**Wielojęzyczne boty zwiększają zadowolenie klientów nawet o 24 proc. Z botami SentiOne porozmawiamy już w dziewięciu językach**

**Polski SentiOne w ramach rozwijania możliwości automatyzacji obsługi klienta uruchomił funkcję Multilanguage i dodał do niej cztery nowe języki, którymi mogą porozumiewać się ich boty – włoski, francuski, portugalski i niderlandzki. Dzięki technologii NLU (Natural Language Understanding) potrafią rozpoznać język, jakim mówi użytkownik, i nie gubią się nawet jeśli zmieni go podczas rozmowy. To funkcja szczególnie przydatna dla branż związanych z turystyką, a zagraniczne przykłady pokazują, że jej wykorzystanie może korzystnie wpłynąć również na satysfakcję klientów.**

Jak wynika z [badań](https://www.cmswire.com/customer-experience/4-self-service-trends-that-are-changing-customer-service/), **konsumenci często nie chcą kontaktować się z centrami obsługi klienta**, ponieważ wolą rozwiązywać problemy samodzielnie. Jednocześnie zależy im przede wszystkim na czasie i wygodzie – blisko **90 proc. oczekuje odpowiedzi na swoje zgłoszenie w ciągu godziny**, a 30 proc. w ciągu kwadransa. Rozwiązaniem w tej sytuacji jest sztuczna inteligencja.

*Boty są ogromnym wsparciem dla działów obsługi klienta, potrafią prowadzić wiele rozmów jednocześnie, są dostępne 24 godziny na dobę i nie męczy ich powtarzanie w kółko tych samych informacji* – mówi **Agnieszka Uba, Head of Marketing – Automate w SentiOne**, polskim startupie wspierającym firmy w automatyzacji obsługi klienta z wykorzystaniem zaawansowanej sztucznej inteligencji – *Dodatkowym usprawnieniem, o którym rzadziej się wspomina, są ich* ***możliwości lingwistyczne****. Konsumenci chcą wchodzić w interakcje z markami w swoich językach, co w przypadku „ludzkich” konsultantów czasem stanowi problem. Wdrożenie wielojęzycznych chatbotów oferuje korzyści, takie jak oszczędność kosztów, zwiększenie wydajności operacyjnej i zróżnicowanie konkurencyjne. Branżami, które szczególnie mogą na tym skorzystać, są biura podróży, hotele i linie lotnicze.*

Boty SentiOne potrafią rozmawiać **już w dziewięciu językach** – **polskim**, **angielskim**, **niemieckim**, **hiszpańskim**, i **arabskim**, a w ciągu ostatniego półrocza dodano również **włoski**, **francuski**, **portugalski** oraz **niderlandzki**. Dzięki zastosowaniu technologii NLU (Natural Language Understanding) boty SentiOne **potrafią rozpoznać, w jakim języku wypowiada się użytkownik**, i **nie gubią się nawet jeśli zmieni go podczas rozmowy**. Natomiast technologia NLG (Natural Language Generation) pozwala im również w tych językach odpowiadać.

W ostatnich miesiącach SentiOne wprowadziło również **funkcję Multilanguage**, która pozwala włączyć wielojęzyczne NLU w stworzonych przez nich chatbotach. Dzięki temu bota można trenować rozmowami i frazami w różnych językach, a on je zrozumie. Zrozumie również te same zwroty wypowiedziane w różnych językach, nawet jeśli wcześniej się ich nie uczył.

*Przykładowo – możemy nauczyć bota z branży turystycznej opowiadać o wycieczkach na Krecie tylko w języku angielskim, ale gdy Niemiec spyta się po niemiecku o te wycieczki – to bot również zrozumie i odpowie, mimo że wcześniej nie uczyliśmy go niemieckiego. Na tym polega siła AI, że boty same mogą się uczyć, nie musimy wkładać do nich wszystkich informacji 1:1* – mówi **Bartosz Baziński, CEO SentiOne** – *Przy pracach na wielojęzycznymi botami najpierw skupiliśmy się na językach europejskich: angielskim, niemieckim, hiszpańskim i polskim, dla których mieliśmy też najwięcej danych treningowych. Wejście na rynek Bliskiego Wschodu i Północnej Afryki spowodowało konieczność stworzenia NLU również dla języka arabskiego, co było szczególnie trudne ze względu na liczbę i złożoność obecnych w nim dialektów i akcentów. Zależnie od potrzeb naszych klientów będziemy wprowadzać kolejne języki – obecnie planujemy m.in. ukraiński.*

**Wielojęzyczne boty w turystyce zwiększają zadowolenie klientów – nawet o 24 proc.**

Wiele zagranicznych firm z branż związanych z turystyką nie ogranicza się do wprowadzania botów, które tylko odpowiadają na pytania zadawane przez stronę internetową czy media społecznościowe. Kanadyjska linia lotnicza WestJet wprowadziła wielojęzycznego bota, który **zarządza rezerwacjami klientów, dostarcza aktualności dotyczące podróży i rekomendacje podczas pobytu**. Jego wdrożenie spowodowało aż **24-procentowy wzrost poziomu zadowolenia klientów**. Z kolei chatbot francuskiej sieci hoteli Victoria Garden, oferujący wsparcie w językach francuskim i angielskim, może pochwalić się **poziomem satysfakcji klientów wysokości 97 proc.** Z botów korzystają również **porty lotnicze** – na tokijskim lotnisku Haneda wielojęzyczny bot pomaga podróżnym, informując ich o lotach i obiektach lotniskowych, oszczędzając im czasu czekania w kolejce do punktu informacji.

SentiOne zajmuje się rozwijaniem technologii AI **od ponad 11 lat** i do tej pory zainwestował w nią już **42 mln zł**. Współpracuje z ponad 400 markami na ponad 30 rynkach całego świata, a dwa lata temu zdobył tytuł finalisty EIT Digital Challenge i znalazł się **wśród 20 najlepszych spółek technologicznych w Europie**. Niedawno uruchomił **własną technologię generatywnej AI** podobną do ChatGPT, wypowiadającą się swobodnym i naturalnym językiem, jednak **możliwą do zastosowania w biznesie** – działającą na zweryfikowanych danych i potrafiącą osadzać informacje w kontekście.