee asiakkaita 24/7, ilman odottelua. Vastaukset yleisiin kysymyksiin saa nopeasti ja keskusteluun on mahdollista yhdistää asiakaspalvelija, jos tapaus on vaativampi. Yleiset kysymykset chatbot hoitaa hyvin itse ja tarvittaessa ohjaa kävijät myös oikean sisällön pariin. Chatbotin voi rakentaa täysin oman näköiseksi ja vastaamaan omaa brändiä. Keskustelut voi suunnitella asiakkaiden tarpeen mukaisesti ja kävijöitä voi puhutella yrityksen äänensävyyn mukaisesti. Keskustelupolut rakennetaan ja muokataan helposti visuaalisella työkalulla. Chatbotin ulkonäön ja äänen saa valita itse. Lopuksi chatbot optimoidaan Leadoon analytiikkatyökalun avulla (Leadoo, Chatbot, 2021).

Chatbot kerää kävijöistä dataa. Leadoon erilaisilla chatboteilla saadaan keskimäärin 30-70 % enemmän laadukkaita liidejä sivuston kävijöistä. Chatbotit muuttavat sivujen liikennettä laadukkaiksi liideiksi automaattisesti kellon ympäri. Sivuston kävijädata kerätään yhteen paikkaan, josta voi tunnistaa potentiaaliset asiakkaat nopeammin ja samalla konvertoida liidejä tehokkaammin (Leadoo, Chatbot, 2021).

Leadoo Analytics on verkkosivujen analytiikkatyökalu, joka mahdollistaa datalla johdettujen päätösten tekemisen. Työkalu on erittäin helppokäyttöinen ja visuaalinen ja siellä on mahdollista tehdä dataan perustuvia korjauksia chatbot- keskusteluihin. On tärkeää optimoida keskustelua ja Analyticsilla voidaan muun muassa nähdään kohtia, joissa ihmiset jättävät keskustelun kesken. Löydöksiä voi optimoida helposti ja nopeasti (Leadoo, Chatbot, 2021).

Leadoo tarjoaa kahta erilaista pakettivaihtoehtoa; perus- ja pro tasoa. Peruspakettiin kuuluu kaikki chatboteista analytiikkaan ja kävijöiden tunnistukseen. Pro sisältää enemmän kapasiteettia ja on laajennettu versio peruspaketista. On myös mahdollista saada omiin tarpeisiin räätälöity paketti juuri sen mukaan, mitä asiakas tarvitsee. Leadoolta voi pyytää demon chatbotista ja näin saada esimakua, minkälaista palvelua he tarjoavat (Leadoo, Chatbot, 2021).

6.5 Chatbottien vertailu

	Leadoo	Finnchat	Smilee	Getjenny
24/7	x	x	x	x
Mahdollisuus yhdistää asiakaspalvelijalle	x	x	x	x
Suomenkielinen	x	x	x	x
Kerää liidejä	x	x	x	x
Voi suunnitella oman näköiseksi	x	x	x	x
Datan analysointi	x	x	x	x
Keskustelupolkujen suunnittelu	x	x	x	x
Valmispaketti	x		x	x
Räätälöity paketti	x	x	x	
Alhaalta ponnahtava chatbot	x	x	x	x
Sisältöbotti	x	x		
Käsikirjoitettu chatbot	x	x	x	x

Taulukko 1. Tutkimukseen valittujen chatbottien vertailu

Neljällä edellä mainitulla chatbotilla on hyvin paljon samanlaisia ominaisuuksia, eikä suuria, huomattavia eroja ole. Jokainen neljästä yrityksestä tarjoaa alhaalta ponnahtavaa chatbottia, joka tarjoaa automaattisesti suomenkielistä asiakaspalvelua ympärivuorokautisesti. Kaikki ovat käsikirjoitettuja chatbotteja, eli vuorovaikutus niiden kanssa perustuu sääntöpohjaisiin ja etukäteen ohjelmoituihin dialogeihin, joista käyttäjien pitää valita kysymykset ja vastaukset hänelle valmiiksi annetuista vaihtoehdoista. Yksinkertaisiin kysymyksiin vastaukset tulevat nopeasti ja helposti ja haastavampien tilanteiden hoitoa varten chatbot voi siirtää asiakkaan joko live-chat palveluun tai suoraan asiakaspalvelijan puoleen. Kokeilin itse

jokaista chatbottia niin tietokoneella, kuin mobiililaitteella ja jokainen chatbot toimii moitteettomasti. Kaikki ovat myös hyvin selkeitä ja helppokäyttöisiä.



Kuvio 2. Käsikirjoitettu chatbot on kysynyt kysymyksen, johon vierailija vastaa annettujen vaihtoehtojen mukaan

Jokainen chatbot kerää dataa ja palautetta keskusteluista. Palveluntarjoajilla on eri tapoja, joilla botin tuloksia ja palautteita voidaan seurata, mutta jokaiselta tämä ominaisuus löytyy. On myös mahdollista saada ammattilainen tulkitsemaan tuloksia ja auttamaan kehitystyössä.

Jokaisen chatbotin suunnitteluun voi itse vaikuttaa ja chatbotit voi rakentaa tai valita omiin tarpeisiin sopiviksi. Keskustelupolut suunnitellaan asiakkaiden tarpeiden mukaan ja vastaukset asiakasyrityksen äänensävyyn mukaisesti. Ulkoasuun voi vaikuttaa, muun muassa värit saa usein päättää itse. Näissä on kuitenkin hieman eroavaisuuksia, joista kerrotaan myöhemmin lisää.

Vaikka chatboteista löytyy huomattavasti samoja ominaisuuksia, on eroavaisuuksiakin paljon. Suurimmat eroavaisuudet liittyvät chatbottien suunnittelu- ja rakennusvaiheisiin, chatbottien antaman datan analysointiin ja seurantaan sekä kokonaispaketteihin.

Jokaisen chatbotin käyttöönotto on tehty helpoksi. Leadoolla chatbotin voi rakentaa vastaamaan täysin omaa brändiä. Keskustelupolut voi luoda ja suunnitella helposti asiakkaan tarpeiden mukaiseksi ja vastaukset voi muokata puhuttelemaan yrityksen äänensävyä.

Visuaalisella työkalulla botille voi myös tehdä omannäköisen ulkonäön sekä äänen. Chatbotin optimointi tapahtuu Leadoon analytiikkatyökalun avulla. Paketteja Leadoolla on kaksi; Perus paketti ja Pro paketti, mutta vaativaan makuun he voivat myös räätälöidä ratkaisun juuri sen mukaan, mitä asiakas haluaa ja tarvitsee. Leadoolla on nettisivuilla erittäin hyvät vertailut eri paketeista, mutta tarvittaessa voi pyytää myös apua oikean paketin valitsemiseen.

Finnchat tarjoaa yksilöllisesti tarpeisiin muotoillut chatbotit ja se on mukana koko suunnittelu- ja rakennusprojektin ajan. Chatbot- projekti alkaa maksuttomalla kartoituksella, jonka jälkeen määritellään tavoitteet yhdessä asiantuntijoiden kanssa. Finnchat suunnittelee ostopolut ja chatbot keskustelut asiakasyrityksen toiveiden mukaan ja lopuksi chatbotit toteutetaan ja asennetaan. Asiakkaan ei tarvitse rakennella mitään, vaan chatbot tulee valmiina pakettina asiakkaalle. Tämä sopii hyvin asiakkaille, jotka haluavat valmiin, mutta silti yksilöllisesti rakennetun chatbotin helposti.

Smilee tarjoaa kahta eri chatbot- pakettia: Perus ja Pro. Heiltä on myös mahdollista saada täysin omiin tarpeisiin räätälöity paketti. Perus- paketissa chatbot suunnitellaan ja optimoidaan itse, paketti sisältää perus käyttöönottokoulutuksen. Keskustelupolkujen rakentaminen on helppoa monipuolisella ja joustavalla visuaalisella työkalulla. Pro- paketti eroaa perus- paketista niin, että se on räätälöitävä; siinä saa tukea keskustelupolkujen suunnitteluun ja tulos pohjaiseen optimointiin. Smilee opastaa mieluusti tehokkaaseen toteutukseen.

Getjenny tarjoaa kolmea eri chatbot- pakettivaihtoehtoa. Paketit ovat nimillä Essentials, Prerium ja Enterprise. Essentials- paketti sisältää yksinkertaisen nappibotin, jonka ulkoasua voi hallinnoida. Paketti sisältää standardin tuen, muun muassa tietopankin, sähköpostin ja chatin. Prerium- pakettiin kuuluu kaikki, mitä Essentials- paketti sisältää, jonka lisäksi yhden keskustelelevan chatbotin. Paketissa on myös ehdotuksia chatboteilta usein kysytyihin kysymyksiin. Enterprise- paketti sisältää kaiken edellä mainitun, joiden lisäksi myös nimetyn yhteyshenkilön. Getjennyn tarjoamien toiminnallisuuksien mukaan, voi chatbotista rakentaa juuri omien tarkoitusten mukaisen. Getjenny tarjoaa yli 30 tuettua kieltä ja kahden viikon koekäytön veloitusetta.

Jokainen vertailtavasta chatbotista konvertoi liidejä ja kerää dataa keskusteluista. Nettisivuja katsellessa on selvää, että Leadoo painottaa toiminnassaan liidien keruuta eniten. Leadoon markkinointijohtaja myös kertoo, että chatbot on rakennettu online-myyntin ja liidien keräämistä varten. Alustaan on rakennettu useita erilaisia ja toisiaan tukevia toiminnallisuuksia, joiden tavoitteena on auttaa yrityksiä saamaan nykyisistä verkkosivukävijöistään enemmän konversioita, jolla tarkoitetaan juuri online- myyntiä, liidejä ja yhteydenottopyyntöjä. Nettisivuilla sanotaan, että Leadoo on liidien generointiin luotu markkinoinnin ja myyntin työkalu. Leadoon chatbotti kerää nettisivujen liikenteestä

keskimäärin 30-70 % enemmän laadukkaita liidejä ja se sopii hyvin esimerkiksi myyntiliidien, tarjouspyyntöjen, ilmoittautumisten ja työhakemusten keräämiseen. Bottia suunnitellessa voi itse määrittää haluamansa liidikriteerit, joka lisää yritykselle tärkeiden ja laadukkaiden liidien määrää.

Leadoolla Analytics on verkkosivujen analytiikkatyökalu, joka mahdollistaa datalla johdettujen päätösten tekemisen. Sillä voi tunnistaa asiakkaiden tarpeita, optimoida chatbottien keskustelupolkuja ja näin saada parempia tuloksia. Analytics kertoo, mitä verkkosivuilla tapahtuu ja ketä siellä vierailee. Se on helppokäyttöinen ja visuaalinen työkalu yritykselle.

Finnchat tarjoaa yksilöllisesti tarpeisiin muotoillut chatbotit sekä niiden jatkuvan seurannan, optimoinnin ja raportoinnin kokonaispalveluna. Heillä on yli 3 000 000 verkossa käydyn asiakaskohtaamisen kokemus. Chatbotit toteutetaan widget-ikkunassa edistyneellä intercom-teknologialla. Yritys seuraa tuloksia asiakkaan puolesta ja toimittaa selkeät raportit, joiden perusteella toimintaa kehitetään yhä paremmaksi. Finnchat tarjoaa normaalien sivun alakulmasta pomppaavien chatbottien lisäksi myös verkkosivujen sekaan upotettuja sisältöchatbotteja. Ne ovat tehokkaita välineitä muuttamaan sivustovierailijat aktiivisiksi osallistujiksi. Chatbotit keräävät myös tehokkaasti liidejä.

Smilee hyödyntää datan analysoinnissa Google Analyticsiä, josta voi itse seurata Chatbotin tuloksia reaaliajassa. Sieltä näkee myös, kuinka chatbotin polku etenee ja mihin se päättyy. Smileen pro- tilauksessa analytiikot visualisoivat chatbotin polut dashboardiin ja auttavat botin kehityksessä sekä tulos pohjaisessa optimoinnissa. Smileen chatbotin avulla on myös mahdollista kerätä noin 36 % enemmän liidejä.

Getjennyllä on tarjolla kahta eri chatbot- pakettia, toiseen sisältyy perustason analytiikka ja toiseen myös keskusteluiden analytiikka. Perustason analytiikan avulla voi mitata, kuinka chatbotit edistävät menestystä ja keskusteluiden analytiikan avulla voi esimerkiksi muokata keskustelupolkuja havaittujen ongelmien mukaan. Lisäksi nähdään, kuinka asiakkaat ovat vuorovaikutuksessa chatbotin kanssa. Kaikki napinpainallukset ja muut käyttäjän toimet rekisteröidään ja raportoidaan keskustelunäkymän saamiseksi. Getjennyltä on myös hiljattain tullut uusi ominaisuus, joka auttaa kerätyn datan analysoimisessa. Asiakas voi itse hakea dataa ulos chatbotista ja analysoida sitä omassa järjestelmässään, esimerkiksi excelissä. Tämäkin chatbot kerää liidejä, mutta sitä ei ole painotettu sen enempää.

Chatbottien kustannuksia vertaillen huomasi, että monien hinnat määräytyvät sen mukaan, mitä asiakas chatbotilta haluaa. Vain Leadoo ja Smilee ovat ilmoittaneet paketeilleen hinnat, mutta myös heiltä löytyy vaihtoehto täysin räätälöity versioon, jonka lopullinen hinta määräytyy ominaisuuksien mukaan. Leadoon tarjoamat paketit ovat huomattavasti kalliimpia

kuin Smileen ja hintaeroa on monia satoja euroja. Finnchat ja Getjenny määrittelevät hinnan täysin sen mukaan, mitä asiakas chatbotiltaan haluaa.

7 Johtopäätökset

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen tulosten johtopäätökset. Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia robotismia asiakaspalvelussa ja vertailla kolmea suomenkielistä chatbottia Leadoon tarjoamaan chatbottiin. Ensin selvitettiin, mitä on automatisoitu asiakaspalvelu ja miten se toimii, pääpisteenä chatbotit. Vertailututkimusta varten oli myös tärkeää selvittää, mitä chatbotit ovat, miten ne toimivat ja mikä niiden tehtävä on. Tutkimusosiossa käytiin läpi eri palveluntarjoajan chatbotteja, jonka jälkeen niitä vertailtiin keskenään. Tavoitteena oli selvittää, olisiko jonkin muun palveluntarjoajan chatbot monipuolisempi ja MMA:lle parempi, kuin Leadoon tarjoama chatbot.

Chatbotit ovat viimevuosina vakiinnuttaneet paikkaansa yritysten verkkosivuilla. Nopeus, viestintä ja kohdennettu vuorovaikutus ovat nousseet suureksi kilpailueduksi verkkoliiketoiminnassa. Perinteiset yhteydenottotavat, kuten sähköposti, eivät enää pysty vastaamaan tarpeisiin riittävän hyvin. Chatbotit palvelevat asiakkaita ympärivuorokautisesti ja vastaavat nopeasti yksinkertaisiin kysymyksiin (Finnchat, Chatbot opas, 2021).

Kun chatbotit ja ihmiset työskentelevät yhteistyössä, päästään parhaimpiin mahdollisiin tuloksiin. Chatbot ei korvaa aitoa vuorovaikutusta ihmisen kanssa, mutta auttaa purkamaan ruuhkaa ja nopeuttamaan palvelua (Salesforce, Chatbot FAQ, 2018).

Tutkimuksen tuloksista käy ilmi, että jokainen chatbot on perusominaisuuksiltaan melko samanlainen. Kilpailu alalla on kovaa ja sen huomasi tehdessä tutkimusta kyseisistä chatboteista. Jokainen palveluntarjoaja tarjoaa helppokäyttöistä ja kellon ympäri palvelevaa suomenkielistä chatbottia, jonka tavoitteena on automatisoida ja tehostaa sivuston asiakaspalvelua. Kyseiset chatbotit ovat kaikki käsikirjoitettuja, eivätkä toiminnassaan käytä juurikaan tekoälyä. Käsikirjoitettujen chatbottien toiminta perustuu ennalta ohjelmoituihin dialogeihin ja käyttäjä valitsee kysymykset ja vastaukset hänelle ennalta annetuista vaihtoehdoista. Jokaisen chatbotin ulkonäköön on mahdollista vaikuttaa ja sen voi suunnitella oman brändin mukaisesti. Myös keskustelupolut voi suunnitella omien tarpeiden mukaisesti. Jokainen chatbot kerää myös dataa ja analysoi sitä omalla tavallaan. Tässä oli eroavaisuuksia, jotkut tekevät sitä enemmän ja monipuolisesti, jotkut hieman vähemmän ja yksinkertaistaen. Chatbotit keräävät myös liidejä ja osa painottaa sitä toiminnassaan enemmän. Liidien keruu oli yksi toimeksiantajan kriteereistä chatbotille.

Valitessaan Leadoon chatbotin, teki MMA mielestäni hyvän valinnan. MMA haluaa chatbotin olevan joustava ja he käyttävät chatbottia jäsenneuvontaan jäsenille Oma MMA sivuilla,

perusohjeistukseen, kiinnostuksen herättämiseen julkisilla sivuilla sekä liidien hankintaan. Leadoon chatbot on monipuolinen, sisältää paljon ominaisuuksia sekä hyvän alustan datan analysointiin ja hyödyntämiseen. Yrityksen mukaan se on luotu liidien generointiin ja kattava chatbottien valikoima pystyy konvertoimaan jopa 70 % enemmän laadukkaita liidejä sivuston olemassa olevista kävijöistä. Sisältöbotti aktivoi tehokkaasti verkkovierailijoita ja muuttaa liikennettä liideiksi. Chatbot hoitaa nettisivun kävijöiden kysymyksiä, asiakaspalvelua ja myös liidien keruuta automaattisesti kellon ympäri. Leadoo kerää sivuston kävijädataa Leadoo Analyticsiin, jossa voi tunnistaa asiakkaan tarpeita, optimoida chatbottien keskusteluja ja näin saavuttaa parempia tuloksia. Analytiikkatyökaluilla saa suoran näkymän asiakkaan kiinnostuksen kohteisiin ja käyttäytymiseen, jolloin asiakkaita on helpompi ymmärtää. Leadoon chatbot täyttää toimeksiantajan kriteerit hyvin, mielestäni vertailuista chatboteista parhaiten.

Jokainen vertailtu chatbot voisi sopia MMA:n tarpeisiin melko hyvin, mutta eniten Leadoon kanssa edukseen erottui Finnchat. Finnchat tarjoaa yksilöllisesti tarpeisiin muotoillut chatbotit sekä niiden jatkuvan seurannan, optimoinnin ja raportoinnin. Chatbotit palvelevat kävijöitä kellon ympäri keräten samalla liidejä tehokkaasti. Kävijöiden liikehdintää seurataan analytiikkatyökalun avulla ja sen avulla on mahdollista tunnistaa ja segmentoida yritykselle arvokkaita kävijöitä. Teknologia mahdollistaa eri kohderyhmien puhuttelemisen oikeaan aikaan ja oikealla tavalla, perinteisten tervehdysviestien sijaan. Ammatillaiset ovat mukana koko chatbot- paketin luomisen ajan, eikä asiakkaan tarvitse jäädä hetkeksikään yksin. He määrittelevät chatbotin tavoitteet asiakkaan kanssa, suunnittelee keskustelupolut, toteuttaa ja asentaa chatbotin sekä tulosten perusteella kehittää chatbottia yhä paremmaksi. Lisäksi Finnchat tarjoaa sisältöbotteja, jotka ovat tehokkaita herättämään sivustokävijöiden huomiota. Chatbotit toteutetaan intercom- teknologialla, joka on markkinoiden edistyksellisin.

Kaiken kaikkiaan voidaan todeta, että chatbotit ovat yleistymässä kovaa vauhtia asiakaspalvelun automatisoinnin kasvaessa. On tarjolla paljon samankaltaisia chatbotteja, joista monet ovat hyviä ja tehokkaita asiakaspalvelun auttajia. Suomenkieliset chatbotit sisältävät kaikki melko samoja ominaisuuksia, eikä markkinoilta löydy ylivertaista chatbottia. Tekoäly suomenkielisissä chatboteissa on vielä vähäistä, mutta tulevaisuudessa se tulee lisääntymään ja näin tuottamaan yhä enemmän lisäarvoa chatbottia käyttäville yrityksille.

8 Pohdinta

Tutkimuksille on olemassa tiettyjä normeja ja arvoja, joihin niiden pitäisi pyrkiä ja luotettavuuden arviointi on keskeinen osa tutkimusta (Kvalimotv, tutkimuksen luotettavuus ja arviointi, 2021). Ei kuitenkaan ole olemassa yksiselitteistä luotettavuuden arvioinnin ohjetta laadulliseen eli kvalitatiiviseen tutkimukseen. On olemassa monia relevantteja tekijöitä, joita laadullisessa tutkimuksessa tulisi ottaa huomioon. Näitä ovat esimerkiksi tutkimuksen kohde ja tarkoitus, tutkimuksen raportointi ja aineiston keruu (Tuomi & Sarajärvi, 2003. 137-138).

Tässä opinnäytetyössä tietoperustana on käytetty erilaisia lähteitä ja lähteiden alkuperäisiä merkityksiä on säilytetty ilman suoraa kopiointia. Tietoa on kerätty internetistä sekä kirjoista ja kyseiset tiedot ovat kaikkien saatavilla. Omia näkemyksiä on kirjoitettu vain vertailua ja pohdintoja tehdessä.

Opinnäytetyötä tehdessä tutkimuksen aihe rajataan koskemaan tiettyjä aiheita, joiden sisällä tutkimus toteutetaan. Tutkimuksen edetessä itselleni heräsi kysymyksiä, joita ei voinut ottaa työssä huomioon. Jatkossa niitä voisi olla mielenkiintoista tutkia paremmin.

Olisi mielenkiintoista tietää, millaisia muun maalaiset chatbotit ovat suomalaisiin chatbotteihin verrattuna. Onko niissä esimerkiksi kehittyneempää tekoälyä, tai muita ominaisuuksia, jotka erottaisivat ne selvästi suomalaisista chatboteista. Opinnäytetyössä vertailtiin vain suomalaisia chatbotteja, joten tässä olisi hyvä jatkotutkimusaihe.

Oma opinnäytetyöprosessini on alkanut syksyllä vuonna 2020. Sain aiheen kyseiseen työhön koulultani, kun MMA oli ottanut yhteyttä heihin. Aihe vaikutti mielenkiintoiselta, eivätkä chatbotit olleet minulle entuudestaan kovinkaan tuttuja. Asiakaspalvelun automatisointi ja chatbotit ovat tällä hetkellä nousussa ja aihe on hyvin ajankohtainen. Halusin oppia aiheesta lisää ja uskon, että tämä oli paras mahdollinen keino siihen.

Opinnäytetyötä tehdessäni yllätyin, kuinka vaikeaa roboteista ja chatboteista oli löytää tietoa. Suomenkielisiä kirjallisia lähteitä oli vähäisesti, jonka takia olen etsinyt paljon tietoa netistä. Netistä löytyi hyvin tietoa, mutta ei tarpeeksi suomen kielellä. Käytin paljon englanninkielisiä lähteitä, jotta saisin tarvittavat tiedot kasaan.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyöprosessi on ollut minulle hyvin opettavainen kokemus. Vaikka se oli suhteellisen haastava ja pitkä, opetti se minulle paljon mielenkiintoisesta ja ajankohtaisesta aiheesta. Opin paljon robotiikasta, automaatiosta ja chatboteista, joista minulla ei ollut ennestään paljoa tietoa. Uskon, että tämän opinnäytetyön tekemisestä on minulle paljon hyötyä tulevaisuudessa.

Lähteet

Painetut

Ford, M. 2015. Robottien kukoistus, teknologia ja massatyöttömyyden uhka. Turku: Kustannusosakeyhtiö Sammakko.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Sähköiset

Automate, professional service robots and ai improving customer service, 2019. Viitattu 7.10.2020. <https://www.automate.org/blogs/professional-service-robots-and-ai-improving-customer-service>

Builtin, Robotics, 2020. Viitattu 5.10.2020. <https://builtin.com/robotics>

Britannica, Robotics, 2021. Viitattu 17.3.2021. [robotics | Definition, Applications, & Facts | Britannica](#)

Elinkeinoelämän keskusliitto, digitalisaatio, 2015. Viitattu 17.3.2021. [Robotiikka lisää työpaikkoja ja inhimillisyyttä | Elinkeinoelämän keskusliitto \(ek.fi\)](#)

Finnchat, Yritys, 2020. Viitattu 26.12.2020. <https://finnchat.com/yritys/>

Finnchat, Chatbot, 2020. Viitattu 26.12.2020. <https://finnchat.com/chatbot/#palvelut>

Finder, Finnchat, 2020. Viitattu 26.12.2020. <https://www.finder.fi/IT-palvelut/Finnchat+Oy/Jyv%C3%A4skyl%C3%A4/yhteystiedot/2680229>

Finder, GetJenny, 2021 Viitattu 21.2.2021. <https://www.finder.fi/IT-konsultointi+IT-palvelut/GetJenny+Oy/Helsinki/yhteystiedot/2823818>

Finder, Leadoo, 2021. Viitattu 7.5.2021. <https://www.finder.fi/Mainostoimisto/Leadoo+Marketing+Technologies+Oy/Helsinki/yhteystiedot/3232936>

Finder, Kommeet Oy, 2021. Viitattu 21.2.2021. <https://www.finder.fi/IT-konsultointi+IT-palvelut/Kommeet+Oy/Oulu/yhteystiedot/2925265>

Finnchat, Chatbot opas, 2021. Viitattu 8.5.2021.

Finnchat, asiakastiedon hyödyntäminen, 2021. Viitattu 11.5.2021. <https://finnchat.com/asiakastiedon-hyodyntaminen/>

- Freshdesk, How automated customer service can improve your support, 2020. Viitattu 7.10.2020. <https://freshdesk.com/customer-support-software/automated-customer-service-blog/>
- GetJenny, About GetJenny, 2021. Viitattu 21.2.2021. <https://www.getjenny.com/about-getjenny>
- GetJenny, Chatbot, 2021. Viitattu 7.5.2021. <https://www.getjenny.com/chatbot>
- Jyri Huttunen, Robotiikan historia, 2004. Viitattu 6.10.2020. <https://www.cs.helsinki.fi/u/kerola/tkhist/k2004/alustukset/robotiikka/roboalus.pdf>
- Koppa, Vertaileva tutkimus, 2015. Viitattu 12.5.2021. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/vertaileva-tutkimus>
- Kauppalehti, Robotit luovat työpaikkoja, 2017. Viitattu 14.5.2021. <https://studio.kauppalehti.fi/dna-business/robotit-tuovat-tyopaikkoja>
- Kubla, Liidi-mikä se on ja mistä niitä saa?, 2021. Viitattu 8.5.2021. <https://kubla.fi/blogi/liidi/>
- Leadoo, Chatbot, 2021. Viitattu 7.5.2021. <https://leadoo.com/fi/bots/chatbot/>
- Learning Hub, What is robotics, 2019. Viitattu 17.3.2021. [What Is Robotics? \(+How It Impacts Society\) \(g2.com\)](https://www.g2.com/articles/what-is-robotics-how-it-impacts-society)
- MMA, Toiminta, 2021. Viitattu 26.5.2021. <https://mma.fi/meista/mma/toiminta/>
- MMA, Tarinamme, 2021. Viitattu 26.5.2021. <https://mma.fi/meista/mma/tarinamme/>
- Mediasignal, Mikä on chatbot ja 10 tapaa käyttää bottia myynnin lisäämiseen, 2019. Viitattu 7.10.2020. <https://mediasignal.fi/blogi/mika-on-chatbot-ja-10-tapaa-kayttaa-bottia-myyntin-lisaamiseen/>
- Novellus, Miten asiakaspalvelun automatisointi voi parantaa asiakaskokemusta?, 2020. Viitattu 7.10.2020. <https://novellus.fi/asiakaspalvelu/miten-asiakaspalvelun-automatisointi-voi-parantaa-asiakaskokemusta/>
- Roboticsfinland, kiinnostava robotisaatio, 2018. Viitattu 6.10.2020. <https://roboticsfinland.fi/mita-on-robotisaatio/>

Stanford University, Robotics; A brief history, 1998. Viitattu 6.10.2020.

<https://cs.stanford.edu/people/eroberts/courses/soco/projects/1998-99/robotics/history.html>

Smilee, Chatbot, 2021. Viitattu 21.2.2021. <https://smilee.io/chatbot-3/>

SDN Finland, palvelurobotiikan käyttö palvelumuotoilussa suomessa, 2019. Viitattu 7.10.2020.

<https://medium.com/@sdnfinland/palvelurobotiikan-k%C3%A4ytt%C3%B6-palvelumuotoilussa-suomessa-e50bb61e7e5d>

Salesforce, Chatbot FAQ, 2018. Viitattu 20.5.2021. [Chatbot FAQ - kaikki mitä sinun tulee tietää chatboteista □ - Salesforce Blog Suomi](#)

Salescommunications, suomenkielinen chatbot, 2018. Viitattu 20.5.2021.

<https://www.salescommunications.fi/blog/suomenkielinen-chatbot>

Salesforce, asiakaspalvelun chatbotit- 4 kulmakiveä onneen, 2018. Viitattu 21.5.2021.

<https://www.salesforce.com/fi/blog/2018/asiakaspalvelu-chatbot.html>

Salesforce, Chatbot, usein kysytyt kysymykset, 2018. Viitattu 17.3.2021.

<https://www.salesforce.com/fi/blog/2018/chatbot-usein-kysytyt-kysymykset.html>

Tekniikan maailma, teknologia, robotiikka, 2020. Viitattu 17.3.2021. [Vievätkö robotit oikeasti työpaikkamme? Uusi amerikkalaistutkimus paljastaa, ketkä ovat eniten vaaravyöhykkeellä - Tekniikan Maailma](#)

Tekoäly.info, Mitä tekoäly on, 2021. Viitattu 20.5.2021. [Mitä tekoäly on? - Tekoäly \(xn--tekoly-eua.info\)](#)

Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta, Robotisaation ja automatisaation vaikutukset yhteiskuntaan, Robotiikka, 2018. Viitattu 5.10.2020.

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161102/47-2018-ROBOFINN_raportti_.pdf

Valtiovainministeriö, Tekoäly ja robotisaatio, 2021. Viitattu 14.5.2021.

<https://vm.fi/tekoaly-ja-robotisaatio>

Kuviot

Kuvio 1: Opinnäytetyön rakenne, sivu 20

Kuvio 2. Käsikirjoitettu chatbot on kysynyt kysymyksen, johon vierailija vastaa annettujen vaihtoehtojen mukaan, sivu 27. Lähde: Leadoon verkkosivun chatbot keskustelu.

Taulukot

Taulukko 1: Tutkimukseen valittujen chatbottien vertailu, sivu 26