**Coraz więcej firm korzysta ze sztucznej inteligencji do obsługi klienta. ⅓ wszystkich rozmów na ten temat dotyczy chatbota Biedronki**

**Tematyka sztucznej inteligencji oraz voicebotów i chatbotów budzi spore zainteresowanie polskich Internautów, jak wynika z danych SentiOne. W 2021 r. dużo dyskutowali na ten temat przy okazji uruchamiania wirtualnych asystentów przez kolejne firmy - a tych było sporo. Największą popularnością cieszył się chatbot Biedronki, którego dotyczyło aż 35 proc. rozmów. Nic dziwnego, że firmy sięgają po takie rozwiązania - boty wiele spraw potrafią załatwić samodzielnie i skrócić czas połączenia z infolinią nawet o 20 proc.**

Jeszcze dwa lata temu zainteresowanie wykorzystaniem botów i automatyzacją obsługi klienta było umiarkowane, ale w czasie lockdownów sytuacja uległa zdecydowanej zmianie - wiele firm zdecydowało się na wdrożenie wirtualnych asystentów, by odciążyli oblegane infolinie. Przełożyło się to również na wzrost zainteresowania tematem botów wśród polskich Internautów. W 2020 r. wspominali oni **o voicebotach i chatbotach niemal 13 tys. razy, a wszystkie wzmianki osiągnęły 18 mln wyświetleń zasięgu,** jak wynika z analizy polskiego SentiOne, firmy wspierającej marki w monitoringu Internetu i mediów społecznościowych oraz automatyzacji obsługi klienta z wykorzystaniem zaawansowanej sztucznej inteligencji. Z ich rozwiązań w Polsce korzystają m.in. Alior Bank, BNP Paribas i Kruk S.A.

Wzrosty zainteresowania Internautów tematyką botów zbiegały się w czasie z ogłaszaniem przez kolejne firmy uruchomienia swoich wirtualnych asystentów - a tych w 2021 r. było sporo. Duże zainteresowanie wzbudził w styczniu Microsoft, ogłaszając, że za pomocą botów umożliwi „wskrzeszanie zmarłych” - czyli tworzenie ich awatarów i rozmawiania z nimi dzięki wykorzystaniu AI.

**Chętnie rozmawiamy z botami, o ile nie próbują one udawać prawdziwych ludzi**

Pozostałe tematy były mniej kontrowersyjne. W minionym roku na wdrożenie botów do obsługi klientów zdecydowały się aż trzy firmy z branży kosmetycznej - Rossman (w kwietniu), Golden Rose (w maju) i Avon (w sierpniu). Duże zainteresowanie wzbudziło uruchomienie w marcu oficjalnego chatbota Wrocławia, określanego jako „pierwszy w Polsce wirtualny, samorządowy doradca”, udzielającego informacji mieszkańcom i turystom. Przez dwa miesiące - we wrześniu i w październiku - nie cichły rozmowy o nowym chatbocie Biedronki, które stanowią 35 proc. wszystkich wypowiedzi na temat botów w 2021 r. Oprócz tego sporo dyskutowano o botach uruchomionych przez Lay’s (luty), PKP Intercity (czerwiec), InPost (lipiec) i EURO RTV AGD (grudzień). Najlepiej oceniano bota Avonu - aż 40 proc. dotyczących go wypowiedzi miało pozytywny wydźwięk. Oprócz tego w kwietniu sporo dyskutowano o [badaniu](https://www.onet.pl/informacje/onetwiadomosci/ludzie-preferuja-roboty-o-cechach-i-glosie-kobiet-to-niesie-pewne-zagrozenie/3j648lx,79cfc278), według którego **odbiorcy preferują rozmowę z botami o żeńskiej osobowości**, ponieważ uważają za bardziej ludzkie i godne zaufania. Z kolei w listopadzie duże zainteresowanie wzbudziło [badanie firmy Dechra](https://serwisy.gazetaprawna.pl/nowe-technologie/artykuly/8297700,voiceboty-asystenci-glosowi-technologie-przedsiebiorcy.html?utm_source=dlvr.it&amp;amp;utm_medium=twitter), z którego wynika, że **ludzie są zainteresowani rozmową z konwersacyjną sztuczną inteligencją i nie są przeciwni jej wykorzystaniu w obsłudze klienta, o ile nie ukrywa ona faktu, że nie jest prawdziwym człowiekiem**.

Najwięcej rozmów na temat botów toczy się na Facebooku, a w dalszej kolejności na portalach poświęconych nowym technologiom. Aż **67 proc. dyskutantów to mężczyźni**. Jedyny moment, kiedy kobiety zyskały przewagę pod względem liczby wypowiedzi, miał miejsce pod koniec sierpnia, przy okazji przedstawienia przez Ewę Chodakowską swojego chatbota odpowiadającego na pytania osób zainteresowanych udziałem w wyzwaniu #90dnizaprojektujswojejutro.

**Sztuczna inteligencja wciąż budzi zakłopotanie rozmówców**

W 2021 r. zainteresowanie Internautów tematem botów odrobinę spadło, osiągając poziom 10,3 tys. wzmianek i 17 mln wyświetleń zasięgu. *Liczba wypowiedzi na temat voicebotów i chatbotów spada, ponieważ stają się one coraz bardziej codziennym elementem rzeczywistości. Może coraz mniej rozmawiamy o nich, ale za to coraz więcej rozmawiamy z nimi* - mówi **Agnieszka Uba, Head of Product Marketing w SentiOne** -*Przeanalizowaliśmy 15 tys. zapisów konwersacji z botami pracującymi dla różnych branż z ostatnich trzech miesięcy, by sprawdzić, o czym klienci z nimi rozmawiają. Najczęściej pojawia się prośba o połączenie rozmowy z konsultantem. Chociaż może się wydawać, że bot w tym wypadku nie wykonał żadnego zadania, to i tak zaoszczędził czas klienta i konsultanta. Po określeniu tematu rozmowy kieruje połączenie od razu do właściwego działu, co* ***skraca czas jego trwania nawet o 20 proc.*** *Drugą najczęstszą reakcją na odebranie połączenia przez wirtualnego asystenta jest… milczenie. Wiele osób nie wie, jak ma rozmawiać z botem, czy może mówić normalnie, czy może hasłowo Dlatego podczas projektowania bota trzeba koniecznie zaprogramować jego reakcję również na niezręczną ciszę. Po przerwaniu jej klienci zwykle się ośmielają.* ***Nasze boty rozumieją intencje rozmówców ze skutecznością na poziomie 96 proc.****, więc spokojnie można z nimi rozmawiać jak z prawdziwymi ludźmi.*

**Boty sprawdzają się również w komunikacji wewnętrznej firm**

Do najczęstszych zadań botów należą również **autoryzacja i weryfikacja klientów**, którzy chcą załatwić jakąś sprawę, np. podłączyć wi-fi pod nowy adres mieszkania, zgłosić stan licznika gazu czy prądu, zapytać o wysokość rachunku za wodę, sprawdzić status nadanej paczki czy odblokować kartę bankową. **Na infoliniach bankowych klienci najczęściej wypytują boty o ofertę i możliwości spłaty kredytów**.

Boty są coraz częściej wykorzystywane nie tylko do obsługi klientów, ale również w komunikacji wewnętrznej - np. do onboardingu nowych pracowników czy udzielania informacji. Mogą być one dla firmy i działów HR bezcennym źródłem informacji, ponieważ **pracownicy rozmawiają z nimi swobodniej, niż z prawdziwym człowiekiem** - np. wspominają o problemach ze współpracownikami, pytają o podwyżki, czy nawet proszą o zmianę działu.

*O ile w przypadku rozmowy z voicebotami jesteśmy poważni i chcemy załatwić swoją sprawę szybko i sprawnie, to w przypadku botów tekstowych, na Messengerze, stronie lub Whatsappie, lubimy trollować. Dlatego to w przypadku chatbotów sztuczna inteligencja najczęściej aktywuje procesy związane ze small talkiem. Rozmówcy domagają się dowodów, że rozmawiają z botem, proszą o opowiedzenie żartów, a nawet pytają: „czy mnie kochasz?”* - dodaje **Agnieszka Uba, Head of Product Marketing w SentiOne**.