

Interventie evaluatierapport

AI en HR

Waar innovatie, empathie en
toekomst samenkomen.



Door:
Anouk Dirven



AI en HR

Waar innovatie, empathie en
toekomst samenkomen.

Fontys – HRM

Anouk Dirven

3900584

Bachelorscriptie

23-10-2023

Eerste begeleider:

Nick Heijder

Tweede begeleider:

Peter van Rooy

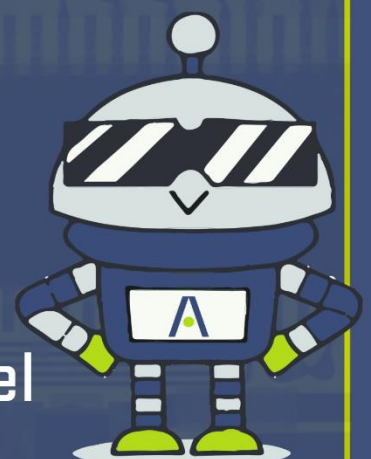
Stagebedrijf:

Aiden

Stagebegeleiding:

Merel van Gils

Robert-Jan van Berckel



Management samenvatting

Dit interventie evaluatierapport richt zich op het inzetten van een innovatieve oplossing op een veelvoorkomend probleem binnen organisaties, maar in dit geval de HR afdeling bij Aiden.

Met een focus op Europese midmarket-bedrijven biedt Aiden innovatieve oplossingen en diensten voor diverse IT-uitdagingen. Het bedrijf levert een breed scala aan diensten, waaronder consultancy, hosting, analytics en managed services.

Binnen de HR-afdeling is er een probleem ontstaan door het grote aantal vragen via e-mail. Ondanks het beantwoorden van hoog-prioritaire mails, stapelen andere vragen zich op, wat leidt tot vertragingen van dagen tot weken. Deze vertraging veroorzaakt ontevredenheid bij medewerkers, verlies van vertrouwen in de dienstverlening en een afname van de productiviteit. De constante stroom e-mails vergt veel tijd en energie, waardoor het team niet effectief kan omgaan met complexere taken. Dit resulteert in verminderde dienstverleningskwaliteit, efficiëntieverlies en het risico van verdere verspreiding van het probleem. Het is essentieel om deze kwesties aan te pakken voor het optimaliseren van de prestaties van zowel de HR-afdeling als de organisatie.

Na uitvoerige overwegingen en theoretisch onderzoek lijkt een interventie beter aan te sluiten bij de behoeften van de organisatie dan andere opties. Daarom is besloten om een artificial intelligence chatbot in te zetten ter ondersteuning van de HR-afdeling bij Aiden, met name bij het beantwoorden van veelvoorkomende vragen. Dit rapport geeft de lezer inzicht in verschillende ontwerpkeuzes van de chatbot, waarbij specifieke aandacht wordt besteed aan het creëren van een menselijk persona voor de chatbot. Dit is van belang omdat het bijdraagt aan het bevorderen van het gebruik en de acceptatie van deze interventie. Verder wordt beschreven welk systeem zal worden gebruikt voor de ontwikkeling van de chatbot. De keuze is gevallen op Power Virtual Agents, een platform dat ook toegankelijk is voor mensen zonder programmeerkennis. Dit maakt de inzetbaarheid van de chatbot toegankelijker, aangezien Aiden en andere organisaties geen specifieke expertise hoeven in te schakelen om deze oplossing te waarborgen.

Na het plannen en uitvoeren van de interventie wordt zowel het ontwerp als de uitvoering geëvalueerd. De implementatie van chatbot Aid heeft positieve resultaten opgeleverd, met een lage responstijd van 2 seconden en een hoge tevredenheidsscore van 4,51. Hoewel de initiële nauwkeurigheidsdoelstelling niet volledig is bereikt, tonen waarderingen van medewerkers algemene tevredenheid, met scores van 3,63 en 3,77 boven de drempel van 3,5. Ondanks niet volledig behaalde doelen, heeft Aid potentieel als waardevolle ondersteuning voor de HR-afdeling, met betrokkenheid van 138 medewerkers en 89% bereidheid om Aid te blijven gebruiken. Na bespreking van duurzaamheid, toekomst en verbetervoorstellen volgt een overkoepelende conclusie.

De implementatie van chatbot Aid heeft positieve resultaten opgeleverd voor eindgebruikers, de HR-afdeling en de organisatie. Eindgebruikers ervaren waarde door de snelheid en efficiëntie van Aid, wat leidt tot verbeterde toegang tot informatie en tevredenheid. De chatbot heeft HR-medewerkers geholpen bij het afhandelen van algemene vragen. Op organisatieniveau zijn er positieve effecten op werkefficiëntie, met duurzaamheidspotentieel. Het succes heeft zelfs geleid tot de creatie van de nieuwe mascotte van Aiden, wat de afstemming op de organisatiecultuur benadrukt. Extern kan deze interventie dienen als inspiratie voor organisaties zonder budget, met Aid als succesverhaal voor moderne technologie-implementatie. In de bredere HR-beroepspraktijk draagt de interventie bij aan het verkennen van nieuwe benaderingen, met de nadruk op gebruiksvriendelijkheid en integratie van innovatieve technologieën. Deze interventie, is gegroeid tot een resultaat dat groter is dan zichzelf en blijft evolueren - de belichaming van de Aiden-slogan: Technology made Human.

Inhoudsopgave

Management samenvatting	2
1. Inleiding - De Toekomst van HR	7
1.1 De veelzijdige inzet van artificial intelligence	7
1.2 Artificial intelligence in organisaties	7
1.3 Artificial intelligence en Human Resources	8
1.4 Aiden.....	9
1.5 Missie, visie en strategie.....	9
1.6 Ontstaan en aanleiding.....	10
1.7 Urgentie	10
1.8 Doelstellingen	10
1.9 Gewenste situatie	11
1.10 Gedragsverandering	11
1.11 Inhoud en opbouw	12
2 Verantwoording ontwerpproces	13
2.1 Belanghebbende en behoeftes.....	13
2.1.1 De HR-afdeling	13
2.1.2 De medewerkers.....	13
2.1.3 De organisatie	13
2.2 Experts	14
2.3 Theorie en opties.....	14
2.4 Inbox Zero	15
2.4.1 Inbox Zero en behoeften	15
2.5 Mail Templates	15
2.5.1 Templates en behoeften	15
2.6 Personeelsaanvulling	16
2.7 Artificial Intelligence	16
2.8 AI filter	17
2.8.1 AI filter en behoeften	17
2.9 Natural Language Processing (NLP):	18
2.9.1 NLP en behoeften	18
2.10 AI Chatbot.....	19
2.10.1 Chatbot en de behoeften	19
2.11 Implementeren van veranderingen.....	20
2.12 Conclusie	20

2.12.1 Risico's van de implementatie	21
3. Ontwerp interventie	22
3.1 De interventie	22
3.1.1 Power Virtual Agents	22
3.2 Verantwoordelijkheid en rollen	22
3.3 Doelstellingen & inhoud	23
3.3.1 De inhoud van de bot	23
3.3.2 Verzuim meldingen	23
3.4 Aid de nieuwe collega	24
3.4.1 Design & image	24
3.4.2 Taalgebruik	25
3.5 Communicatie & planning	26
3.5.1 Confluence berichtgeving	26
3.6 Planning interventie	29
3.6 De innovatieve waarde van Aid	30
3.6.1 De innovatieve waarde voor de organisatie	30
3.6.2 De innovatieve waarde voor de HRM-beroepspraktijk	31
4. Evaluatieplan	32
4.1 De responstijd	32
4.2 Nauwkeurigheid van antwoorden	32
4.3 Gebruik en acceptatie	32
4.4 Medewerkerstevredenheid	33
4.5 Ervaring van de HR-afdeling	33
4.6 De bestemming van de interventie	33
4.6.1 Efficiëntie	33
4.6.2 Verbeterde medewerkerstevredenheid	34
4.6.3 Hogere productiviteit	34
4.6.4 Focus op complexe taken	34
4.6.5 Innovatief imago	34
5 Evaluatie	35
5.1 Evaluatie werkwijze PVA	35
5.2 Terugblik evaluatie indicatoren	36
5.2.1 Responstijd	36
5.2.2 Nauwkeurigheid	36
5.2.3 Gebruik, tevredenheid en acceptatie	36
5.2.4 HR-afdeling	37

5.2.5 De planning.....	37
5.3 Inhoudelijke Evaluatie.....	38
5.3.1 Doelgroep en gebruik.....	38
5.3.2 Responstijd	40
5.3.3 Feedback responstijd.....	41
5.2.3 Nauwkeurigheid	41
5.3.4 Feedback nauwkeurigheid.....	43
5.3.5 Doelstelling responstijd en nauwkeurigheid	44
5.3.6 Tevredenheid	44
5.3.7 Feedback tevredenheid	45
5.3.8 Doelstelling tevredenheid	46
5.3.9 Acceptatie	46
5.3.10 Doelstelling acceptatie en gebruik	47
5.3.11 HR-afdeling	47
5.4 Conclusie doelstellingen	48
5.5 Methodische verantwoording	49
5.5.1 Betrouwbaarheid en validiteit.....	49
5.5.2 Betrouwbaarheid en validiteit van de evaluatie.....	49
5.5.3 Kwalitatieve meting	49
5.5.4 Kwantitatieve meting.....	49
5.5.5 De keuze van anonimiteit	50
6 Conclusie.....	51
6.1 Zwakke elementen van de interventie	51
6.2 Sterke elementen van de interventie	51
6.3 De bestemming	52
6.3.1 Efficiëntie, hogere productiviteit & focus op complexe taken.....	52
6.3.2 Verbeterde medewerkerstevredenheid	53
6.3.3 Innovatief imago.....	53
6.3.4 Conclusie bestemming	54
6.4 Duurzaamheid en doorontwikkeling	54
6.5 Innovatieve waarde	55
Literatuurlijst	57
Bijlagen.....	62
Bijlage 1 – Strategische analyses	62
1.1 SWOT	62
1.2 Het 5 krachten model van Porter:	62

Bijlage 2 – Handleiding Aid	63
Bijlage 3 – Taalverwerking Aid	63
Bijlage 4 – Ontwerpboek Aid	64
Bijlage 5 – Vragen Enquête 24 mei	64
Bijlage 6 – Vragen enquête 1 oktober	64
Bijlage 7 – Data Aid gebruik 14-8_5-10	65

1. Inleiding- De Toekomst van HR

In de afgelopen jaren zijn er veel ontwikkelingen geweest op het gebied van Human Resources. Van de opkomst van HR-analytics tot het gebruik van online recruitment tools, hebben HR-afdelingen steeds nieuwe technologieën geïmplementeerd om hun werk efficiënter en effectiever te maken. Maar de opkomst van Artificial Intelligence (AI) zou wel eens de grootste veranderingen kunnen zijn die HR ooit heeft meegemaakt. Bij traditionele HR-methoden wordt alles stap voor stap gedaan en is de uitkomst afhankelijk van de mensen die het werk uitvoeren en begrijpen. Maar door AI te gebruiken kan het werk geautomatiseerd en verbeterd worden.

1.1 De veelzijdige inzet van artificial intelligence

Kunstmatige intelligentie (AI) heeft zich ontwikkeld als een transformerende kracht met significante implicaties voor diverse sectoren en de samenleving als geheel. Dit snel evoluerende technologische vakgebied omvat een scala aan technieken en algoritmes die machines in staat stellen intelligent gedrag te simuleren en taken uit te voeren die traditioneel menselijke intelligentie vereisten.

Op maatschappelijk niveau heeft AI het potentieel om complexe uitdagingen aan te pakken op gebieden zoals gezondheidszorg, transport, energie en milieuduurzaamheid (Europees Parlement, 2020). Het kan medische diagnose revolutioneren, gepersonaliseerde behandelingen mogelijk maken, transportefficiëntie verbeteren, energieverbruik optimaliseren en ondersteuning bieden bij monitoring en behoud van het milieu (Europees Parlement, 2020). AI is in de afgelopen jaren snel gegroeid en heeft inmiddels al wereldwijd veel verschillende toepassingen gevonden. Ook bij het maken van muziekstukken en kunst wordt er inmiddels gebruik gemaakt van AI (Europees Parlement, 2020). Het is dus een ontwikkeling die op veel verschillende sectoren en branches impact heeft.

Bovendien reikt de impact van AI verder dan individuele toepassingen en strekt zich uit over het markt brede economische landschap. Het kan bijdragen aan het scheppen van banen, met name in rollen die samenwerking tussen mens en AI vereisen, evenals bij de ontwikkeling en het onderhoud van AI-systemen (Nolan, 2023). Het brengt echter ook uitdagingen met zich mee. Aangezien de automatisering van bepaalde taken kan leiden tot verplaatsing van werknemers en inspanningen op het gebied van bijscholing, is er omscholing vereist. Het is belangrijk om ervoor te zorgen dat de beroepsbevolking relevant blijft, ook in het tijdperk van AI (Europees Parlement, 2022).

Bij het implementeren van AI op grote schaal zijn ethische overwegingen en verantwoorde inzet cruciaal volgens het Europees Parlement (2022). Naarmate AI-systemen autonoom en wijd verspreid worden, moeten kwesties met betrekking tot privacy, gegevensbescherming, partijdigheid en transparantie zorgvuldig worden aangepakt. Het ontwikkelen van sterke regelgevende kaders, ethische richtlijnen en normen is van essentieel belang om ervoor te zorgen dat AI-technologieën verantwoord en eerlijk worden gebruikt (Europees Parlement, 2022).

1.2 Artificial intelligence in organisaties

De innovatie van Artificial Intelligence (AI) heeft ook de potentie om organisaties te transformeren en optimaliseren. Deze technologie kan patronen identificeren, voorspellingen doen en beslissingen nemen op basis van data. Volgens Öztürk (2021), is het dan ook van groot belang dat organisaties zich aanpassen aan deze ontwikkelingen om te kunnen blijven concurreren. Er zijn steeds meer voordelen die organisaties uit AI kunnen halen. Zowel voor routinematige taken als complexe besluitvorming, speelt AI een centrale rol in de toekomstoverwegingen van organisaties en hun organisatieprocessen. Het autonome handelen van AI onderscheidt het van traditionele technologieën die binnen organisaties werden gebruikt (Öztürk, 2021). Aangezien AI bijdraagt aan de automatisering van

diverse managementaspecten en het een directe impact heeft op de dynamiek binnen afdelingen, is het een essentieel onderdeel van organisaties geworden (Öztürk, 2021).

Het is dan ook logisch dat sinds 2017 de implementatie van kunstmatige intelligentie binnen organisaties meer dan verdubbeld is (McKinsey & Company, 2022). Hoewel het percentage dat gebruik maakt van AI de afgelopen jaren gestabiliseerd is tussen 50 en 60 procent. Ook laat onderzoek zien dat bedrijven die vroeg begonnen zijn met de implementatie van AI een voorsprong blijven behouden op hun concurrenten (McKinsey & Company, 2022).

Organisaties die zich niet aanpassen, lopen dus het risico om achter te blijven en marktaandeel te verliezen aan concurrenten die wel gebruik maken van AI, een feit wat ook de Everest Group (2020) ondersteund. Door de integratie van AI kunnen organisaties efficiënter werken, meer inzichten verkrijgen en betere beslissingen nemen. Die voordelen kunnen een organisatie net het voordeel geven op de markt (Everest Group, 2020).

Volgens HR praktijk, 2022 kan het integreren van AI-systemen ook organisatie specifieke uitdagingen met zich meebrengen, zoals het opzetten van een datamanagement-infrastructuur en het trainen van medewerkers. Het is dan ook belangrijk om de juiste expertise in huis te halen en de benodigde investeringen te doen om AI op een effectieve manier te kunnen inzetten (HR Praktijk, 2022).

Het is daarom van belang dat organisaties hun strategieën en processen herzien en kijken waar AI toegevoegde waarde kan bieden. Dit kan betrekking hebben op diverse afdelingen, zoals marketing, productie, supply chain management, klantenservice en human resources (HR Praktijk, 2022).

1.3 Artificial intelligence en Human Resources

De opkomst van Artificial Intelligence in Human Resources is een belangrijke stap in de ontwikkeling van HR en biedt een scala aan nieuwe mogelijkheden voor organisaties om hun werknemers te ondersteunen en te ontwikkelen (HR Praktijk, 2022). Hoewel er nog uitdagingen zijn, zoals privacy en ethische kwesties, zal de toekomst van HR naar verwachting steeds meer afhankelijk zijn van AI-technologieën.

Artificial intelligence kan bijvoorbeeld een belangrijke rol spelen in het ondersteunen van diversiteit en inclusiviteit op de werkvloer en het nemen van objectieve beslissingen, zoals bij de werving en selectie van nieuwe medewerkers (HR Praktijk, 2022). Door het gebruik van deze technologie kunnen sollicitaties geanalyseerd en gesorteerd worden op basis van bepaalde criteria, waardoor het proces efficiënter wordt en er objectiever naar de sollicitaties gekeken kan worden. Psychologische valkuilen zoals het “halo of horn” effect zullen op deze manier geen probleem meer zijn (Trakstar, 2023).

Ook kan artificial intelligence door middel van machine learning een HR afdeling helpen om patronen identificeren in het ziekteverzuim van medewerkers en op basis hiervan actie ondernemen. Zo zal de gezondheid en het welzijn van hun medewerkers te verbeteren en wordt de HR afdeling automatisch gesignaleerd wanneer er een gesprek aangegaan moet worden. Dit kan leiden tot hogere productiviteit en een verbetering van het imago van de organisatie.

Ten slotte is AI onmisbaar als het gaat over het verminderen van menselijke fouten binnen een HR afdeling. Handmatige taken, zoals het verwerken van salarisadministratie, kunnen gevoelig zijn voor fouten. Deze technologie kan verschillende taken automatiseren, waardoor de kans op fouten afneemt en er tijd en kosten bespaard worden.

Hoewel AI dus een aantal voordelen biedt, zoals automatisering van repetitieve taken, oordeel loze beslissingen en verbeterde efficiëntie, kan het ook leiden tot veranderingen in de vraag naar

bepaalde banen en de vaardigheden die nodig zijn om deze uit te voeren volgens HR Praktijk (2022). Zo kan wellicht ook de rol van HR-professionals veranderen. Zij zullen nieuwe vaardigheden moeten ontwikkelen om effectief met AI-technologieën te kunnen werken en hun nieuwe rollen en verantwoordelijkheden binnen organisaties op zich te kunnen nemen.

1.4 Aiden

Aiden is het bedrijf dat centraal staat in dit rapport en dus tevens de organisatie waar de interventie uitgevoerd gaat worden. Het is een innovatief bedrijf waar klanten terecht kunnen voor hulp bij verschillende IT-uitdagingen. Ze richten zich op Europese midmarket-bedrijven en bieden veel verschillende oplossingen en diensten, van consultancy en hosting tot analytics en managed services. Door jarenlange ervaring in verschillende sectoren, zoals de groothandel, retail en meer, kennen ze de pijnpunten, trends en ontwikkelingen van de markt. Ook hebben ze een uitgebreid portfolio aan SAP en Mendix-diensten en -oplossingen tot hun beschikking, aangevuld met hoogwaardige, zelfontwikkelde software. Zo kan er voor elk probleem of vraagstuk een op maat gemaakte oplossing aangeboden worden. Op deze manier helpt Aiden verschillende bedrijven hun efficiëntie te verhogen en hun klanten beter van dienst te zijn.

De organisatie heeft momenteel zeven vestigingen, waarvan vijf in Nederland en recentelijk twee in België zijn toegevoegd. Gemiddeld zijn er 320 medewerkers over deze locaties verspreid. Het is echter belangrijk op te merken dat Aiden een groeiende organisatie is, wat betekent dat het aantal medewerkers voortdurend toeneemt.

Aiden hanteert een aantal kernwaarden, waarvan "people first" de belangrijkste is. De organisatie zet zich actief in voor het welzijn van zowel medewerkers als klanten. Tegelijkertijd omarmen ze vernieuwing, flexibiliteit, toewijding en innovatie. Met de waarde "future focused" denkt de organisatie vooruit, terwijl ze zich aanpast met de waarde "flexibility". Aiden streeft naar impact en resultaat, wat tot uiting komt in de waarde "commitment". Tot slot blijft de organisatie vernieuwen en denken in oplossingen, wat wordt belichaamd door de waarde "innovation". Deze waarden vormen de kern van het bedrijf en bepalen de manier waarop ze werken, communiceren en anticiperen.

1.5 Missie, visie en strategie

De missie van Aiden is om als full-service provider op een concrete manier het potentieel van klanten te maximaliseren, waardoor ook hun eigen medewerkers de beste versie van zichzelf kunnen worden. Met als ambitie dat de organisatie door middel van hun innovatieve aanbod kan zorgen voor tastbare bedrijfsresultaten voor klanten in 5 Europese regio's en door SAP erkend worden als een Europese leider in het middensegment.

Deze missie en visie wilt Aiden bereiken door innovatief te blijven, in hun aanbod maar ook in de manier van werken. Door te opereren op grote schaal aangezien er veel capaciteiten nodig zijn om innovatief te kunnen blijven. Te focussen op tastbare bedrijfsresultaten voor klanten en een full-service SAP-provider worden. En ten slotte een gelukkig, gezond en productief personeelsbestand opbouwen.

Ook is Aiden sterk gefocust op het leveren van waarde en het opbouwen van langdurige relaties, waarbij expertise en kwaliteit centraal staan. Ze zijn er namelijk van overtuigd dat een focus op klantbeleving en innovatie dé manier is om zich als moderne organisatie te onderscheiden in een competitieve markt.

1.6 Ontstaan en aanleiding

De naam Aiden is opgericht rond 2021 en is sindsdien bezig met het samenvoegen van zeven bedrijven tot één enkele entiteit. Dit proces brengt zowel uitdagingen als kansen met zich mee, maar vereist ook veel improvisatie. De organisatie beschikt over een People and Culture Office, waarin niet alleen HR, maar ook recruitment en learning and development zijn ondergebracht. De HR-afdeling van Aiden bestaat uit vier vaste medewerkers, verdeeld over een HR-teamleider, twee HR-businesspartners en een medewerker salarisadministratie. Daarnaast zijn er ook een recruiter en een learning & development officer werkzaam.

Hoewel het team er alles aan doet om de dagelijkse activiteiten soepel te laten verlopen, is het soms nodig om prioriteiten te stellen. Wanneer het HR-team bijvoorbeeld 's ochtends honderd onbeantwoorde e-mails aantreft, kan het zijn dat sommige e-mails niet worden beantwoord. De prioriteit gaat uit naar dringende kwesties, terwijl de dagelijkse e-mails over zaken zoals contracten, mobiele telefoons en lease onbeantwoord blijven en zich blijven opstapelen. Hoewel het team zich blijft inzetten om bij te blijven, vraagt de dagelijkse e-mailstroom veel tijd en energie die beter kan worden besteed aan andere taken. Het HR-team bij Aiden kan immers waardevoller werk verrichten wanneer zij hun tijd kunnen besteden aan taken die meer bijdragen aan de groei van de organisatie.

1.7 Urgentie

Efficiëntieverlies, verminderde kwaliteit van dienstverlening, verlies van vertrouwen bij de medewerkers, ontevredenheid en verspreiding van het probleem zijn allemaal negatieve gevolgen van de situatie. Zo kan bovenstaand probleem leiden tot vertragingen in HR-processen en een verlaging van de productiviteit. Het probleem kan zich ook verspreiden naar andere delen van de organisatie, waardoor de werkdruk van andere medewerkers wordt verhoogd en de samenwerking binnen de organisatie wordt beïnvloed. Kortom, deze situatie kan een negatieve impact hebben op de algehele prestaties en reputatie van de HR-afdeling en de organisatie als geheel.

Aangezien bovenstaande situatie hoge urgentie heeft en een effect kan hebben op de hele organisatie is er met verschillende partijen het gesprek aangegaan. Van managers, leden van het leadership team bij Aiden, de HR afdeling en de medewerker van de salarisadministratie. Bij alle partijen speelt deze situatie en belemmert het hun om het beste uit zichzelf en hun werk te halen. Aangezien Aiden het belangrijk vindt om blijvend te innoveren en actuele ontwikkelingen te stimuleren binnen de organisatie, willen ze graag een innovatieve oplossing voor bovengenoemd probleem. Na het voeren van gesprekken, brainstormsessies en theoretisch onderzoek, is er gezamenlijk besloten dat artificial intelligence een rol zal spelen binnen de interventie. Juist aangezien er nog niks gedaan wordt met deze technologie binnen de HR afdeling bij Aiden. Is dit een interessante en veelbelovende ontwikkeling binnen de bestaande processen.

1.8 Doelstellingen

Het hoofddoel van de interventie is om de HR-afdeling van Aiden te ondersteunen bij de doorstroom en beantwoording van een gedeelte inkomende vragen via de mail. Dit wil de organisatie doen op een nieuwe en innovatieve manier.

Om het succes van de interventie te meten zijn er een aantal doelstellingen opgesteld:

De vragen van medewerkers worden snel en correct beantwoord worden zonder dat de HR-afdeling daar zelf actief mee bezig hoeft te zijn.

Voor dit doel zal een evaluatiesysteem in de interventie worden geïntegreerd, waarmee directe feedback van medewerkers die vragen hebben gesteld kan worden verwerkt. Dit evaluatiesysteem zal

het mogelijk maken om de frequentie van correcte antwoorden te meten. Wanneer dit percentage 70% of hoger is, wordt het gezien als een succes. Ook zal de responssnelheid bij verschillende vragen getimed worden, om hier door middel van een gemiddelde uitspraak over te doen. Als vragen onder de minuut beantwoord kunnen worden is dat een succes.

De medewerkers die gebruik maken van de interventie, moeten hier tevreden over zijn.

Het evaluatiesysteem zoals eerder beschreven zal na het verwerken van elke vraag aan de gebruikers vragen om een score te geven op een schaal van 1 tot 5. Indien het gemiddelde van deze scores 4 of hoger is, kan worden gesteld dat de medewerkers zeer tevreden zijn. Bij een score van 3 kan het gezien worden als een voldoende, maar het werkelijke doel is een score van 4.

De medewerkers die met de interventie te maken krijgen, zijn geïnformeerd en gestimuleerd om deze te gebruiken en te accepteren.

De medewerkers zullen door middel van diverse communicatiemomenten en platformen geïnformeerd worden over de interventie en de wijze van gebruik.

Daarnaast zal er bij aanvang van het onderzoek een nulmeting worden uitgevoerd om de eventuele weerstand te meten. Dus in hoeverre zijn de medewerkers bereid om met deze interventie en technologie aan de slag te gaan. Bij de eindevaluatie zal worden geanalyseerd of hun niveau van weerstand veranderd is, of hetzelfde blijkt.

Ook zal worden geëvalueerd in welke mate de medewerkers bereid zijn om de interventie te blijven gebruiken en of zij adequaat geïnformeerd zijn over de interventie en de wijze van gebruik.

De meetgraad die aangehouden zal worden is 70% op een schaal van 100%. Bij deze score of hoger is dit doel behaald.

1.9 Gewenste situatie

Indien de interventie succesvol blijkt te zijn, zal de gewenste situatie zijn dat de HR-afdeling van Aiden in staat is om dagelijkse vragen van medewerkers snel en efficiënt te beantwoorden zonder daarbij een actieve rol te spelen. Dit zou de HR-professionals in staat stellen om hun tijd en middelen effectiever te benutten en tegelijkertijd de kwaliteit van hun diensten te verbeteren. Hierdoor kunnen medewerkers tevreden worden gesteld door hun vragen snel en correct beantwoord te krijgen, in tegenstelling tot de huidige situatie waarin sommige vragen lang onbeantwoord blijven. Dit zou de frustratie van medewerkers naar de HR-afdeling verminderen, waardoor het vertrouwen in de afdeling zou toenemen en de samenwerking verbeterd zou worden. In het kort zou de gewenste situatie na het succesvol inzetten van deze interventie zijn dat de werkdruk bij de HR-afdeling wordt verminderd doordat de vragen op een andere manier worden afgehandeld, terwijl tegelijkertijd de tevredenheid van medewerkers wordt verhoogd.

1.10 Gedragsverandering

De beoogde gedragsverandering die verlangt wordt bij de interventie is een verandering van het proces waarbij medewerkers hun vragen aan de HR afdeling stellen. In plaats van het verzenden van een e-mail voor vragen over lease, contracten en telefoons, wordt van medewerkers verwacht dat zij gebruikmaken van de interventie. Dit nieuwe proces vereist andere stappen dan enkel het sturen van een e-mail en zal als nieuwe gewoonte moeten worden aangenomen.

Het is echter belangrijk om op te merken dat eerdere HR-tijdperken gekenmerkt werden door vragen die persoonlijk werden gesteld, terwijl de huidige situatie vereist dat deze vragen via e-mail, worden

verstuurd. Deze interventie kan daarom worden beschouwd als een vergelijkbare ontwikkeling die om een vergelijkbare gedragsverandering vraagt.

1.11 Inhoud en opbouw

Dit rapport heeft als doel om een innovatieve interventie te beschrijven voor het vraagstuk binnen Aiden. Het rapport is opgebouwd uit verschillende hoofdstukken, hier volgt een korte indicatie van de inhoud en de opbouw van het rapport.

Na de inleiding komt de lezer uit bij hoofdstuk 2 waar het ontwerpproces van de interventie centraal staat. Hier wordt de input die is gebruikt om de interventie te ontwerpen beschreven en worden de onderliggende keuzes voor de interventie inzichtelijk gemaakt. Ook wordt binnen dit hoofdstuk de theoretische achtergrond van de interventie beschreven.

In het opvolgende hoofdstuk wordt het ontwerp van de interventie beschreven. Hierbij wordt er concreet beschreven wat er ontworpen is, welke activiteiten onderdeel zijn van de interventie, welke werkvormen er zijn gekozen, welke ondersteunende instrumenten er zijn gebruikt en welke rollen en verantwoordelijkheden er zijn.

Hoofdstuk 4 beschrijft het evaluatieplan. Hier wordt nauwkeurig beschreven hoe de interventie in de praktijk geëvalueerd zal worden.

De evaluatie van de interventie wordt in hoofdstuk 5 beschreven, er zal worden teruggeblikt op de evaluatiestappen die gepland waren en er wordt aandacht besteed aan de inhoudelijke terugblik op de uitvoering en resultaten van de interventie.

In hoofdstuk 6 gaat in op de conclusie en vooruitblik. Hierin wordt een kernachtige conclusie gegeven met betrekking tot de toegevoegde waarde van de interventie en wordt er gekeken naar de inhoud en vormgeving, test en evaluatie, doorontwikkeling en de innovatieve waarde.

Ten slotte eindigt het rapport met een literatuurlijst, waar een complete weergave gegeven wordt van alle geraadpleegde bronnen in het rapport. Ook is er een bijlage, waar extra documenten of informatie kan worden toegevoegd die niet in de hoofdstukken zijn beschreven.

2 Verantwoording ontwerpproces

In het vorige hoofdstuk is het vraagstuk en de gewenste situatie beschreven. In het kort wilt Aiden een innovatieve interventie die de HR afdeling kan ondersteunen bij de instroom van vragen via de mail. Er zijn veel vragen die regelmatig herhalend terugkomen vanuit verschillende medewerkers en de HR afdeling is dagelijks veel tijd kwijt om deze vragen te beantwoorden. Zowel de algemene als de privé mailboxen blijven oplopen, waardoor het overzicht verloren raakt. In dit hoofdstuk wordt er beschreven welke behoeftes, theorie en keuzes overwogen en gemaakt zijn om de ideale interventie op te zetten voor het vraagstuk bij Aiden.

2.1 Belanghebbende en behoeftes

De belanghebbenden van het vraagstuk wat speelt binnen de HR-afdeling van Aiden, zijn onder andere de medewerkers van de HR-afdeling zelf, de medewerkers van andere afdelingen en de organisatie als geheel. In dit deel van het hoofdstuk worden de verdere behoeftes, motivaties en het besluitvormingsproces van de belanghebbende beschreven.

2.1.1 De HR-afdeling

De medewerkers van de HR-afdeling, bestaande uit HR group lead, HR business partners en HR- en salarisadministrateurs, hebben de behoefte om hun tijd efficiënt te besteden aan strategische taken en waardevolle ondersteuning te bieden aan medewerkers. Ze zijn gemotiveerd om het aantal dagelijkse vragen en e-mails te verminderen, zodat ze meer tijd kunnen besteden aan belangrijkere taken. Hun besluitvormingsproces wordt gedreven door de wens om een oplossing te vinden die hen helpt bij het beantwoorden van vragen en het verminderen van hun werklast.

Er zijn verschillende overlegmomenten geweest met de HR-teamleider en andere leden van de afdeling. In eerste instantie vonden er meerdere kennissessies plaats om een definitief vraagstuk te selecteren. Vervolgens werden brainstormsessies gehouden om de vereisten en behoeften van de interventie vast te stellen. Gedurende het project vonden er regelmatig contactmomenten plaats, met een frequentie van eens per twee weken, om de voortgang te bespreken en indien nodig aanpassingen door te voeren. Op dit moment is er geen budget beschikbaar voor de interventie, dus zal deze geheel kosteloos opgezet moeten worden.

2.1.2 De medewerkers

De medewerkers van andere afdelingen hebben op hun beurt behoefte aan snelle en accurate antwoorden op hun vragen, zodat ze efficiënt kunnen worden geholpen bij het uitvoeren van hun werk. Ze zijn gemotiveerd om hun vragen en problemen opgelost te zien, zodat ze hun taken effectief kunnen uitvoeren. In hun besluitvormingsproces streven ze naar een betere service-ervaring en verwachten ze dat de HR-afdeling hun vragen tijdig beantwoordt.

De medewerkers hebben hun behoefte kenbaar gemaakt door middel van e-mails, waarin ze hun ontevredenheid uiten over het uitblijven van een reactie op hun vraag. Sommigen hebben een herinneringsmail gestuurd, waarin ze hun teleurstelling uiten over het ontbreken van een antwoord. Daarnaast is er een enquête uitgevoerd om inzicht te krijgen in de ervaringen van de medewerkers met de communicatie van de HR-afdeling gedurende de afgelopen maanden.

2.1.3 De organisatie

De organisatie Aiden als geheel heeft behoefte aan een efficiënte HR-afdeling die waardevolle ondersteuning biedt aan medewerkers. De motivatie ligt in het streven naar verbeterde productiviteit, betere samenwerking en hogere tevredenheid van medewerkers. Het besluitvormingsproces van de organisatie is gericht op het oplossen van het probleem van

onbeantwoorde vragen en e-mails bij de HR-afdeling, met als doel het verbeteren van de efficiëntie en kwaliteit van de dienstverlening.

Ook als er wordt gekeken naar verschillende strategische analyses zoals de SWOT-analyse en het Vijf Krachten Model van Porter, om inzicht te krijgen in de concurrentiepositie en de externe omgeving van Aiden komen er gelijknamige behoeftes naar boven. Zo opereert Aiden in een branche met hoge concurrentie en zullen ze hun sterke punten moeten gebruiken om zich te onderscheiden op de markt. Het verbeteren van de medewerkerstevredenheid, samenwerking en productiviteit sluit aan bij de waarden van Aiden en draagt bij aan die sterke punten. Het verbeteren van deze onderdelen op een innovatieve manier sluit aan bij de huidige missie en strategie die de organisatie nastreeft. Voor een overzicht van de analyses, zie bijlage 1.

2.2 Experts

Na het spreken van de medewerkers van de organisatie, zijn er ook gesprekken gevoerd met een aantal experts, waaronder gecertificeerde specialisten op het gebied van AI-toepassingen, namelijk Jelmer Suerwaard (J. Suerwaard, persoonlijke communicatie, 6 april 2023) en Thijs van der Velden (T. van der Velden, persoonlijke communicatie, 6 april 2023). Zij hebben kennis gemaakt met het vraagstuk bij Aiden en hebben gediscussieerd over mogelijke oplossingen. Uiteindelijk zijn ze tot overeenstemming gekomen over een specifieke interventie, namelijk de implementatie van een AI-chatbot. Gezien de complexiteit van het implementeren van AI, vooral voor degenen die niet gespecialiseerd zijn in dit vakgebied, gaven zij aan dat er gezocht moet naar een andere manier van implementatie die minder afhankelijk is van programmeertalen. Wanneer dit niet mogelijk is, zal dit idee moeilijk te realiseren zijn en dat er dan beter naar een alternatieve interventie gezocht kan worden.

Beide specialisten benadrukten wel dat AI technologie goed overwogen moest worden aangezien het tegenwoordig al zoveel toepassingen heeft. Ondanks dat human resources natuurlijk een mensgericht vakgebied is, gaf Jelmer (J. Suerwaard, persoonlijke communicatie, 6 april 2023) aan dat vrijwel elk beroep, zij het in beperkte mate, gebruik zal maken van deze technologie. Hij benadrukt daarom dat het verstandig is om nu in te stappen en als HR-professional en bedrijf mee te groeien met deze ontwikkeling, om te voorkomen dat men later achter de feiten aanloopt. Met name in de IT-branche, die voortdurend innoveert, acht Jelmer (J. Suerwaard, persoonlijke communicatie, 6 april 2023) het noodzakelijk om de nieuwste ontwikkelingen te volgen. Het zou zonde zijn als onze organisatie stil blijft staan, terwijl de rest van de markt wel vooruitgang boekt op het gebied van innovatie.

2.3 Theorie en opties

Voor de aanstaande interventie bij Aiden is er grondig gekeken naar verschillende oplossingen voor het vraagstuk. Zo worden er een aantal opties beschreven die praktisch te implementeren zijn in het huidige e-mail systeem van Aiden en zijn er een aantal opties die gebruik maken van Artificial Intelligence.

Ook al heeft de organisatie een voorkeur aangegeven voor het implementeren van een interventie die AI gebruikt, zijn er toch ook andere oplossingen bedacht voor het vraagstuk. Dit stelt de organisatie in staat om alle mogelijke opties zorgvuldig te overwegen, voordat een definitieve beslissing wordt genomen. Het is van belang om te begrijpen dat AI niet altijd de meest geschikte oplossing is voor elk probleem. Soms kunnen praktische oplossingen zonder AI effectief en efficiënter zijn. Bij elke interventie is de theoretische achtergrond beschreven en wordt er gekeken op welke manier het bij de behoeften van de verschillende belanghebbende past.

2.4 Inbox Zero

Zo zou een e-mail management strategie al kunnen bijdragen aan, niet alleen ruimte in de mailbox, maar ook in het hoofd van de medewerker. Inbox Zero is hier een voorbeeld van, een e-mail management strategie ontwikkeld door Merlin Mann (2016). Het hoofddoel van de Inbox Zero-methode is het verkrijgen van controle over de e-mailstroom en efficiënter met e-mails om kunnen gaan. De strategie van Inbox Zero is gebaseerd op vijf acties toegepast kunnen worden op elke e-mail in de inbox: doen, delegeren, uitstellen, organiseren en verwijderen (Mann, 2016). Het vereist consistente inspanning om de inbox regelmatig te beheren en deze acties consequent toe te passen. Door de Inbox Zero strategie te volgen, wordt de kans op het missen van belangrijke berichten verminderd, wordt afleiding geminimaliseerd en wordt een efficiëntere workflow bevorderd (Mann, 2016). Het uiteindelijke doel om efficiënter met tijd en energie om te gaan en daardoor te kunnen richten op belangrijkere taken en prioriteiten, terwijl een overweldigende volle inbox voorkomen wordt.

2.4.1 Inbox Zero en behoeften

De interventie van het implementeren van een e-mail management strategie, zoals Inbox Zero, sluit aan bij de behoefte van de medewerkers van de HR-afdeling. Aangezien deze strategie een oplossing biedt om hun tijd efficiënter te besteden. Door de implementatie van de Inbox Zero kunnen de HR-medewerkers hun e-mailstroom effectiever beheren en prioriteiten stellen. Hierdoor wordt voldaan aan de behoefte van medewerkers om sneller antwoord te ontvangen op hun vragen.

Het streven naar voortdurende ontwikkeling is een van de kernwaarden van de organisatie, zowel voor henzelf als voor hun medewerkers. Hoewel een e-mail management strategie niet baanbrekend is op technologisch gebied, biedt het wel de mogelijkheid voor medewerkers van de HR-afdeling om een nieuwe vaardigheid te verwerven die ze zowel binnen als buiten het werk kunnen toepassen. Dit draagt bij aan persoonlijke ontwikkeling, zij het niet op technologisch vlak, maar wel op individueel niveau. Echter kost deze interventie nog steeds de directe en constante aandacht van de HR-afdeling. Een e-mail management vaardigheid is een goede extra vaardigheid om te bezitten, alleen is het de vraag of deze interventie op zichzelf voldoende is. Juist omdat het tijd kost om hem goed te leren, maar ook om er mee te werken.

2.5 Mail Templates

Een andere praktische oplossing die zich plaatsvindt binnen de e-mail omgeving is het gebruik van e-mail templates. Een e-mailtemplate is een Html-bestand dat herbruikbare code-modules bevat voor het maken van e-mails (Kustka, 2022). Het stelt een afdeling in staat om eenvoudig inhoud, links en afbeeldings-URL's te kopiëren en te plakken om aangepaste e-mails te maken. Doordat templates helpen bij het sneller en efficiënter produceren van mails die hergebruikt kunnen worden, scheelt het in tijd (Kustka, 2022). Zo kan er voor herhalend gestelde vragen een kant en klare template klaarstaan, waardoor er geen mail geschreven hoeft te worden. Ook zijn templates makkelijk aan te passen en kunnen ze helemaal in thema van de organisatie bewerkt worden. Hierdoor komen antwoorden professioneel over en kost het minder moeite om mails te beantwoorden (Kustka, 2022).

2.5.1 Templates en behoeften

Door het gebruik van herbruikbare templates kunnen ze sneller en gemakkelijker e-mails produceren die vaak voorkomende vragen beantwoorden. Dit sluit dus aan bij de behoefte van de HR-afdeling om minder tijd kwijt te zijn aan de e-mail stroom. Echter worden ze niet compleet ontlast en zullen deze templates eerst nog gemaakt moeten worden, waar ook veel tijd in gaat zitten.

Met goed gestructureerde en aangepaste templates kan de HR-afdeling professionele en consistente antwoorden geven, waardoor de service-ervaring verbetert. Dit voldoet aan de behoefte van andere medewerkers. Het nadeel van deze interventie is dat hij vooral gericht is op het beantwoorden van veel voorkomende mails. Heeft een medewerker een vraag die voor de HR-afdeling niet al te urgent is en ook niet veel voorkomend, is het een mogelijkheid dat deze vraag alsnog blijft liggen.

Voor de organisatie Aiden als geheel draagt het gebruik van e-mailtemplates bij aan de efficiëntie en kwaliteit van de dienstverlening. Aangezien templates aan zich een mooi en professioneel uiterlijk hebben, is dat een representatief voordeel van het mail contact. De vraag is alleen of deze interventie het daadwerkelijke probleem echt kan aanpakken. Misschien dat het in het begin goed vol te houden is om met templates te werken, maar gaat het op de lange baan verwateren. Zeker met de verwachte groei van de organisatie is het een overweging of deze interventie met een grotere aantal medewerkers haalbaar is.

2.6 Personeelsaanvulling

Een mogelijke oplossing voor het vraagstuk bij Aiden zou zo simpel kunnen zijn als het aannemen van iemand die verantwoordelijk is voor het beheer van de mailbox. Op het eerste gezicht lijkt dit een praktische en directe manier om de werkdruk te verminderen en ervoor te zorgen dat de communicatie efficiënt wordt afgehandeld.

Echter, er zijn enkele aspecten waarmee rekening gehouden moet worden voordat deze oplossing kan worden geïmplementeerd. Ten eerste is het belangrijk om te overwegen dat het toewijzen van iemand aan een taak die zich beperkt tot het beheren van de mailbox mogelijk niet bevorderlijk is voor het werkplezier en de motivatie van die persoon. Het kan als een beperkende en niet veelzijdige taak worden ervaren, wat kan leiden tot een gebrek aan uitdaging en professionele groei.

Daarnaast moet ook de financiële kant van deze oplossing in overweging worden genomen. Het aannemen van een nieuwe medewerker brengt kosten met zich mee, zoals salaris, training en andere bijkomende uitgaven. Als er geen budget beschikbaar is om deze extra kosten te dekken, is het geen realistische oplossing.

2.7 Artificial Intelligence

Voor de aanstaande interventie bij Aiden is er grondig gekeken naar verschillende oplossingen voor het vraagstuk. Hoewel de aanvankelijk genoemde opties praktisch waren en gemakkelijk te implementeren in het huidige e-mailsysteem, is er ook serieus overwogen om gebruik te maken van Artificial Intelligence. Juist aangezien de situatie bij Aiden, waarbij het HR-team veel tijd en energie besteedt aan het beantwoorden van dagelijkse e-mails de urgentie laat zien om te innoveren naar AI.

Deze technologie kan een belangrijke rol spelen bij het optimaliseren en stroomlijnen van HR-processen, het verbeteren van besluitvorming en het bieden van waardevolle inzichten voor strategische personeelsplanning. Een van de belangrijkste voordelen van AI in de HR-context is de mogelijkheid om grote hoeveelheden gegevens te verwerken en te analyseren. Door AI-gedreven analytische tools kunnen HR-professionals waardevolle inzichten verkrijgen uit enorme datasets, zoals medewerkersgegevens, prestatiebeoordelingen, trainingsresultaten en feedback. Deze inzichten kunnen worden gebruikt om trends en patronen te identificeren, talentbehoeften te voorspellen en strategische beslissingen te ondersteunen bij het aannemen, ontwikkelen en behouden van hoogwaardig personeel. (Occean et al., 2021).

Een ander gebied waar AI een waardevolle bijdrage kan leveren, is in het automatiseren van repetitieve en tijdrovende HR-taken. Routinematige processen, zoals het screenen van cv's, het

inplannen van sollicitatiegesprekken en het afhandelen van administratieve taken, kunnen efficiënter worden uitgevoerd met behulp van AI-chatbots en virtuele assistenten. Deze slimme systemen kunnen informatie verstrekken aan sollicitanten, vragen beantwoorden, sollicitatiegesprekken plannen en zelfs basis HR-gerelateerde vragen beantwoorden, waardoor de HR-afdeling tijd en middelen bespaart en de kandidaat ervaring verbetert.

Daarnaast kan AI ook bijdragen aan het verbeteren van de besluitvorming binnen de HR-afdeling. Door het gebruik van AI-algoritmen kunnen HR-professionals gegevens gestuurde inzichten verkrijgen die hen helpen bij het nemen van objectieve en betrouwbare beslissingen met betrekking tot werving, promoties, compensatie en loopbaanontwikkeling. Deze beslissingen kunnen gebaseerd zijn op een combinatie van historische gegevens, prestatiebeoordelingen, competentiebeoordelingen en andere relevante factoren, waardoor de kans op vooringenomenheid en subjectiviteit wordt verminderd (Brin, 2021).

2.8 AI filter

Een mogelijke oplossing voor het vraagstuk bij Aiden, wat gebruik maakt van artificial intelligence, is het implementeren van een AI-systeem. Dit specifieke systeem maakt het mogelijk om e-mails te filteren en categoriseren op basis van urgentie (Sebulime, 2022). Met behulp van machine learning-algoritmen kan het AI-systeem patronen en kenmerken identificeren die verband houden met urgente e-mails (Nunn, 2019). Het kan bijvoorbeeld kijken naar specifieke woorden, zinsdelen of afzenders die duiden op een hoge urgentie. Door deze informatie te verwerken, kan het systeem e-mails automatisch filteren en prioriteren op basis van hun urgentieniveau (Sebulime, 2022).

Dada et al. (2019) zien de voordelen van een dergelijk AI-systeem als talrijk. Allereerst kan het de productiviteit verhogen door de tijd die nodig is om door e-mails te bladeren en te beoordelen te verminderen (Dada et al., 2019). Medewerkers hoeven niet langer handmatig elke e-mail te controleren en kunnen zich in plaats daarvan richten op de meest urgente taken, dit verbetert de workflow (Dada et al., 2019). Daarnaast kan het AI-systeem ook de responsiviteit verbeteren. Door urgente e-mails snel te identificeren en prioriteit te geven, kunnen bedrijven sneller reageren op belangrijke verzoeken, klantvragen of kritieke situaties (Sebulime, 2022).

Al met al kan een AI-systeem dat e-mails kan filteren en categoriseren op basis van urgentie een waardevolle bijdrage leveren aan het verbeteren van de efficiëntie, responsiviteit en workflow van een organisatie (Sebulime, 2022). Het stelt medewerkers in staat om zich te concentreren op de meest urgente taken en zorgt ervoor dat belangrijke communicatie niet over het hoofd wordt gezien.

2.8.1 AI filter en behoeften

De interventie van het implementeren van een AI-systeem dat e-mails filtert en categoriseert op basis van urgentie sluit goed aan bij de behoeften van de medewerkers van de HR-afdeling. Het systeem biedt een praktische oplossing om hun tijd efficiënter te besteden, door e-mails automatisch te filteren en prioriteren op basis van urgentie. Dit helpt bij het verminderen van hun werklast en draagt bij aan hun wens om efficiëntie te verbeteren.

Voor de medewerkers van andere afdelingen biedt het AI-systeem de mogelijkheid om snelle en accurate antwoorden op hun vragen te ontvangen. Door e-mails te filteren op urgentie kunnen de HR-medewerkers hun aandacht richten op dringende verzoeken en vragen, waardoor de responstijd wordt verkort en de service-ervaring verbetert.

Voor de organisatie Aiden als geheel draagt het AI-systeem bij aan de efficiëntie, productiviteit en de kwaliteit van de dienstverlening. Door het oplossen van het probleem van onbeantwoorde vragen en

e-mails en het verbeteren van de gang van zaken, draagt het systeem bij aan de algemene doelstellingen van de organisatie. Ook is maakt het systeem gebruik van een innovatieve technologie, namelijk artificial intelligence. Dit draagt bij aan de strategie en waarden van de organisatie om blijvend te vernieuwen en verbeteren.

Deze interventie neemt al meer werk uit handen voor de HR-afdeling dan de vorige interventies. Bovendien is het praktisch gezien eenvoudig op te zetten en vereist het weinig onderhoud. Niettemin heeft deze interventie enkele nadelen. Hoewel het een handige tool is om e-mails moeiteloos te filteren en overzicht te creëren, kan het langer duren voordat een vraag wordt opgepakt als deze als niet urgent wordt beschouwd door de filter. Hoewel deze interventie de HR-afdeling wellicht meer overzicht en mogelijk efficiëntie kan bieden, is het twijfelachtig of het het kernprobleem effectief kan aanpakken.

2.9 Natural Language Processing (NLP):

NLP gebruikt AI om natuurlijke menselijke taal te begrijpen en te verwerken. Door NLP toe te passen op inkomende vragen en verzoeken, kan de intentie achter de vraag begrepen worden, waarna vervolgens een relevant antwoord wordt gegenereerd. Dit helpt bij het snel en nauwkeurig beantwoorden van vragen, zelfs als ze op verschillende manieren worden gesteld.

De voordelen van het gebruik van NLP-systemen bij het beantwoorden van vragen zijn goed gedocumenteerd in de literatuur. Mikolov et al. (2013) benadrukken bijvoorbeeld de efficiëntie en tijdsbesparing die NLP-systemen bieden bij het verwerken van grote hoeveelheden tekst. Deze systemen kunnen snel relevante informatie extraheren, waardoor de inspanning die nodig is voor het zoeken naar antwoorden aanzienlijk wordt verminderd. Een bijkomend voordeel van NLP-systemen is de mogelijkheid om een gepersonaliseerde ervaring te leveren aan gebruikers, zoals uiteengezet door Jurafsky en Martin (2018). Door natuurlijke taal te begrijpen, kunnen deze systemen de interactie met computersystemen menselijker maken en zich aanpassen aan de specifieke behoeften van individuele gebruikers.

Echter, ondanks deze voordelen, komen er ook uitdagingen naar voren bij het gebruik van NLP-systemen voor vraagbeantwoording. Een aanzienlijk nadeel is het inherente risico op bias, zoals beklemtoond door Buolamwini en Gebu (2018). De aanwezigheid van vooroordelen van deze interventie kan leiden tot ongelijke behandeling en onnauwkeurigheden, vooral met betrekking tot verschillende demografische groepen. Een ander kritiek punt richt zich op het beperkte begrip van context door bepaalde NLP-modellen, zoals opgemerkt door LeCun (2016). Dit kan resulteren in interpretatiefouten bij het verwerken van vragen en het genereren van antwoorden die niet nauwkeurig de bedoeling van de gebruiker weerspiegelen. Deze uitdagingen benadrukken de voortdurende noodzaak om NLP-systemen te verbeteren en te finetunen om beter om te gaan met complexe aspecten van menselijke taal en communicatie.

2.9.1 NLP en behoeften

De behoeften van de HR-afdeling, zoals efficiënt tijdsgebruik en het verminderen van dagelijkse vragen, sluiten goed aan bij een NLP-oplossing. NLP-systemen kunnen de verwerking van repetitieve vragen automatiseren, waardoor HR-medewerkers meer tijd kunnen besteden aan strategische taken.

Voor medewerkers van andere afdelingen, die snelle en accurate antwoorden willen, is een NLP-oplossing ook relevant. Door de natuurlijke taal te begrijpen, kan een NLP-systeem snel en effectief reageren op uiteenlopende vragen.

Voor de organisatie als geheel, met behoeften aan efficiëntie, samenwerking en medewerkerstevredenheid, biedt een NLP-oplossing potentieel voor verbetering. Snellere respons op vragen kan de algehele dienstverlening verbeteren.

Echter, het risico op bias en beperkt contextueel begrip van sommige NLP-modellen kunnen uitdagingen vormen. Het is belangrijk om ervoor te zorgen dat de NLP-oplossing de diversiteit van vragen begrijpt en eerlijke en nauwkeurige antwoorden genereert. Daarnaast moet de implementatie van NLP zorgvuldig worden gedaan om ervoor te zorgen dat het voldoet aan privacy- en beveiligingsnormen, vooral gezien de gevoeligheid van HR-gerelateerde informatie. Het risico op onjuist gegenereerde antwoorden en bias in het systeem is te hoog voor een implementatie bij Aiden. Omdat NLP autonoom antwoorden genereert, is het lastig om te controleren of te sturen wat het aan medewerkers terugkoppelt. Er bestaat een aanzienlijke kans dat de verstrekte informatie niet overeenkomt met het juiste antwoord, wat potentiële juridische geschillen kan veroorzaken.

2.10 AI Chatbot

Een AI-chatbot is een geautomatiseerd systeem dat gebruikmaakt van natuurlijke taalverwerking en machine learning-algoritmen om menselijke gesprekken te simuleren en vragen te beantwoorden (Occean et al., 2021). In het HR-domein kan een chatbot verschillende taken en functies vervullen, zoals het verstrekken van informatie over HR-beleid en -procedures, het beantwoorden van veelgestelde vragen van medewerkers en het vergemakkelijken van onboarding-processen (HR praktijk, 2020).

Het gebruik van een AI-chatbot in HR biedt verschillende voordelen. Allereerst kunnen chatbots 24/7 beschikbaar zijn, waardoor medewerkers en kandidaten op elk moment van de dag antwoorden en ondersteuning kunnen krijgen (Walch, 2020). Dit vermindert de afhankelijkheid van de beschikbaarheid van HR-personeel en zorgt voor snelle en consistente reacties volgens Walch (2020). Bovendien kunnen AI-chatbots routinetaken automatiseren, waardoor HR-professionals meer tijd hebben voor strategische taken en het leveren van persoonlijke ondersteuning. Dit verbetert de efficiëntie van HR-processen en draagt bij aan een positieve ervaring voor andere medewerkers (Budhwar et al., 2022).

Een AI-chatbot kan ook bijdragen aan het verzamelen van waardevolle gegevens en inzichten volgens Prentice et al. (2020). Door interacties met gebruikers vast te leggen, kan de chatbot informatie verzamelen over veelvoorkomende vragen, problemen of trends. Deze gegevens kunnen HR-afdelingen helpen bij het identificeren van knelpunten, het verbeteren van processen en het nemen van data gestuurde beslissingen.

2.10.1 Chatbot en de behoeften

De interventie van een AI-chatbot past bij de behoefte van zowel de medewerkers van de HR-afdeling als de medewerkers van andere afdelingen, evenals de organisatie Aiden als geheel.

Voor de HR-afdeling biedt de chatbot de mogelijkheid om meer tijd te besteden aan strategische taken en waardevolle ondersteuning aan medewerkers. Door het beantwoorden van veelgestelde vragen en het verstrekken van informatie over HR-beleid en -procedures, kan de chatbot helpen het aantal dagelijkse vragen en e-mails te verminderen. Hierdoor zullen de HR-medewerkers meer tijd hebben voor belangrijkere taken. Ook wordt de werklast verminderd, aangezien een deel van de vragen echt volledig wordt overgenomen.

Voor medewerkers van andere afdelingen voldoet de chatbot aan hun behoefte aan snelle en accurate antwoorden op hun vragen. De chatbot kan efficiëntie bevorderen door directe en relevante

informatie te verstrekken, waardoor de medewerkers weer snel aan de slag kunnen. Dit draagt bij aan een betere service-ervaring en tevredenheid van medewerkers.

Op organisatieniveau draagt de chatbot bij aan het streven van Aiden naar een efficiënte HR-afdeling die waardevolle ondersteuning biedt aan medewerkers. De implementatie van een chatbot heeft als doel het verbeteren van de productiviteit, samenwerking en tevredenheid van medewerkers in de organisatie. Bovendien heeft deze interventie de meest innovatieve waarde. Buiten wat de chatbot voor de HR afdeling kan doen, is deze interventie ook toe te passen bij andere afdelingen. Zo heeft het de mogelijkheid om door te groeien in verschillende processen binnen de organisatie, of misschien zelfs uiteindelijk bij hun klanten.

Het nadeel van deze interventie is vooral de tijd die er aan de voorkant aan besteed moet worden. Het is niet zo snel in te stellen als bijvoorbeeld een AI email filter. Er zal handmatige kennis overgebracht moeten worden in verband met een beperkt budget. Ook brengt dit de grootste verandering teweeg voor de organisatie. Waarbij de andere interventies eigenlijk alleen de HR-afdeling direct betrokken is bij de andere manier van werken, wordt bij deze interventie ook de andere medewerkers betrokken. Zo zullen ze hun vragen eerst aan de bot moeten stellen in plaats van gelijk aan HR. Bij een grotere verandering is er een mogelijkheid tot weerstand, iets waar rekening mee gehouden moet worden.

2.11 Implementeren van veranderingen

Communicatie speelt een cruciale rol bij het succesvol implementeren van veranderingen binnen organisaties (Kitchen & Daly, 2002). Effectieve communicatie is essentieel om weerstand te voorkomen en medewerkers te betrekken bij het veranderingsproces (Zarei & Rezaei 2016). Ten eerste is het belangrijk om te begrijpen dat weerstand tegen verandering een natuurlijke reactie is bij veel medewerkers. Mensen hebben de neiging om vast te houden aan bekende routines en comfortzones, en verandering kan gevoelens van onzekerheid en angst teweegbrengen (Shulga, 2021). Door middel van effectieve communicatie kan deze weerstand worden verminderd.

Kotter (2012) benadrukt het belang van open en transparante communicatie tijdens veranderingsprocessen. Door de redenen achter de verandering duidelijk uit te leggen, de voordelen ervan te benadrukken en eventuele zorgen of misvattingen aan te pakken, gaan medewerkers makkelijker mee met verandering. Ook door het verstrekken van informatie en medewerkers actief te betrekken bij het proces, kan er vertrouwen worden opgebouwd en weerstand verminderd (Kotter, 2012). Bij het uitvoeren van de interventie bij Aiden zal er goed op de communicatie van de interventie gelet moeten worden.

2.12 Conclusie

Na uitgebreid overleg met de HR-teamleider, waarbij alle opties opnieuw werden overwogen, is er uiteindelijk een definitieve keuze gemaakt. De interventie die zal worden geïmplementeerd bij Aiden is de AI-Chatbot. Naast het feit dat deze interventie perfect aansluit bij de behoeften van zowel de HR-afdeling, de medewerkers, als de organisatie, biedt het ook duidelijk de meest innovatieve meerwaarde. AI is een technologie die steeds vaker wordt toegepast in diverse beroepen, met name in de IT-branche. Gezien het feit dat Aiden als organisatie wil kunnen meebewegen met de ontwikkelingen in de markt, altijd wil blijven leren, voortdurend wilt innoveren en oplossingsgericht wilt denken, is dit de interventie die het beste aansluit bij deze waarden.

De AI-chatbot zal in staat zijn om veelgestelde vragen direct te beantwoorden, zonder dat de HR-afdeling zelf hiervoor tijd en aandacht hoeft vrij te maken. Dit is een uniek aspect van deze interventie ten opzichte van de andere opties. Door deze interventie zal het aantal veelgestelde vragen in e-mails

aanzienlijk afnemen, waardoor de HR-afdeling meer tijd en ruimte krijgt om zich te richten op strategische taken. Bovendien zal dit de tevredenheid van andere medewerkers vergroten, aangezien zij direct antwoord kunnen krijgen op hun vragen. Dit zal een verbetering zijn ten opzichte van de soms maandenlange wachttijd, waardoor zij mogelijk het vertrouwen in de HR-afdeling hebben verloren.

2.12.1 Risico's van de implementatie

Er zijn echter ook risico's verbonden aan deze interventie. Zoals eerder in dit hoofdstuk aanbevolen door twee AI-toepassingspecialisten, moet er een implementatiemethode worden gevonden die ook toegankelijk is voor niet-gespecialiseerde personen op het gebied van AI. Gelukkig is er na grondig onderzoek een geschikte oplossing gevonden. Het programma Power Virtual Agents is een AI-chatbottool waarmee een gespecialiseerde chatbot kan worden gebouwd zonder programmeertaal. Bovendien is dit programma volledig gratis, wat binnen het budget past.

Aangezien deze interventie de gehele organisatie betreft en vraagt om gedragsverandering, is het belangrijk om rekening te houden met communicatieaspecten. De organisatie zal op de hoogte worden gehouden van het project en er zal een testfase worden ingevoerd waarbij alle medewerkers kunnen bijdragen. Op deze manier heeft de hele organisatie uiteindelijk een rol gespeeld in het project. Er zal ook duidelijke communicatie plaatsvinden over waarom deze interventie wordt uitgevoerd en wat de voordelen ervan zijn.

Om de interactie met de interventie zo eenvoudig mogelijk te maken, zal er een uitleg worden verstrekt over hoe medewerkers kunnen communiceren met de chatbot. Ook zal deze chatbot beschikbaar zijn in Teams, een platform dat momenteel al wordt gebruikt om vragen aan collega's te stellen en waar iedereen al mee werkt.

Het opzetten van de interventie vergt wel enige tijd, maar de HR-afdeling staat er niet alleen voor. De projectleider zal verantwoordelijk zijn voor het operationeel maken van de chatbot en het vullen van de database. Er zal ook een handleiding worden opgesteld voor Aiden, waarin wordt uitgelegd hoe de chatbot kan worden gebruikt en hoe vragen kunnen worden toegevoegd.

In het volgende hoofdstuk zal uitgebreider worden ingegaan op de details van het interventieontwerp en de werkwijze van het project.

3. Ontwerp interventie

Dit hoofdstuk biedt een gedetailleerde uiteenzetting van de interventie die uitgevoerd gaat worden bij Aiden. Hierin zal dieper worden ingegaan op de essentie van de interventie, de doelstellingen, de ontwerpkeuzes die gemaakt zijn en de planning.

3.1 De interventie

De interventie die uitgevoerd gaat worden bij Aiden is een AI-chatbot. Een AI-chatbot is een geautomatiseerd systeem dat is ontworpen om interactie te hebben met gebruikers via berichten. Een AI-chatbot kan verschillende taken uitvoeren, zoals het beantwoorden van algemene vragen, het verstrekken van specifieke informatie over een bepaald onderwerp, het assisteren bij het doen van aankopen, het bieden van klantenservice-ondersteuning, het plannen van afspraken, het verstrekken van aanbevelingen en nog veel meer. Maar bij Aiden zal de chatbot ingezet worden om de HR-afdeling te ondersteunen met het beantwoorden van veelgestelde vragen die op dit moment via de mail binnenkomen.

3.1.1 Power Virtual Agents

Voor uitvoerders zonder programmeerachtergrond is het vaak een uitdaging om een chatbot te maken. Gelukkig heeft Microsoft een oplossing ontwikkeld die het mogelijk maakt om zonder programmeerkennis een AI-chatbot te creëren: Power Virtual Agents. Met deze tool kunnen gebruikers, zelfs zonder programmeertaal, een chatbot ontwikkelen en inzetten voor hun specifieke behoeften. Het is een gebruiksvriendelijk platform wat door middel van zijn duidelijke interface, naadloze integratiemogelijkheden en AI-gebaseerde functionaliteit gebruikers in staat stelt om snel en efficiënt interactieve virtuele assistenten te creëren.

Hoewel Power Virtual Agents een gebruiksvriendelijk systeem is, vereist het nog steeds enige tijd om het volledig te begrijpen. Daarom wordt tijdens het leer-, ontdek- en opzetproces van het systeem een handleiding opgesteld. Deze handleiding zal niet alleen helpen bij het begrijpen van alle vereiste stappen, maar zal ook van waarde zijn wanneer het project wordt overgedragen, waardoor een snelle en probleemloze overname mogelijk is. De handleiding voor het opzetten van de AI-chatbot is te vinden in externe bijlage 2 - Handleiding Aid.

3.2 Verantwoordelijkheid en rollen

Op dit moment draagt de uitvoerder van de interventie, die tevens een HR-stagiair is bij Aiden, de volledige verantwoordelijkheid voor de uitvoering en behoud van de interventie. Niettemin is het zeker wenselijk dat wanneer de stage ten einde loopt, er iemand anders in staat is om de chatbot bij te houden en te onderhouden.

Binnen de interventie zijn er verschillende rollen betrokken, waaronder die van het LT (Leiderschapsteam), dat de interventie ondersteunt en deels aankondigt aan de rest van de organisatie. Daarnaast spelen alle andere medewerkers van Aiden een belangrijke rol in het succes van de interventie. Van hen wordt verwacht dat ze de interventie gaan gebruiken en hun gewoonte van het e-mailen van vragen vervangen door interactie met de chatbot.

De interactie van alle medewerkers met de chatbot zullen bijdragen aan de groei en uitbreiding van het systeem. Hun feedback en interactie vormen waardevolle input, daarom is het essentieel dat alle medewerkers actief gebruikmaken van de interventie en hun ervaringen delen. Zo kan het systeem zich ontwikkelen en aanpassen aan de behoeften van de organisatie.

3.3 Doelstellingen & inhoud

In het eerste hoofdstuk van dit rapport zijn de algemene doelstellingen van de interventie reeds beschreven. De implementatie van de AI-chatbot zal bijdragen aan het behalen van deze doelstellingen. Hieronder worden de doelstellingen nogmaals geformuleerd:

Efficiënte en accurate beantwoording van vragen van medewerkers zonder actieve betrokkenheid van de HR-afdeling: De chatbot fungeert als een betrouwbaar middel om veelgestelde vragen volledig af te handelen. Door deze verantwoordelijkheid bij de chatbot te leggen, wordt de HR-afdeling ontlast. De chatbot biedt directe antwoorden, waardoor de reactietijd tussen vraag en antwoord voor medewerkers minimaal is.

Tevredenheid van medewerkers die gebruikmaken van de interventie: Het is van groot belang dat medewerkers van Aiden tevreden zijn met de aangeboden communicatiemogelijkheden. Door de snelle respons van de chatbot op vragen van medewerkers zal het vertrouwen in de HR-afdeling toenemen en de tevredenheid over de communicatie verbeteren.

Informatie en stimulatie van medewerkers met betrekking tot het gebruik en de acceptatie van de interventie: Aangezien deze interventie een verandering in gewoonten met zich meebrengt, is het essentieel om alle medewerkers te informeren en te stimuleren om deze gedragsverandering te omarmen. De chatbot biedt een laagdrempelige manier om vragen te stellen, vergelijkbaar met het sturen van een Teams-bericht naar een collega. Door de interventie gebruiksvriendelijk te maken en het imago van de chatbot passend bij de organisatie te creëren, zullen medewerkers eerder geneigd zijn om van de chatbot gebruik te maken.

3.3.1 De inhoud van de bot

De inhoud van de chatbot is specifiek afgestemd op het ontlasten van de HR-afdeling door het beantwoorden van bepaalde vragen. Om de inhoud van de chatbot te bepalen, zijn gesprekken gevoerd met leden van de HR-afdeling om inzicht te krijgen in de veelvoorkomende vragen die zij liever niet meer handmatig beantwoorden. Alle medewerkers hebben bijgedragen aan het opstellen van een lijst met dergelijke vragen, die allemaal geïmplementeerd zullen worden in de chatbot.

Daarnaast is er binnen het intranet van de organisatie een HR-pagina waar een lijst met veelgestelde vragen te vinden is. Het is de bedoeling dat de chatbot deze vragen ook kan beantwoorden.

Bovendien beschikt Aiden over een Aiden Gids waarin informatie staat over secundaire arbeidsvoorwaarden, (collectieve) vrije dagen, procedures en werkwijzen. Per hoofdstuk wordt gekeken naar relevante vragen die betrekking hebben op deze onderwerpen en zullen ook deze vragen geprogrammeerd worden in de bot. Op die manier kan de chatbot vragen over de inhoud van de gids volledig beantwoorden, zonder tussenkomst van de HR-afdeling. Het document waarin deze vragen zijn verwerkt heet “Taalverwerking Aid” en is te vinden in externe bijlage 3.

Indien de chatbot niet in staat is om een vraag van een medewerker te beantwoorden, wordt ervoor gezorgd dat de medewerker wordt doorverwezen naar de juiste persoon. Op deze manier kan de vraag toch snel worden opgepakt.

3.3.2 Verzuim meldingen

Bij het bekijken van de HR-mailbox is het opvallend dat een van de meest voorkomende e-mails ziekmelding betreft. Desondanks is er bewust besloten om deze melding niet door de chatbot te laten afhandelen. Naast het feit dat dit meer budget vereist om de melding direct in het systeem te verwerken, heeft Aiden ervoor gekozen om de drempel voor ziekmeldingen niet te verlagen. Op dit moment dienen de medewerkers van Aiden telefonisch contact op te nemen met hun leidinggevende

en een e-mail te sturen naar HR om zich ziek te melden. Door deze interactie te behouden en medewerkers niet in staat te stellen zich direct bij de chatbot ziek te melden, wordt mogelijk voorkomen dat medewerkers zich sneller ziekmelden dan wanneer er interactie met de HR-afdeling plaatsvindt.

Bovendien hecht Aiden waarde aan een extra persoonlijke benadering, waarbij de HR-afdeling op de hoogte is van de status van medewerkers. Op deze manier kunnen ze specifiekere reacties geven, zoals het verschil tussen een gebroken been en een verkoudheid. Dit niveau van persoonlijke interactie is op dit moment niet haalbaar met de chatbot gemaakt met Power Virtual Agents binnen het huidige budget. Aiden wenst deze menselijke touch te behouden, die de HR-afdeling in staat stelt om op een gepaste en gedetailleerde manier te reageren op verschillende situaties en gezondheidsproblemen van medewerkers.

3.4 Aid de nieuwe collega

Aiden staat bekend om zijn persoonlijke benadering, zowel tegenover zijn medewerkers als klanten. Deze waarde komt tot uiting in de manier waarop iedereen met elkaar omgaat en de organisatie streeft ernaar iedereen te zien en waarderen. Bij een oppervlakkige beoordeling van de chatbot als communicatiemiddel van de HR-afdeling lijkt het in eerste instantie tegen deze persoonlijke aanpak in te gaan. Echter, deze interventie zorgt er juist voor dat de medewerkers van de HR-afdeling meer tijd hebben om daadwerkelijke gesprekken aan te gaan met hun collega's. Is het sturen van een e-mail over algemene vragen en het ontvangen van een standaard generiek antwoord echt zo persoonlijk?

Het is belangrijk om te benadrukken dat de implementatie van een chatbot niet betekent dat al het e-mailcontact wordt geëlimineerd. Belangrijke, specifieke en persoonlijke aangelegenheden worden nog steeds op de huidige manier aangepakt en benaderd. Het gaat alleen om standaardvragen waar medewerkers, als ze goed zoeken, zelf het antwoord kunnen vinden.

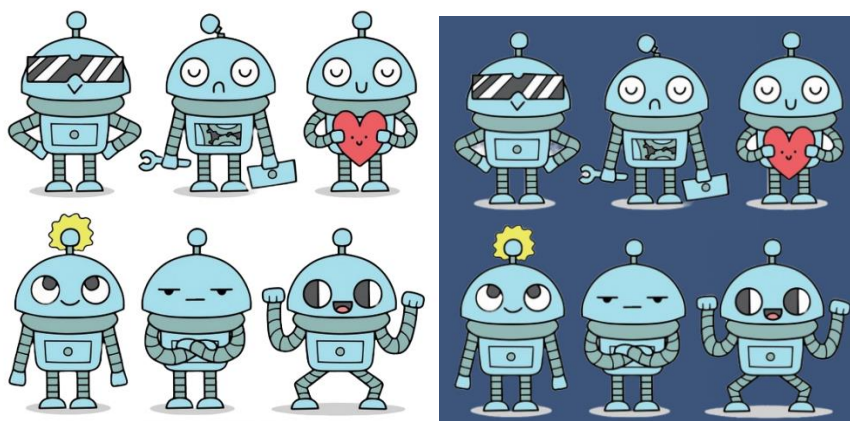
Het implementeren van een chatbot betekent niet dat de waarden van menselijkheid en persoonlijkheid worden genegeerd. Deze chatbot zal zo worden geprogrammeerd dat hij goed aansluit bij de organisatiecultuur. Daarom maken de medewerkers van Aiden kennis met niet zomaar een chatbot, maar met Aid! Aid is de nieuwe collega die altijd klaarstaat om HR-vragen te beantwoorden. Door Aid een naam, gezicht en persoonlijkheid te geven, wordt er juist rekening gehouden met de organisatie. Hij is niet zomaar een stuk technologie; hij is Aid, "technologie made human". Een interventie die letterlijk de slogan van de organisatie uitdraagt.

3.4.1 Design & image

Zoals eerder vermeld, zal Aid een specifiek gezicht en persoonlijkheid krijgen. Dit gezicht zal prominent aanwezig zijn in de communicatie naar het bedrijf. Bij het zoeken naar een geschikt gezicht voor een robot zijn er verschillende mogelijkheden. Men kan kiezen voor een hyperrealistische benadering, maar vaak zijn afbeeldingen van dergelijke robots nogal kil en misschien zelfs een beetje eng. Nadat er met het LT in gesprek is gegaan was het duidelijk dat het de bedoeling is om Aid vriendelijk en toegankelijk over te laten komen. Daarom is er besloten om Aid een schattigere uitstraling te geven in een cartoonstijl.

Bovendien is het voor de communicatie belangrijk om meerdere poses en handelingen van hetzelfde personage te hebben, wat resulteerde in het afvallen van verschillende robotafbeeldingen.

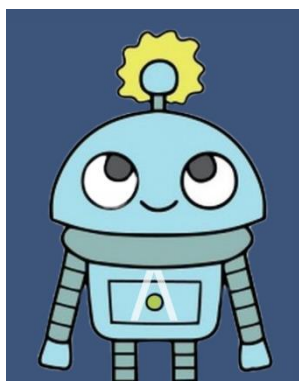
In het "Ontwerpboek Aid", bijgevoegd in de externe bijlage (bijlage 4) zijn verschillende opties rond het uiterlijk van Aid, in het eerste hoofdstuk weergegeven. Ook worden hier alle andere op uiterlijk gebaseerde ontwerpkeuzes in uiteengezet, zoals het uiterlijk van de berichtgeving rond Aid.



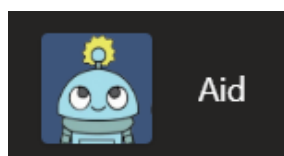
Afbeelding 1: Aid de chatbot.

Uiteindelijk is er besloten om het volgende uiterlijk voor Aid te kiezen, zoals weergegeven in afbeelding 1. Dit ontwerp heeft een frisse, speelse en tegelijkertijd menselijke uitstraling. Door de verschillende poses en emoties die Aid laat zien, kunnen mensen zich gemakkelijker met deze chatbot identificeren.

Tijdens het ontwerpproces van de communicatie rondom de introductie van Aid is er nog een belangrijke aanpassing toegevoegd. Het initiële logo van de organisatie, in de vorm van de eerste letter in een kleinere versie, is verwerkt op de buik van Aid. Op deze manier wordt de link tussen de chatbot en de organisatie nog sterker benadrukt. Raadpleeg afbeelding 2 voor het definitieve uiterlijk van Aid.



Afbeelding 2: Aid definitief.



Afbeelding 3: Aid in Teams

Tijdens het communiceren met Aid via chat in teams, is hij direct te herkennen aan zijn naam en profielfoto, zoals te zien is in afbeelding 3.

3.4.2 Taalgebruik

Het uiterlijk van Aid is slechts een aspect van zijn persoonlijkheid. Wat nog belangrijker is, is de manier waarop hij collega's bij Aiden benadert en aanspreekt. Tijdens het programmeren wordt er specifiek rekening gehouden met het gebruik van vriendelijk en toegankelijk taalgebruik. Bij het aanmaken van een nieuwe bot in Power Virtual Agents zijn er al enkele standaardreacties opgenomen. Om het verschil tussen de respons van Aid en die van een standaard chatbot te laten zien, worden hieronder een begroeting en afscheid vergeleken:

Standaard begroeting: Hoi! Ik ben een virtuele agent. Ik kan helpen met accountvragen, orders, winkelinformatie en meer.

Aid zijn begroeting: Hallo daar! Ik ben Aid, jouw vriendelijke collega die je helpt met al jouw vragen. Hoe kan ik je helpen?

Standaard afscheid: Bedankt dat u met me chat. Tot ziens!

Aid zijn afscheid: Als je nog vragen hebt of ergens hulp bij nodig hebt, sta ik voor je klaar. Verder wens ik je een hele fijne dag toe!

Alle vraag-antwoordcombinaties worden herschreven en geprogrammeerd in het taalgebruik van een vriendelijke collega, in plaats van een statische robot. Voor meer informatie over het herschrijfproces, zie externe bijlage 4 'Taalverwerking Aid' voor de volledige uitwerking.

3.5 Communicatie & planning

De eerste aankondiging van Aid zal plaatsvinden tijdens de Aiden All-bijeenkomst. De Aiden All is een videobijeenkomst waarbij alle medewerkers samenkomen om op de hoogte te worden gebracht van nieuws en andere updates binnen de organisatie. Daarnaast krijgen nieuwe medewerkers de gelegenheid om zichzelf voor te stellen en wordt de "Vraag van de Maand" besproken. Tijdens de Aiden All op vrijdag 26 mei zal Robert Jan, de teamleider van HR, een HR-roadmap presenteren aan de medewerkers. In deze roadmap wordt informatie gegeven over alle lopende projecten van de HR-afdeling en de geplande activiteiten. Tevens zal er meer informatie worden verstrekt over Aid, de nieuwe collega die momenteel in ontwikkeling is.

3.5.1 Confluence berichtgeving

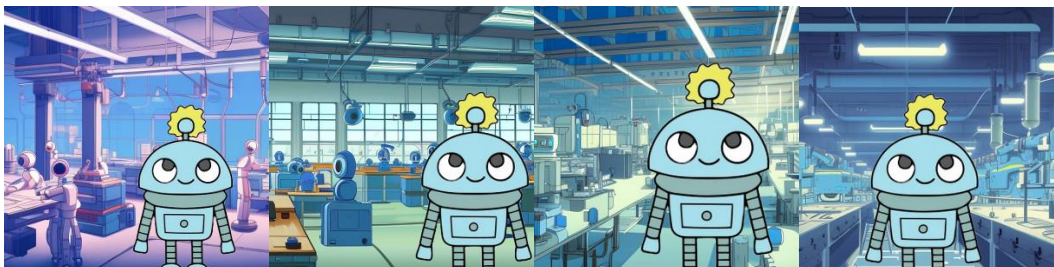
Op maandag 29 mei zal de eerste communicatie plaatsvinden via Confluence, het intranet van Aiden. Confluence is een afgesloten website waar elke afdeling een eigen pagina heeft met informatie, nieuws, vakanties en projecten. Daarnaast heeft elke medewerker een persoonlijk account waarop algemene nieuwsberichten kunnen worden geplaatst, zodat iedereen ze kan zien. Hier zal ook de berichtgeving met betrekking tot Aid worden gepubliceerd.

Voor elke communicatie moet een aantal keuzes worden gemaakt. Vooral omdat de aankondiging van Aid waarschijnlijk lang bij de collega's zal blijven hangen, is het belangrijk dat de berichten de juiste sfeer en het juiste imago van de chatbot uitstralen. Met behulp van kunstmatige intelligentie zijn verschillende achtergronden ontworpen, die elk een totaal andere uitstraling hebben dan de vorige. Bij het ontwerpproces worden instructies gegeven, zoals "fabriek", "geanimeerd", "minimalistisch" en "kleurrijk". Het programma NightCafe (n.d.) biedt vervolgens een aantal opties aan. Als het ontwerp nog niet naar tevredenheid is, kan de beschrijving steeds specifiekere worden gemaakt. In afbeelding 4 wordt een voorbeeld gegeven van hoe de eerste ontwerpen eruitzagen.



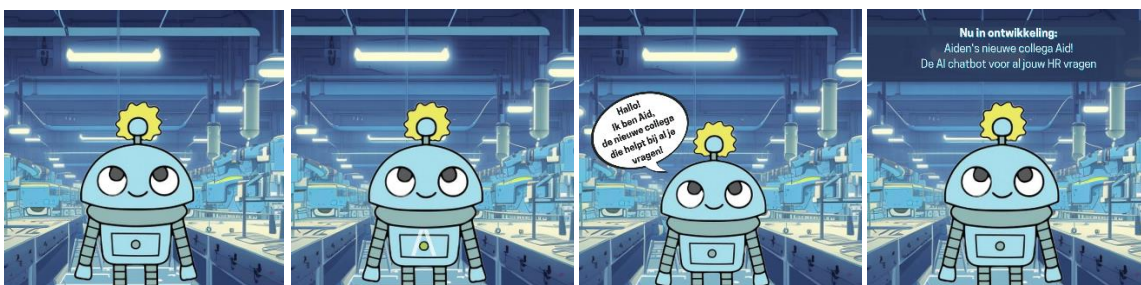
Afbeelding 4: *Ontwerp AI achtergrond*

Om het gewenste resultaat te bereiken, is het systeem voorzien van een specifieke beschrijving om koele kleuren toe te passen en vooral blauw als hoofdkleur te gebruiken. Op deze manier sloten de afbeeldingen beter aan bij de kleuren van de organisatie en Aid. Het volledige keuzeproces met alle afbeeldingen is te vinden in de externe bijlage 4 "Ontwerpboek Aid". Daarnaast moet ook de pose van Aid worden gekozen die wordt weergegeven. Gezien de aankondiging van Aid iets nieuws en innovatiefs is, is gekozen voor de "ideeën pose". Hieronder vindt u de vier beste ontwerpkeuzes voor de introductieberichtgeving, zie afbeelding 5 tot en met 8.



Afbeelding 5: *Optie 1* Afbeelding 6: *Optie 2* Afbeelding 7: *Optie 3* Afbeelding 8: *Optie 4*

De definitieve keuze is uitgegaan naar optie 4, waarna er tekst en het logo aan is toegevoegd om de afbeelding compleet te maken, zie afbeelding ? tot ? voor het proces.



Afbeelding 9: *Optie 1* Afbeelding 10: *Optie 2* Afbeelding 11: *Optie 3* Afbeelding 12: *Optie 4*

Het uiteindelijke ontwerp voor de afbeelding is te zien als afbeelding 13:



Afbeelding 13: *Definitieve keuze introductie*

Bij deze afbeelding werd een mooie balans gevonden tussen speels, persoonlijk en zakelijk met de kleuren en het logo van de organisatie erin verwerkt. Dit is enkel de introductie, maar voor elke berichtgeving wordt een originele afbeelding ontworpen met een bijpassend geschreven bericht erbij. Alle afbeeldingen te vinden in het ontwerp boek, externe bijlage 4.

3.6 Planning interventie

Hier volgt een korte beschrijving van de planning en de acties die uitgevoerd gaan worden. Bij enkele onderdelen zoals bepaalde berichtgeving staan een aantal zinnen waar de kern of het doel van de actie wordt weergegeven. De planning van de interventie en rapportage ziet er als volgt uit:

DATE :





3.6 De innovatieve waarde van Aid

Deze interventie heeft veel innovatieve waarde, voor zowel de organisatie Aiden als de HR beroepspraktijk. Hier worden de innovatieve waarden en voordelen voor beide partijen uiteen gezet.

3.6.1 De innovatieve waarde voor de organisatie

De implementatie van een AI-chatbot, zoals Aid, belooft innovatieve waarde te leveren aan de organisatie op verschillende fronten. Een van de belangrijkste aspecten is de efficiëntieverbetering die verwacht kan worden binnen de HR-afdeling. Door Aid in te zetten om veelgestelde vragen automatisch te beantwoorden, kunnen de HR-medewerkers hun kostbare tijd en energie beter besteden aan complexere taken en strategische HR-initiatieven. Deze verschuiving zal resulteren in een aanzienlijke verbetering van de algehele operationele efficiëntie.

Een andere waardevolle factor is de tijdsbesparing die de AI-chatbot met zich meebrengt. In plaats van te moeten wachten op een reactie via e-mail, kunnen medewerkers direct antwoorden ontvangen op hun vragen. Hierdoor wordt de responstijd verkort en kunnen HR-gerelateerde kwesties sneller worden afgehandeld. Dit bevordert niet alleen de productiviteit van de medewerkers, maar verhoogt ook hun tevredenheid over de HR-service die aangeboden wordt.

Daarnaast biedt de AI-chatbot een schaalbaarheid die ongekend is. Aid kan moeiteloos omgaan met een groot aantal gelijktijdige interacties, waardoor er geen beperkingen zijn aan het aantal vragen dat beantwoord kunnen worden. Bovendien is de chatbot 24/7 beschikbaar, zelfs buiten kantooruren, waardoor medewerkers altijd toegang hebben tot de ondersteuning die ze nodig hebben. Dit zorgt voor een aanzienlijke verbetering van de servicebeschikbaarheid en versterkt de betrokkenheid van de medewerkers.

Met Aid kunnen medewerkers op gebruiksvriendelijke manier vragen stellen en direct antwoorden ontvangen. Dit draagt bij aan een positieve gebruikerservaring, waarbij de drempel om HR-gerelateerde vragen te stellen aanzienlijk wordt verlaagd. De chatbot fungeert als een vriendelijke en altijd beschikbare bron van informatie, waardoor medewerkers zich gehoord en ondersteund voelen.

Tot slot, maar zeker niet minder belangrijk, draagt de AI-chatbot bij aan het behoud van waardevolle kennis binnen onze organisatie. Aiden leert de Aiden gids en kan daardoor antwoorden verstrekken op basis van deze kennisbron. Dit waarborgt de consistentie en beschikbaarheid van informatie, zelfs wanneer specifieke HR-medewerkers niet direct beschikbaar zijn. Hierdoor wordt waardevolle kennis behouden en kunnen medewerkers altijd vertrouwen op accurate en actuele informatie.

Al met al zal de introductie van Aiden als AI-chatbot Aiden voorzien van innovatieve voordelen, variërend van efficiëntieverbetering en tijdsbesparing tot schaalbaarheid, verbeterde gebruikerservaring en kennisborging.

3.6.2 De innovatieve waarde voor de HRM-beroepspraktijk

De introductie van een AI-chatbot, zoals Aid, in de HRM-beroepspraktijk biedt aanzienlijke innovatieve waarde op verschillende vlakken. Allereerst leidt het tot verlichting van administratieve taken voor HR-professionals. Door veelvoorkomende taken aan de chatbot over te laten, krijgen HR-medewerkers meer tijd en ruimte om zich te concentreren op strategische en mensgerichte HR-taken, zoals talentontwikkeling, employee engagement en organisatieontwikkeling. Dit leidt tot een verbetering van de HR-servicekwaliteit en stelt HR-professionals in staat om hun expertise op waardevollere gebieden in te zetten.

Een ander voordeel van de AI-chatbot is de verbeterde toegankelijkheid van HR-ondersteuning voor medewerkers. Met de chatbot kunnen ze op elk gewenst moment vragen stellen en direct antwoorden ontvangen, zonder te hoeven wachten op de beschikbaarheid van HR-medewerkers. Dit verhoogt de efficiëntie en productiviteit van zowel medewerkers als HR-professionals, en draagt bij aan een positieve gebruikerservaring.

Bovendien biedt de AI-chatbot ondersteuning bij besluitvorming voor HR-professionals. Ze kunnen de chatbot raadplegen voor specifieke informatie, zoals gegevens, beleidsinformatie en procedures, waardoor ze sneller en beter geïnformeerde beslissingen kunnen nemen.

Een AI-chatbot biedt de mogelijkheid om waardevolle analytics en inzichten te genereren. Door gegevens te verzamelen over de gestelde vragen en behoeften van medewerkers, kunnen HR-professionals trends en patronen identificeren. Deze gegevens gestuurde inzichten kunnen vervolgens worden gebruikt om strategische beslissingen te nemen, HR-processen te verbeteren en een meer gepersonaliseerde HR-service te bieden.

Daarnaast stimuleert de introductie van een AI-chatbot innovatie en vernieuwing binnen de HRM-beroepspraktijk. Het omarmen van nieuwe technologieën en het verkennen van creatieve oplossingen om de HR-service te verbeteren, bevordert een cultuur van voortdurende verbetering en groei. Dit stelt HR-professionals in staat om voorop te lopen in de HRM-beroepspraktijk en nieuwe mogelijkheden te verkennen om waarde toe te voegen aan de organisatie en haar medewerkers.

Ten slotte positioneert het implementeren van een AI-chatbot als HR-interventie de organisatie en de HRM-beroepspraktijk als vooruitstrevend en modern. Het toont een bereidheid om technologische vooruitgang te omarmen en innovatieve oplossingen te omarmen om de HR-service te verbeteren en aan te passen aan de veranderende behoeften van medewerkers. Dit draagt bij aan een positief imago en versterkt de concurrentiepositie van zowel de organisatie als de HRM-beroepspraktijk.

Kortom, de implementatie van Aid als AI-chatbot brengt een transformatie teweeg in de HRM-beroepspraktijk. Het stelt HR-professionals in staat om efficiënter te werken, de toegankelijkheid van HR-ondersteuning te vergroten, beter geïnformeerde beslissingen te nemen, waardevolle inzichten te verkrijgen, innovatie te stimuleren en een vooruitstrevend imago te creëren.

4. Evaluatieplan

Dit hoofdstuk richt zich op de cruciale aspecten van het evaluatieproces binnen het ontwerp van de interventie. De nadruk ligt op het grondig beschrijven van de methoden en aanpak voor de praktijkevaluatie, inclusief wat er geëvalueerd wordt, op welke manier en binnen welke tijdsperiode(n).

Om de interventie van de AI-chatbot bij Aiden te evalueren, zijn verschillende criteria en indicatoren vastgesteld om de mate van succes van de interventie te bepalen. Hieronder worden de prestatie indicatoren beschreven, evenals de bijbehorende meetmethoden en tijdsframes.

4.1 De responstijd

Ten eerste wordt de prestatie indicator responstijd gemeten, wat de gemiddelde tijd is die de AI-chatbot nodig heeft om een vraag te beantwoorden. Het doel hiervan is om de responstijd te verkorten en snelle reacties aan medewerkers te bieden. Deze meting is geïntegreerd in de chatbot zelf en wordt kwantitatief geanalyseerd bij elke vraag die hij beantwoordt. De meting zal lopen tot 5 oktober waarna alle verzamelde gegevens geëvalueerd zullen worden.

Daarnaast wordt de tevredenheid over de responstijd van de HR afdeling gemeten. Hierbij wordt gebruikgemaakt van een enquête waarin medewerkers gevraagd wordt naar hun tevredenheid over de snelheid waarmee ze doorgaans antwoord krijgen op hun vragen van de HR-afdeling. Deze enquête is uitgezet op 24 mei 2023 onder een steekproef van 60 medewerkers, die in het afgelopen jaar mailcontact hebben gehad met de HR-afdeling. Alle vragen van de enquête zijn te vinden in bijlage 5. Een lijst met namen van de medewerkers die deel hebben genomen aan de enquête wordt onder verzoek van de organisatie niet gedeeld.

De tevredenheid over de responstijd van de chatbot en de responstijd van de HR-afdeling zullen onder medewerkers worden vergeleken. Op 1 oktober, na de uitvoering van de interventie, zal een vergelijkbare enquête worden uitgestuurd waarin medewerkers gevraagd worden naar hun tevredenheid, op een schaal van 1 tot 5, over de snelheid waarmee ze doorgaans antwoord krijgen van Aiden, de chatbot. Op deze manier zal de responstijd en de tevredenheid daarover onder medewerkers worden gemeten. De vragen van de enquête zijn te vinden in bijlage 6.

4.2 Nauwkeurigheid van antwoorden

Ook wordt de nauwkeurigheid van de antwoorden die de AI-chatbot verstrekt beoordeeld. Het doel hiervan is om correcte en relevante informatie te bieden. Feedback van medewerkers wordt verzameld na elke vraag die aan de chatbot wordt gesteld. Dit feedbackmechanisme is geïntegreerd in de interventie zelf, waarbij medewerkers gevraagd wordt of de chatbot de vraag correct heeft beantwoord (ja of nee). Alle resultaten worden op 1 oktober verzameld, deze evaluatie is van kwantitatieve aard.

4.3 Gebruik en acceptatie

Het gebruik en de acceptatie van de AI-chatbot door medewerkers vormen ook een belangrijke prestatie indicator. Het aantal medewerkers dat daadwerkelijk gebruikmaakt van de chatbot wordt gemeten aan de hand van gebruiksstatistieken die door de chatbot zelf worden bijgehouden. Op 1 oktober zullen alle gegevens van de afgelopen periode verzameld worden.

Daarnaast wordt de acceptatie van de interventie gemeten via enquêtes. De enquête die op 24 mei is uitgezet, heeft gevraagd in hoeverre medewerkers denken dat de AI-chatbot hun vragen adequaat kan beantwoorden. De resultaten van deze enquête zullen worden vergeleken met een enquête die

op 1 oktober wordt uitgestuurd. In deze enquête zal worden gevraagd of medewerkers graag gebruik blijven maken van de interventie en in hoeverre ze deze accepteren. Zowel het gebruiksniveau als de acceptatie van de AI-chatbot worden kwantitatief geëvalueerd.

Deze evaluatiecriteria bieden inzicht in de uitkomst, directe resultaten van de interventie. De responstijd van de chatbot, de nauwkeurigheid van de verstrekte antwoorden en het gebruik en de acceptatie door medewerkers zijn allemaal belangrijke indicatoren om te bepalen in welke mate de interventie het gewenste resultaat heeft bereikt.

4.4 Medewerkerstevredenheid

De medewerkerstevredenheid is een belangrijke prestatie indicator die geëvalueerd zal worden. Om de tevredenheid te beoordelen, wordt feedback verzameld van medewerkers om te achterhalen of ze tevreden zijn met de diensten die de chatbot biedt. Het hoofddoel is om positieve reacties te ontvangen en eventuele problemen of ontevredenheid aan te pakken.

Deze evaluatie is geïntegreerd in het systeem van de chatbot zelf. Na elke interactie met de chatbot wordt medewerkers gevraagd om de kwaliteit van de interactie te beoordelen op een schaal van 1 tot 5 sterren. Dit stelt de organisatie in staat om kwantitatieve feedback te verzamelen en de tevredenheid van medewerkers te meten. Bovendien zal op 1 oktober de verwerking van de gegevens plaatsvinden en een vragenlijst uitgestuurd worden waarin medewerkers opnieuw hun mening kunnen geven over de interventie en het gebruik van de chatbot. Deze vragenlijst bevat ook een open vraag waarin medewerkers dieper kunnen ingaan op de redenen achter hun beoordeling. Beide evaluatiemethoden zijn gericht op kwantitatieve gegevensverzameling om een duidelijk beeld te krijgen van de klanttevredenheid met betrekking tot de AI-chatbot.

4.5 Ervaring van de HR-afdeling

Een ander belangrijk aspect dat geëvalueerd zal worden, is de ervaring van de HR-afdeling met betrekking tot de interventie. Het doel is om de werklast van de HR-afdeling te verminderen en hen in staat te stellen zich te concentreren op complexere taken. Om dit effect te meten, zullen na 1 oktober gesprekken worden gevoerd met de twee HR-businesspartners en de medewerker van de salarisadministratie. Tijdens deze gesprekken zal worden geëvalueerd hoe zij de interventie hebben ervaren en in hoeverre zij zich verlicht voelen sinds de implementatie van de chatbot. Deze evaluatiemethode is kwalitatief van aard en heeft als doel diepgaande inzichten te verkrijgen in de impact van de interventie op de werklast en taken van de HR-afdeling.

Door de medewerkerstevredenheid te meten met betrekking tot de interventie en de ervaring van de HR-afdeling te evalueren, kan de organisatie het effect van de interventie beoordelen en vaststellen in welke mate het bijdraagt aan gedragsverandering. Deze evaluatiecriteria geven inzicht in de perceptie en het ervaren voordeel van de AI-chatbot, zowel vanuit het perspectief van de medewerkers als vanuit het perspectief van de HR-afdeling.

4.6 De bestemming van de interventie

Wanneer alle prestatie-indicatoren positief worden geëvalueerd en beoordeeld, kunnen er verschillende voordelen ontstaan voor de organisatie.

4.6.1 Efficiëntie

Een van deze voordelen is verbeterde efficiëntie. Door de AI-chatbot in te zetten om veelgestelde vragen van medewerkers te beantwoorden, kan de responstijd aanzienlijk worden verkort. Dit leidt tot een snellere afhandeling van vragen en verzoeken, waardoor de algehele efficiëntie van de HR-afdeling wordt verhoogd.

4.6.2 Verbeterde medewerkerstevredenheid

Een ander voordeel is verbeterde medewerkerstevredenheid. De AI-chatbot kan snelle en nauwkeurige antwoorden verstrekken, waardoor medewerkers tevreden zijn met de geboden ondersteuning. Ze hoeven niet te wachten op een reactie van de HR-afdeling en kunnen gemakkelijk toegang krijgen tot de informatie die ze nodig hebben. Dit draagt bij aan een positieve werknemerservaring en kan de algehele medewerkerstevredenheid verhogen.

4.6.3 Hogere productiviteit

Daarnaast kan het gebruik van de AI-chatbot leiden tot hogere productiviteit van medewerkers. Doordat ze snel antwoorden en informatie kunnen verkrijgen zonder te hoeven wachten op menselijke tussenkomst, kunnen ze efficiënter werken. Dit betekent dat ze minder tijd hoeven te besteden aan het zoeken naar informatie of het wachten op reacties van de HR-afdeling, waardoor ze meer tijd kunnen besteden aan hun kerntaken en de algehele productiviteit wordt verhoogd.

4.6.4 Focus op complexe taken

Nog een voordeel is dat de HR-afdeling zich kan concentreren op complexe taken. Doordat de AI-chatbot routinematige vragen afhandelt, hebben HR-professionals meer tijd en energie om zich te richten op complexere taken, zoals strategische personeelsplanning, talentontwikkeling of het oplossen van ingewikkelde HR-vraagstukken. Dit stelt hen in staat om waarde toe te voegen op gebieden die meer expertise en menselijke betrokkenheid vereisen, en draagt bij aan een meer strategische rol van de HR-afdeling binnen de organisatie.

4.6.5 Innovatief imago

Tot slot kan het gebruik van een AI-chatbot als onderdeel van de HR-ondersteuning de organisatie een innovatief imago geven. Dit kan aantrekkelijk zijn voor potentiële medewerkers en klanten, en kan de organisatie helpen om zich te onderscheiden in de markt. Het laat zien dat de organisatie investeert in nieuwe technologieën en oplossingen om de HR-processen te verbeteren, wat kan bijdragen aan een positieve perceptie van het bedrijf.

5 Evaluatie

In dit hoofdstuk wordt de evaluatie van het proces ingeleid met een kritische terugblik op de werkwijze van Power Virtual Agents en de geplande evaluatiestappen, zoals uiteengezet in het voorgaande hoofdstuk. Er wordt gekeken naar in hoeverre deze stappen daadwerkelijk zijn uitgevoerd en waar er eventueel is afgeweken van het oorspronkelijke evaluatieplan, met nadruk op de redenen voor deze afwijkingen. Daarnaast wordt er dieper ingegaan op de inhoudelijke aspecten van de uitvoering, de prestatie indicatoren, doelstellingen en de resultaten van de interventie. Ten slotte wordt dit hoofdstuk afgerond met een methodische verantwoording.

5.1 Evaluatie werkwijze PVA

Zoals eerder besproken in het ontwerp hoofdstuk van dit rapport is Aid ontwikkeld met behulp van een systeem genaamd Power Virtual Agents. Dit is een tool waarmee men zonder programmeerervaring een chatbot kan maken en integreren in een Teams-omgeving. Hoewel het systeem wordt geprezen vanwege zijn vele mogelijkheden en gebruiksvriendelijke interface, roepen deze beweringen enige kritische evaluatie op.

Het is niet dat het onmogelijk is om via dit systeem een chatbot te creëren, maar het werkt ook niet bepaald mee. Afgezien van het feit dat het enorm veel tijd kost om alle vragen en antwoorden handmatig in te voeren, zijn er enkele belangrijke aspecten waaruit blijkt dat dit systeem nog niet zijn volledige potentieel heeft bereikt.

Halverwege het ontwikkelingsproces van Aid werd er een update uitgebracht voor de bots. Hierdoor kunnen chatbots antwoorden genereren op basis van minimale input. Als een chatbot bijvoorbeeld een antwoord niet weet, kan hij toch een alternatieve invulling geven in plaats van simpelweg "ik weet het niet" te zeggen. Dit voegt veel toe aan de interactie met de chatbot en brengt nuance in de antwoorden die medewerkers ontvangen. Hierdoor voelt de chatbot minder als een machine die alles weet of helemaal niets weet. Hoewel deze bot-update een waardevolle toevoeging is, ook voor de interventie, was het niet mogelijk om een bestaande bot bij te werken. In plaats daarvan moest een volledig nieuwe bot worden gemaakt, die vervolgens weer handmatig moest worden geconfigureerd. Gezien de vele uren die al waren besteed aan de eerdere implementatie van vragen, is besloten af te zien van de update. Het is echter opmerkelijk dat een systeem dat in ontwikkeling is en voortdurend nieuwe functies introduceert, gebruikers aanmoedigt om al het bestaande werk weg te gooien zonder de mogelijkheid van een geleidelijke overgang.

Een twijfelachtige functie van het PVA-systeem is het creëren van een "workflow", wat kan worden gezien als een actie die de bot zelf kan uitvoeren, zoals het inplannen van een afspraak in iemands agenda of het versturen van een e-mail. Tijdens de ontwikkeling van de interventie leek deze functie echter niet te werken. Na talloze uren onderzoek en experimentatie was er helaas geen vooruitgang geboekt en bleek het geen toegevoegde waarde te kunnen leveren. Ondanks het volgen van alle juiste stappen, werden geen positieve resultaten behaald. Als een chatbot extra functies moet kunnen uitvoeren, is het PVA-systeem daarom geen aanbevolen keuze.

Daarnaast is het verwerken en oplossen van foutmeldingen ook geen sterke functie in PVA. Telkens wanneer er een foutmelding optrad tijdens de testgesprekken, ontbrak het aan aanvullende informatie of de mogelijkheid om de foutmelding op te lossen. Het systeem leidt uiteindelijk naar diverse andere Microsoft-apps die onderling niet kunnen communiceren, wat hun vermogen om fouten op te lossen belemmert. Gelukkig hadden de interne fouten die tijdens deze interventie opkwamen geen invloed op externe gebruikers, zoals de medewerkers, maar dit benadrukt wel het gebrek aan mogelijkheden voor ontwikkelaars om problemen op te lossen. Dit is een kritisch aspect

voor een goed functionerende chatbot en is essentieel als een bedrijf van plan is om dit op grote schaal toe te passen.

Om op een positieve noot af te sluiten, was PVA wel geschikt voor deze interventie. Uiteindelijk was het mogelijk om een werkende chatbot zonder programmeerkennis te integreren in de Teams-kanalen van de medewerkers bij Aiden. Zelfs zonder budget voldeed het systeem aan de basisbehoeften. Echter, als er een keuze moet worden gemaakt over de wijze waarop een chatbot wordt geïntegreerd, wordt het afgeraden om dezelfde aanpak te volgen. Voor een echt competitief voordeel is het verstandig om professionals in te schakelen die de nodige programmeerervaring hebben om een systeem op te zetten en indien nodig te onderhouden. Op deze manier worden de mogelijkheden voor de organisatie werkelijk grenzeloos, zoals eerder beschreven in de inleiding van dit rapport.

5.2 Terugblik evaluatie indicatoren

5.2.1 Responstijd

Aangezien de eerste prestatie indicator, responstijd, gemeten wordt door Aid zelf is deze uitgevoerd zoals gepland. Ook zijn de benoemde enquêtes uitgestuurd op de data zoals besproken in het vorige hoofdstuk. Op 24 mei is er een vragenlijst uitgestuurd waarin de mening van de medewerkers over bepaalde aspecten van de communicatie van de HR afdeling gepeild wordt. Dus ook de responstijd, hoe snel krijgen medewerkers antwoord en wat vinden de medewerkers hiervan. Op 1 oktober nadat de chatbot ongeveer drie weken live was binnen de organisatie is er wederom een vragenlijst uitgestuurd. In deze enquête ligt de focus op hoe tevreden medewerkers zijn met de responstijd van Aid. De twee factoren kunnen zo vergeleken worden, echter wordt hier dieper op ingegaan in het volgende onderdeel van dit hoofdstuk: 5.2 de inhoudelijke evaluatie.

5.2.2 Nauwkeurigheid

Ook voor deze prestatie-indicator is de evaluatiemethode geïntegreerd in de chatbot zelf. Na elke gestelde vraag controleert Aid of het juiste antwoord is verstrekt, waarop medewerkers met 'ja' of 'nee' kunnen reageren. Deze evaluatiemethode is volgens plan verlopen. Er is echter een extra vraag toegevoegd aan de vragenlijst van 1 oktober, waarin medewerkers wordt gevraagd naar hun tevredenheid over de antwoorden van Aid. Dit wijkt af van het oorspronkelijke evaluatieplan in het vorige hoofdstuk. De reden hiervoor is om extra diepgang en begrip te verkrijgen over hoe medewerkers de verstrekte antwoorden hebben ervaren. Dit wordt gemeten door een cijfer tussen één en vijf toe te kennen.

5.2.3 Gebruik, tevredenheid en acceptatie

Om het gebruik van de chatbot door medewerkers te meten, kunnen de gebruikersstatistieken worden geanalyseerd die Aid voor een specifieke periode beschikbaar kan stellen. Aid houdt bij hoe vaak medewerkers hem raadplegen en welke onderwerpen worden behandeld.

Daarnaast berekent hij de gemiddelde tevredenheid door middel van een evaluatievraag met sterren, waarbij ook wordt beoordeeld hoe vaak het juiste antwoord is gegeven.

Om een diepgaander inzicht te verkrijgen in de tevredenheid van medewerkers, is deze prestatie-indicator ook opgenomen in de eerder genoemde enquêtes. Bij deze vraag hebben medewerkers de mogelijkheid om naast het toekennen van sterren ook een geschreven antwoord te geven, wat meer inzicht geeft in hun ervaring met het gebruik van de chatbot.

Daarnaast wordt gevraagd of ze van plan zijn en willen doorgaan met het gebruik van de interventie. Dus of ze de chatbot als een aanvullende communicatiemethode accepteren en van plan zijn deze op

de lange termijn te blijven gebruiken. Deze evaluaties zijn niet afgeweken van het geplande proces in het vorige hoofdstuk.

5.2.4 HR-afdeling

De gesprekken met de kernleden van de HR-afdeling, zoals beschreven in het vorige hoofdstuk, zijn succesvol afgerond. Er is wel een wijziging opgetreden in de samenstelling van de verschillende rollen. Op het moment van schrijven is een van de twee businesspartners niet langer actief. Deze medewerker heeft daardoor de interventie niet meegemaakt, waardoor het gesprek slechts is gevoerd met twee medewerkers binnen HR. Echter zijn deze twee personen verantwoordelijk voor het afhandelen van de constante stroom aan vragen via de mail. Voor hen zou de interventie dus het grootste effect moeten hebben in termen van werkverlichting. Hierdoor zijn hun meningen essentieel bij het meten van het succes van de interventie, ondanks de beperkte omvang.

5.2.5 De planning

Er was een lichte afwijking in de planning met betrekking tot het testen van de chatbot en de uiteindelijke aankondiging dat Aid beschikbaar is voor alle medewerkers. Het programmeren van de chatbot nam meer tijd in beslag dan gepland, en er deden zich ook enkele obstakels voor bij het verlenen van toegang tot de chatbot voor de gehele organisatie. Hierdoor zijn de testrondes verder richting de officiële aankondiging opgeschoven. Vanaf 14 augustus kreeg een selecte groep medewerkers toegang tot de chatbot, terwijl de oorspronkelijke planning uitging van 31 juli. Helaas is deze deadline niet gehaald.

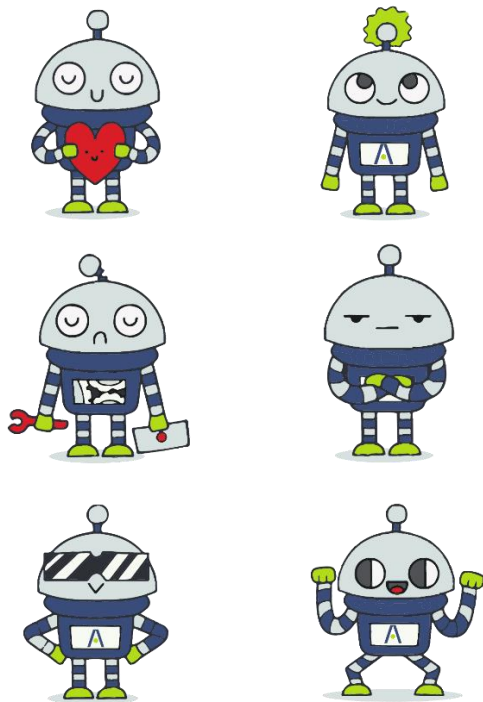
Oorspronkelijk was de officiële startdatum van Aid gepland op 1 september. Echter, omdat er geen verdere problemen opdoken tijdens de testweek, was Aid al vanaf 23 september beschikbaar voor de gehele organisatie. Uiteindelijk is de chatbot dus eerder online gegaan dan verwacht. De rest van de planning is grotendeels verlopen zoals beschreven in hoofdstuk drie. Er waren mogelijk kleine afwijkingen, maar deze hadden geen significante invloed op het proces.

De officiële aankondiging van Aid volgde het thema familie, de chatbot Aid die nu dat hij helemaal werkt, ook onderdeel is van de Aiden familie. Om de officiële aankondiging van Aid te ondersteunen, is er een afbeelding ontworpen, zoals te zien in afbeelding 13.



Afbeelding 13: Aid officieel onderdeel van de Aiden familie

Zoals misschien al is opgevallen is het ontwerp van Aid aangepast. In overleg met de marketing afdeling bij Aiden is er besloten het ontwerp aan te passen om nog beter bij de kleuren van de organisatie aan te sluiten. Zijn nieuwe design ziet er als volgt uit, zie afbeelding 14.



Afbeelding 14: Nieuwe ontwerp Aid

5.3 Inhoudelijke Evaluatie

5.3.1 Doelgroep en gebruik

Aiden kent gemiddeld 320 actieve medewerkers. Voorafgaand van de interventie was het lastig om in te schatten hoeveel van hen daadwerkelijk gebruik wilden maken van de chatbot. Deze doelgroep staat namelijk niet bekend om hun actieve betrokkenheid via het intranet of wanneer hun input wordt verwacht in een vragenlijst. Voor Aiden geldt zelfs dat wanneer 30 personen een bericht op Confluence hebben bekeken, dit al als "viraal" wordt beschouwd, een term die doorgaans wordt geassocieerd met miljoenen kijkers.

In de periode van 14 augustus tot 5 oktober hebben 138 medewerkers gebruikgemaakt van Aid. Dit aantal is minimaal vier keer zo groot als wat Aiden al beschouwt als veel en vertegenwoordigt meer dan een derde van het totale personeelsbestand. Dit wijst erop dat de communicatie over Aid medewerkers heeft aangemoedigd niet alleen de berichtgeving te lezen, maar ook om erop te klikken, de tool op Teams te installeren en vervolgens een vraag te stellen. Het feit dat ten minste een derde van de medewerkers deze stappen heeft ondernomen via digitale aansturing, geeft aan dat er draagvlak is voor het gebruik van Aid.

Het aantal zou waarschijnlijk nog groter zijn geweest als er op meerdere momenten communicatie was geweest die als herinnering aan de interventie diende. Echter, voor het onderzoek is hier bewust van afgezien. De reactie is puur voortgekomen uit de initiële berichtgeving; degenen die erbij betrokken waren, toonden oprechte interesse en ondernamen zelf de nodige stappen. Dit maakt het gebruik, zelfs na 4 weken sinds de initiële berichtgeving, aanzienlijk waardevoller dan wanneer medewerkers na verloop van tijd opnieuw getriggerd zouden zijn.

Wel was er een afname te zien in het gebruik van Aid. Waar de interventie in de eerste twee weken 106 gebruikers had, nam dit in de laatste twee weken af naar 14. In de tabel van figuur 1 is zijn de gebruiksaantallen van de eerste twee weken te zien en in figuur 2 de laatste twee weken van de gemeten periode.

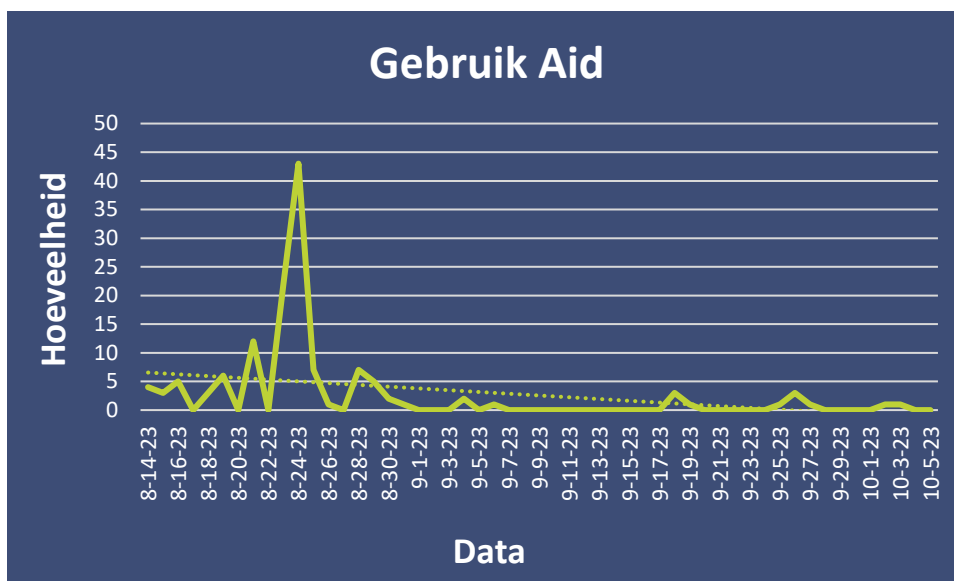
Datum	Aantal keer gebruikt
8-14-23	3
8-15-23	5
8-16-23	0
8-17-23	3
8-18-23	6
8-19-23	0
8-20-23	12
8-21-23	0
8-22-23	22
8-23-23	40
8-24-23	7
8-25-23	1
8-26-23	0
8-27-23	7

Figuur 1: Aanslaan Aid 8-14 tot 8-27

Datum	Aantal keer gebruikt
9-22-23	2
9-23-23	0
9-24-23	1
9-25-23	3
9-26-23	1
9-27-23	0
9-28-23	0
9-29-23	4
9-30-23	0
10-1-23	1
10-2-23	1
10-3-23	0
10-4-23	0
10-5-23	1

Figuur 2: Aanslaan Aid 9-22 tot 10-05

In figuur 3 wordt het totale gebruikersniveau weergegeven voor de periode van 14 augustus tot 5 oktober. Hier is duidelijk te zien op welke momenten gedurende deze periode de medewerkers gebruik hebben gemaakt van de chatbot. Ook is de data van alle tabellen en grafieken terug te zien in bijlage 7.



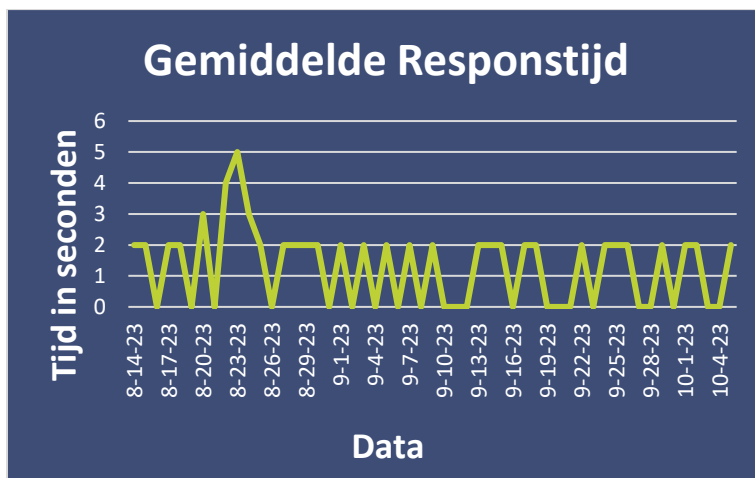
Figuur 3: Gebruiks niveau verspreid

De gebruikers van de interventie zijn de medewerkers van Aiden. Het is echter niet mogelijk om inzicht te krijgen in de gemiddelde leeftijd of de verhouding tussen de geslachten binnen deze doelgroep die van de chatbot gebruik heeft gemaakt. Vanwege privacyoverwegingen kan Aid niet bijhouden met wie hij het gesprek voert. Het nadeel hiervan is dat de vragen die hij kan beantwoorden van algemene aard zijn. Echter zorgt dit voor de naleving van de AVG-wet en voorkomt het onbedoelde verspreiding van persoonsgegevens binnen de organisatie.

5.3.2 Responstijd

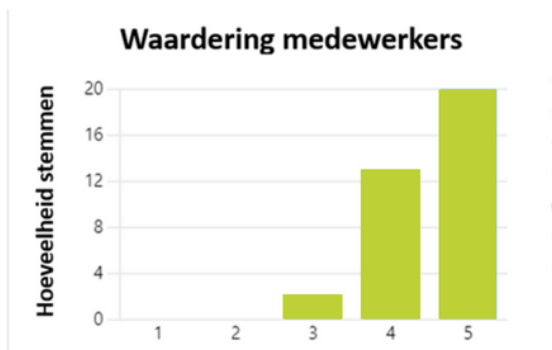
Een van de prestatie-indicatoren waarmee de interventie wordt beoordeeld, is de responstijd van Aid. De snelheid waarmee een medewerker antwoord krijgt, is hierbij van groot belang. Bij elke vraag houdt de chatbot bij hoelang het duurt om een antwoord te verwerken en te verzenden. In figuur 4 wordt per dag weergegeven hoe lang het gemiddeld duurde om een antwoord te geven. Rond 23 september, de periode waarin Aid officieel online ging, is een opvallende piek te zien. Dit betekent niet per se dat hij bij elke vraag die dag trager was; het kan ook zijn dat er slechts een paar trage vragen waren die het gemiddelde omhoog brachten.

Waarschijnlijk had de chatbot die dag wat meer moeite met zijn verwerkingen vanwege het hoge gebruikersniveau. In de week van 20 tot 26 september werd namelijk het grootste aantal gebruikers geregistreerd, namelijk 82. Als we de gehele periode bekijken, blijft de responstijd van Aid over het algemeen stabiel, met een gemiddelde van ongeveer 2 seconden per vraag.



Figuur 4: Gemiddelde responstijd Aid

Op 1 oktober is een enquête verstuurd naar een steekproef van 50 medewerkers met als doel extra inzicht te krijgen in de evaluatie van de interventie. In deze enquête is een vraag gesteld over de tevredenheid van de medewerkers met betrekking tot de snelheid waarmee ze doorgaans antwoord hebben gekregen van Aid. Medewerkers konden een antwoord tussen 1 en 5 kiezen. Figuur 5 geeft weer welke waardering de medewerkers aan deze vraag hebben toegekend. Het gemiddelde van alle scores bij deze vraag is 4,51 uit 5. Voor de datasets van beide enquêtes zie bijlage 7.



Figuur 5: Tevredenheid over responstijd Aid

In een enquête die op 24 mei is verstuurd, bedoeld om inzichten te verkrijgen vóór de interventie, is aan de medewerkers gevraagd hoe tevreden ze zijn met de responstijd van de HR-afdeling.

Het is uiteraard niet realistisch om een HR-afdeling met een chatbot te vergelijken op basis van de gemiddelde tijd per vraag. Echter, richt deze factor zich niet zozeer op de tijd per vraag, zoals hierboven genoemd. Het richt zich meer op de verwachtingen van de medewerker en in hoeverre zij vinden dat de tijd gerechtvaardigd is. De gemiddelde score die uit deze vraag naar voren kwam, is 3,22. De diverse waarderingen van de medewerkers met betrekking tot deze vraag zijn opgenomen in figuur 6.



Figuur 6: *Tevredenheid respons HR-afdeling Aiden*

Bij deze vraag valt op dat er meer variatie is in de gegeven antwoorden dan bij de beoordeling van de responstijd van de chatbot. Desondanks is het gemiddelde van 3,22 niet laag. Het moet echter worden opgemerkt dat er waarderingen van 1 of 2 zijn, wat zeker niet wenselijk is.

5.3.3 Feedback responstijd

Naast de numerieke beoordelingen in de enquête hebben medewerkers ook mondelinge reacties gegeven. De eenvoudige uitspraak "hij werkt snel en goed" werd vaak genoemd. Vooral de opmerking:

"Ik vind het zo gaaf dat Aid direct antwoord kan geven op mijn vragen, nu hoef ik voor standaard vragen de Aiden gids niet meer door te gaan"

was een waardevolle quote voor het illustreren van het effect met betrekking tot de responstijd en de algemene bijdrage van de interventie. Vanwege de privacy van de organisatie en haar medewerkers zullen geen namen worden vermeld.

Aangezien de doelstelling rond deze prestatie indicator is:

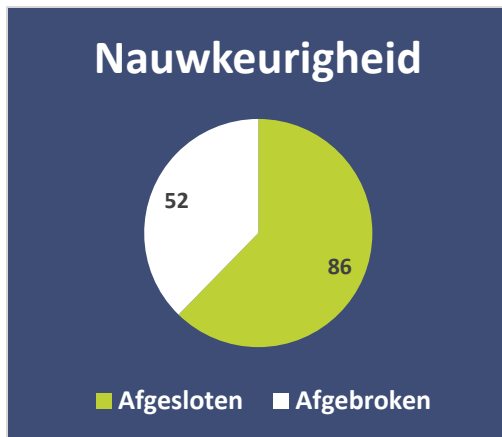
De vragen van medewerkers worden snel en correct beantwoord worden zonder dat de HR-afdeling daar zelf actief mee bezig hoeft te zijn.

Aangezien deze doelstelling ook gekoppeld is aan nauwkeurigheid, zal hij in hoofdstuk 5.2.5 behandeld worden.

5.2.3 Nauwkeurigheid

De chatbot kan zelf vaststellen welke interacties hij heeft afgesloten en welke gesprekken zijn afgebroken. "Afgesloten" betekent dat medewerkers aan het einde van de vraag de evaluatie hebben ingevuld en hebben aangegeven dat de vraag correct is afgehandeld. "Afgebroken" duidt op het feit dat een vraag niet kon worden opgelost, bijvoorbeeld omdat de chatbot de vraag niet begreep. Het kan ook voorkomen dat er geen verdere feedback is gegeven, waardoor het gesprek nooit officieel is afgesloten. Deze gesprekken worden automatisch na een uur afgebroken.

Afgesloten is over het algemeen een positieve indicator. Hoe meer gesprekken afgesloten zijn, des te beter heeft Aid de vragen van de medewerkers afgehandeld. Van de 138 gesprekken zijn er 86 afgesloten, wat betekent dat hij 62,31% heeft afgerond. In figuur 7 wordt de verhouding weergegeven door middel van een cirkeldiagram.



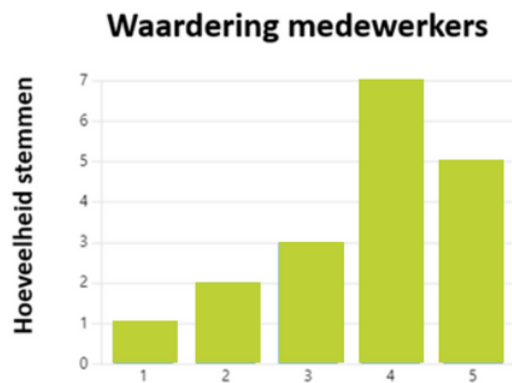
Figuur 7: Verhouding afgesloten/afgebroken onderwerpen

In de enquête van 1 oktober is aan medewerkers gevraagd in hoeverre ze tevreden zijn over de antwoorden die ze van Aid hebben ontvangen, op een schaal van 1 tot 5. Het gemiddelde van alle waarderingen is 3,60. De volledige verdeling van de antwoorden is overzichtelijk weergegeven in figuur 8.



Figuur 8: Tevredenheid nauwkeurigheid antwoorden Aid

Ook is er in de enquête van 24 mei aan medewerkers gevraagd naar hun tevredenheid over de antwoorden die ze van de HR-afdeling ontvangen. Het gemiddelde van de verschillende waarderingen voor deze vraag is 3,75, wat hoger ligt dan het gemiddelde cijfer dat Aid heeft ontvangen. De volledige spreiding van de waarderingen is zichtbaar in figuur 9.



Figuur 9: Tevredenheid nauwkeurigheid antwoorden HR-afdeling Aiden

Het behaalde resultaat is eigenlijk best bevredigend. Hoewel de HR-afdeling een hoger cijfer heeft ontvangen, is het opmerkelijk dat Aid, als een chatbot die geen specifieke vragen kan verwerken, toch zo dichtbij komt in de waarderingen. Het is belangrijk om in overweging te nemen dat we hier mensenwerk vergelijken met een geautomatiseerde tool, waarbij de menselijke factor in dit geval een voordeel heeft.

Het feit dat Aid 62,31% van alle gesprekken heeft kunnen oplossen, komt niet overeen met het oorspronkelijk ingeschatte percentage aan het begin van de interventie. Desalniettemin, na gewerkt te hebben met het programma waarmee Aid is gemaakt, blijkt dit resultaat toch niet slecht te zijn.

Het implementeren van elke vraag en de bijbehorende antwoorden vereist handmatige inspanning. Aid moet vervolgens minimaal tien triggerzinnen hebben om een vraag te kunnen identificeren. Hoewel dit betekent dat de exacte bewoording van de vraag niet precies hoeft overeen te komen met de implementatie, moet de vraagstelling alsnog in de buurt komen van het origineel. Als iemand een vraag stelt die wel in het systeem staat maar in andere kernwoorden, kan de chatbot deze vraag vaak niet identificeren. Dus, rekening houdend met deze uitdagingen, is de behaalde 62% misschien niet het beoogde doel, maar het is ook niet slecht.

5.3.4 Feedback nauwkeurigheid

Naast de bovenstaande evaluaties is er ook mondelinge feedback ontvangen met betrekking tot de nauwkeurigheid van Aid. Het is de medewerkers niet ontgaan dat de chatbot niet in staat is om bij specifieke situaties te assisteren. Hier zijn enkele citaten:

“Wel is het zo dat ik niet hele specifieke vragen kan stellen, wellicht is dat nog niet ingesteld.”

“Weet niet of het gekoppeld is, maar bijvoorbeeld wat is mijn employee nummer. Of bij telefoon aanvraag vroeg ik of ik alweer een kon aanvragen.”

Enkele gebruikers hebben eveneens opgemerkt dat er bepaalde doorverwijzingen naar andere systemen binnen Aid ontbraken. Hoewel Aid bijvoorbeeld wel in staat is om door te verwijzen naar de contactgegevens van een specifieke HR-medewerker die gezocht wordt, blijkt het niet automatisch een Teams-gesprek tussen twee personen te kunnen initiëren.

“Dacht wel dat als ik contact wilde met HR dat ik naar de teamschat doorgestuurd zou worden naar iemand die op dat moment werkzaam is. Dus dat ik dan de chatwindow krijg van iemand van HR. Alleen ik kreeg gewoon een contactpagina met de gegevens.”

Er was zeker ook positieve feedback over de nauwkeurigheid van Aid:

“Ik heb allerlei vragen gesteld en kreeg snel en goed antwoord. Heb er ook wat van geleerd, wist namelijk nog niet af van het bestaan van een generatiepact. Ik heb op hele andere manieren dezelfde vraag gesteld ook daar kreeg ik goede antwoorden op. Ziet er heel goed uit!”

5.3.5 Doelstelling responstijd en nauwkeurigheid

De doelstelling met betrekking tot responstijd en nauwkeurigheid luidt:

De vragen van medewerkers worden snel en correct beantwoord worden zonder dat de HR-afdeling daar zelf actief mee bezig hoeft te zijn.

De gemiddelde snelheid van Aid per vraag bedraagt 2 seconden, met een lichte vertraging bij uitzonderlijk intensief gebruik. Deze snelheid ligt ver onder de aanvankelijke doelstelling van een minuut, wat achteraf gezien mogelijk niet realistisch was, maar in ieder geval getuigt van de effectieve snelheid van Aid. Medewerkers die de responstijd hebben beoordeeld, zijn zeer tevreden dat is te zien aan de score van 4,51.

Om de gestelde doelstelling met betrekking tot nauwkeurigheid te behalen, werd een percentage van 70% correcte antwoorden vastgesteld. Met het feitelijke percentage van de chatbot, dat op 62% ligt en dus lager is dan de gestelde doelstelling, kan men stellen dat deze doelstelling niet is bereikt. Toch zijn de medewerkers niet ontevreden. Ondanks het feit dat de chatbot geen specifieke vragen kan beantwoorden, heeft hij toch een waardering van 3,60 gekregen, wat relatief dichtbij de 3,75 ligt die de HR-afdeling zelf heeft ontvangen. Opnieuw ben ik van mening dat bepaalde aspecten van de werking van de chatbot niet volledig zijn meegenomen bij het vaststellen van een realistisch doel. Net zoals een minuut wellicht te ruim was, zou 70% misschien te optimistisch kunnen zijn.

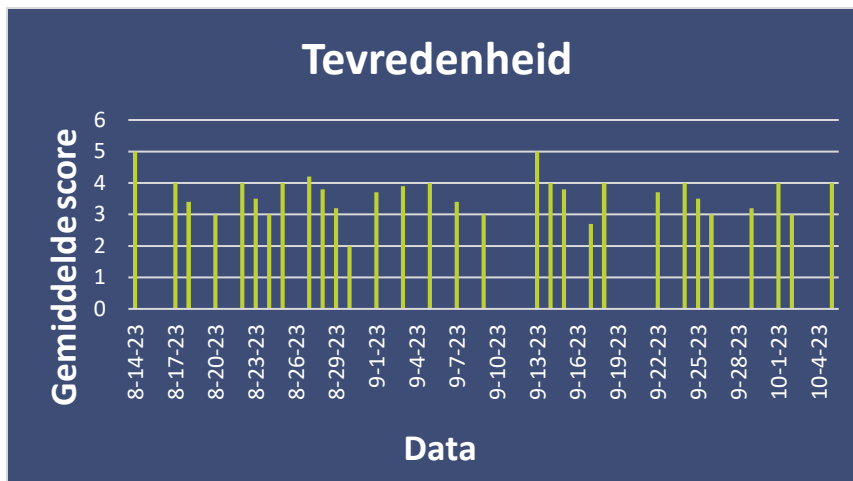
Verder is de HR-afdeling niet actief bezig geweest met het beantwoorden van de vragen, aangezien Aid volledig zelfstandig kan functioneren en handelen. Dit aspect is dus wel succesvol behaald binnen deze doelstelling.

Afgezien van de nauwkeurigheid van de chatbot, zijn de andere prestatie-indicatoren behaald. Deze interventie sluit goed aan bij de doelstelling, en als de chatbot iets subtieler kan omgaan met verschillende soorten vragen, zelfs persoonlijke situaties, ligt er zeker een waardevolle toekomst voor hem als ondersteuning van de HR-afdeling. Ook al is de doelstelling niet helemaal gerealiseerd, is het uiteindelijke resultaat nog steeds reden voor tevredenheid.

5.3.6 Tevredenheid

Een van de onderliggende functies van de chatbot is het bijhouden van de tevredenheid van de medewerkers. Na het beantwoorden van elke vraag door Aid wordt er gevraagd om een cijfer tussen de 1 en 5 te geven. Deze informatie wordt verzameld en dagelijks wordt een gemiddelde tevredenheidsscore berekend.

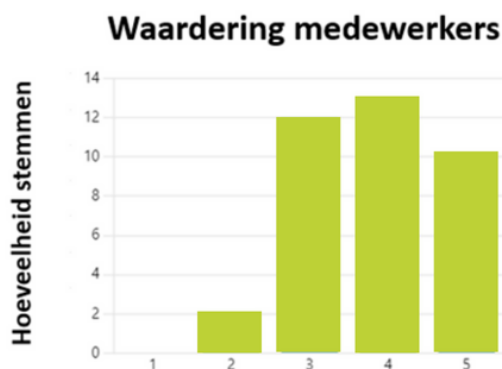
De chatbot ontvangt een gemiddelde score van 3,63 wanneer alle gegeven scores worden samengevoegd. De spreiding van de gemiddelde tevredenheid is overzichtelijk weergegeven in figuur 10. Een gedetailleerde tabel met alle scores is ook beschikbaar in bijlage 9. Voor de data van alle grafieken en tabellen zie bijlage 11.



Figuur 10: Algehele tevredenheid omtrent Aid

In de enquête die op 1 oktober is verstuurd, werd aan de medewerkers gevraagd welk cijfer ze Aid zouden geven op een schaal van 1 tot 5.

Het gemiddelde van alle waarderingen is 3,77, wat hoger is dan wat de chatbot zelf had geregistreerd. Desondanks zijn beide cijfers afgerond een 4, wat als een goede score wordt beschouwd voor de gemiddelde tevredenheid. De spreiding van alle antwoorden is weergegeven in figuur 11.



Figuur 11: Cijfer toekenning Aid

Uiteraard wordt deze interventie op verschillende onderdelen geëvalueerd. Echter is tevredenheid een cruciale factor die de ervaring van de medewerkers en daarmee de organisatie beïnvloedt. Als de tevredenheid laag is of als mensen de interventie niet meer willen gebruiken, is het moeilijk om het als een succes te beschouwen. Met scores rond de 3,77 en 3,60 voor tevredenheid kunnen we zeker spreken van een acceptabel niveau.

5.3.7 Feedback tevredenheid

Na het kwantitatieve deel van de evaluatie is het zeker van belang om ook de reacties en feedback van de medewerkers mee te nemen. Over het algemeen was vrijwel iedereen met wie gesproken werd redelijk positief. Veel medewerkers vinden het opmerkelijk dat de kleine robot op het scherm soms meer lijkt te weten over Aiden dan de mensen die er al lange tijd werken.

“Aid werkte foutloos en beantwoorde al mijn vragen, echt fantastisch.”

“Heel creatief en ik kreeg op alle vragen een antwoord en soms ook een opvolgende vraag met antwoord. Het werkt foutloos!”

5.3.8 Doelstelling tevredenheid

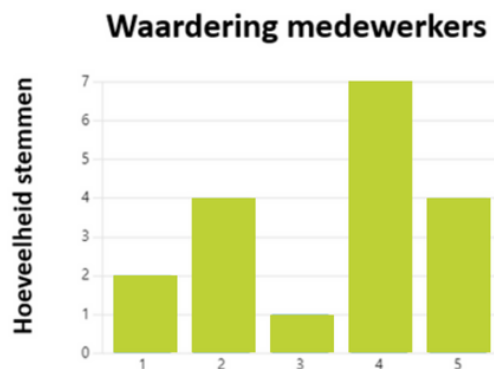
De doelstelling met betrekking tot tevredenheid luidt als volgt:

“De medewerkers die gebruik maken van de interventie, moeten hier tevreden over zijn.”

Bij het beoordelen van deze doelstelling werd een score van 3 beschouwd als voldoende en een score van 4 als goed. De werkelijke scores die betrekking hebben op de tevredenheid van de medewerkers zijn 3,63 en 3,77. Beide scores liggen boven de 3,5, dus kan worden geconcludeerd dat deze doelstelling zeker als behaald kan worden beschouwd, met een ruime voldoende.

5.3.9 Acceptatie

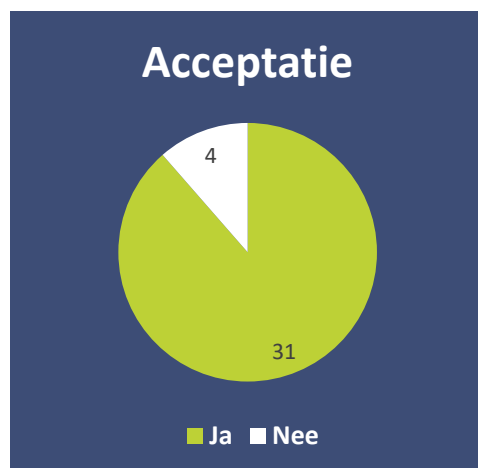
In de enquête van 24 mei is aan de medewerkers gevraagd in hoeverre ze verwachten dat een chatbot hun vragen goed zou kunnen beantwoorden. Het gemiddelde van deze vraag kwam uit op 3,39. De verspreiding van de antwoorden is terug te zien in figuur 12. Dit vormt de nulmeting van de interventie, waarbij de medewerkers een twijfelachtig vertrouwen hebben in de chatbot, maar niet negatief zijn.



Figuur 12: *Verwachting nauwkeurigheid chatbot (voor de interventie)*

In de enquête van 1 oktober, uitgevoerd na de interventie, is gevraagd hoe goed de chatbot uiteindelijk de vragen heeft afgehandeld. De bijbehorende grafiek van de spreiding in antwoorden is te zien in hoofdstuk 5.2.3, figuur 8. Het gemiddelde van de gegeven waarderingen is 3,60, uiteindelijk hoger dan wat de medewerkers aanvankelijk hadden ingeschat.

Verder is er gevraagd in hoeverre de medewerkers bereid zijn om de chatbot te blijven gebruiken. Het bijbehorende cirkeldiagram is te zien in figuur 13.



Figuur 13: *Acceptatie gebruik Aid*

Van de 35 medewerkers die de evaluatie-enquête hebben ingevuld, geeft 89% (31 personen) aan Aid te willen blijven gebruiken. Hoewel 100% natuurlijk het beste resultaat zou zijn geweest, is 89% nog steeds een zeer positieve uitkomst.

Daarnaast is het een positief resultaat dat Aid de vragen van de medewerkers beter heeft kunnen beantwoorden dan ze aanvankelijk hadden verwacht. Het lijkt erop dat eventuele weerstand onder degenen die Aid hebben gebruikt, verminderd is. Uiteindelijk heeft een aanzienlijk aantal medewerkers deelgenomen aan de interventie, met meer dan een derde van het personeelsbestand dat het in ieder geval heeft kunnen ervaren.

5.3.10 Doelstelling acceptatie en gebruik

De doelstelling die gericht is op de acceptatie en het gebruik van de interventie luidt als volgt:

"De medewerkers die met de interventie te maken krijgen, zijn geïnformeerd en gestimuleerd om deze te gebruiken en te accepteren."

De evaluatie van het gebruik van de interventie, zoals beschreven in hoofdstuk 5.2.1, toont duidelijk aan dat de medewerkers daadwerkelijk gestimuleerd zijn om de interventie te gebruiken. Het feit dat 138 medewerkers betrokken waren en verschillende stappen hebben genomen om Aid te gebruiken, is waardevol bewijs van de acceptatie en het actieve gebruik van de interventie. Zelfs wanneer 30 bezichtigingen op interne communicatie als veel worden beschouwd, benadrukt de betrokkenheid van 138 medewerkers de impact en acceptatie van Aid binnen de organisatie.

Via diverse communicatiekanalen zijn de medewerkers uitgebreid geïnformeerd over het proces, de werkwijze en het bestaan van de chatbot. Zelfs tijdens de onboarding van nieuwe medewerkers wordt Aid genoemd als een collega die beschikbaar is om te assisteren bij verdere vragen. Bovendien hebben verschillende afdelingen contact opgenomen om vragen toe te voegen en te verkennen of Aid ook op andere afdelingen effectief zou kunnen zijn. Dit getuigt ervan dat de medewerkers van Aiden niet alleen op de hoogte zijn van Aid, maar ook weten hoe ze er gebruik van kunnen maken, en actief meedenken over zijn toekomst binnen Aiden.

Ten slotte is aan de medewerkers gevraagd in hoeverre ze bereid zijn Aid te blijven gebruiken, en maar liefst 89% geeft aan dit te willen blijven doen. Om de gestelde doelstelling te behalen, moest minimaal 70% aangeven Aid te willen blijven gebruiken. Gezien het behaalde percentage kan geconcludeerd worden dat deze doelstelling succesvol is behaald.

5.3.11 HR-afdeling

Het primaire doel van de interventie is de HR-afdeling te ondersteunen bij het efficiënt afhandelen van een deel van de inkomende e-mailvragen. Deze vragen zijn algemeen van aard en betreffen zaken waar medewerkers zelf antwoord op hadden kunnen vinden met de nodige inspanning.

Hoewel er vanuit de medewerkers positieve feedback is gekomen over verschillende aspecten van de chatbot, zoals eerder beschreven in dit hoofdstuk, is het tevens van belang om de mening van de HR-afdeling zelf te betrekken. Met name van degenen die het effect van de interventie het meest zouden moeten ervaren. Uit privacyoverwegingen worden geen namen onthuld. In plaats daarvan worden medewerker A en medewerker B als verwijzingen gebruikt.

Een medewerker (Medewerker A) van de HR-afdeling heeft opgemerkt dat een collega gebruik had gemaakt van de chatbot. Hoewel deze medewerker uiteindelijk nog steeds documenten moest aanleveren bij de HR-afdeling, waren de benodigde gegevens al correct verstrekt. Normaal gesproken zou dit proces heen en weer gegaan zijn via e-mailcommunicatie. Het feit dat de vraag meteen kon worden behandeld, zonder discussie over de context van de vraag, betekende een aanzienlijke

verbetering. Toen er werd gekeken in het logsysteem van de chatbot, bleek dat er inderdaad rond die datum een vraag was gesteld over het betreffende onderwerp, waaruit blijkt dat de medewerker op de hoogte was van de vereiste gegevens.

Medewerker B ervaart voornamelijk problemen met de toestroom van e-mails wanneer hij met vakantie gaat. Het toeval wil dat deze medewerker net tijdens de implementatie van de interventie met vakantie was gegaan. Bij terugkomst ontdekte hij dat zijn persoonlijke mailbox meer dan 500 e-mails bevatte. Na de introductie van de chatbot tijdens zijn volgende vakantie was het aantal e-mails bij terugkomst ongeveer 100 lager. Natuurlijk zijn er meerdere factoren die hierbij een rol spelen, zoals collega's die meer vragen oppakten of medewerkers die eenvoudigweg minder vragen stelden. Desondanks is dit de eerste keer dat de toestroom van e-mails daadwerkelijk verminderde, wat het vermelden waard is.

Een realistische beoordeling van het effect van de chatbot maakt het echter moeilijk om exact vast te stellen hoeveel werkverlichting deze heeft opgeleverd. Dit wordt nog complexer door de veranderingen in de samenstelling van de HR-afdeling tijdens de interventie. Bovendien is met één van de drie medewerkers die niet langer werkzaam is binnen het bedrijf, de werklast in cijfers juist toegenomen.

Beide medewerkers van de HR-afdeling beschouwen Aid als een waardevolle toevoeging aan Aiden. Ze zien het als een creatieve oplossing voor een lang bestaand probleem, waar nu voor het eerst op een vernieuwende manier naar wordt gekeken. Aid verlaagt de drempel voor medewerkers om zelf informatie op te zoeken voordat ze contact opnemen met HR.

Hoewel het opzoeken van informatie misschien niet direct lijkt samen te gaan met het gebruik van een digitale tool, betreft het niet meteen de tijd van het HR-personeel. Medewerkers worden aangemoedigd om zelf informatie in te winnen, wat het proces van vragen stellen aan HR kan vergemakkelijken.

5.4 Conclusie doelstellingen

In samenvatting kunnen we concluderen dat de implementatie van de chatbot Aid aanzienlijk positieve resultaten heeft opgeleverd.

Met een opvallend lage responstijd van gemiddeld 2 seconden per vraag en een hoge tevredenheid van met responsetijd, beoordeeld met een 4,51 vanuit het perspectief van medewerkers, heeft Aid bewezen snel en efficiënt te kunnen opereren. Hoewel de oorspronkelijke doelstelling voor nauwkeurigheid niet volledig is bereikt, blijkt uit de waarderingen van medewerkers dat zij over het algemeen tevreden zijn met de geboden ondersteuning.

Wat betreft de doelstelling omtrent tevredenheid kunnen we vaststellen dat deze ruimschoots is behaald, met werkelijke scores van 3,63 en 3,77 die beide boven de gestelde drempel van 3,5 liggen. Dit bevestigt dat medewerkers positief reageren op de interventie en er tevreden mee zijn.

Bovendien heeft de interventie, gericht op acceptatie en gebruik, succesvol impact gehad binnen de organisatie. De betrokkenheid van 138 medewerkers en een hoge bereidheid van 89% om Aid te blijven gebruiken, getuigen van de acceptatie en het proactieve gebruik van Aid binnen de organisatie.

Bijna alle doelstellingen zijn behaald, met uitzondering van de nauwkeurigheid van Aid, en het directe effect van lange termijn-werkverlichting wat moeilijk meetbaar is. Toch toont de chatbot Aid

potentieel als waardevolle ondersteuning voor de HR-afdeling. Ondanks enkele tekortkomingen geeft het algehele resultaat reden tot tevredenheid.

5.5 Methodische verantwoording

In de methodische verantwoording wordt nader ingegaan op de toegepaste onderzoeksmethoden en de aspecten van betrouwbaarheid en validiteit van de evaluatie. Tevens worden specifieke overwegingen en gemaakte keuzes uitvoeriger besproken.

5.5.1 Betrouwbaarheid en validiteit

Betrouwbaarheid en validiteit zijn twee cruciale concepten in wetenschappelijk onderzoek, ontworpen om de kwaliteit en geloofwaardigheid van metingen en conclusies te waarborgen. Betrouwbaarheid verwijst naar de mate van consistentie en stabiliteit van metingen. Een betrouwbare meting zou consistent vergelijkbare resultaten moeten opleveren bij herhaalde metingen onder dezelfde omstandigheden. Validiteit gaat over de nauwkeurigheid en geldigheid van een meetinstrument. Het beoordeelt of een instrument meet wat het bedoelt te meten. (bron)

5.5.2 Betrouwbaarheid en validiteit van de evaluatie

Om de vooraf bepaalde doelstellingen te beoordelen, zijn zowel kwantitatieve als kwalitatieve evaluatiemethoden toegepast. Informele gesprekken zijn gevoerd en er is schriftelijke feedback verzameld. Aanvullend is er cijfermatige waardering verzameld door middel van een vragenlijst. Aangezien beide methoden hun specifieke voordelen hebben, is bewust gekozen voor een gecombineerde aanpak.

5.5.3 Kwalitatieve meting

Kwalitatieve methoden streven naar diepgaande, contextuele inzichten en kunnen de betrouwbaarheid van een evaluatie versterken door gedetailleerde en rijke informatie te verschaffen. Deze aanpak biedt ook de mogelijkheid om subtiele signalen, zoals lichaamshouding en gezichtsuitdrukkingen, te observeren, die soms meer betekenis kunnen hebben dan woorden alleen. Het gebruik van kwalitatieve methoden vergroot de kans om de beoogde aspecten nauwkeurig te meten en waarborgt daarmee de validiteit van iemands inzichten en meningen.

In het kader van deze evaluatie zijn er gerichte gesprekken gevoerd met diverse medewerkers, evenals met belangrijke kernrollen binnen de HR-afdeling. Deze gesprekken waren ontworpen om diepgaande inzichten te verkrijgen, rekening houdend met non-verbale signalen en contextuele factoren. Door deze kwalitatieve benadering werd beoogd een vollediger beeld te krijgen van de ervaringen, percepties en behoeften met betrekking tot de ingezette interventie. Hierdoor wordt niet alleen de betrouwbaarheid van de evaluatie versterkt, maar ook de validiteit van de verkregen informatie.

5.5.4 Kwantitatieve meting

Kwantitatieve methoden zijn op verschillende momenten toegepast in dit onderzoek: voorafgaand aan, na afloop en tijdens de interventie. Op 24 mei 2023 werd een enquête uitgestuurd, en opnieuw op 1 oktober 2023 na voltooiing van de interventie. Daarnaast verzamelt de chatbot zelf tijdens de interventie verschillende gegevens over bijvoorbeeld tevredenheid en responstijd.

Om de betrouwbaarheid en validiteit van een kwantitatieve evaluatie te vergroten, kan er gebruik worden gemaakt van meetmethoden die eerder zijn toegepast. Zo wordt verzekerd dat de resultaten betrouwbaar zijn en de vragen meten wat ze beogen te meten.

De metingen uitgevoerd door de chatbot zelf zijn als betrouwbaar en valide beschouwd, omdat deze zijn geïntegreerd in het systeem en universeel worden gebruikt door Microsoft voor het meten van bepaalde gegevens.

Helaas was het niet mogelijk om voor de benodigde vragenlijst een erkend meetinstrument toe te passen, gezien de specifieke aard van de interventie. Bij het opstellen van nieuwe vragenlijsten is echter zorgvuldig rekening gehouden met betrouwbaarheid en validiteit. Door vooraf duidelijke prestatie-indicatoren vast te stellen, wordt een consistente basis gecreëerd voor het meten van prestaties, wat bijdraagt aan de betrouwbaarheid door vergelijkbare metingen mogelijk te maken. Omdat de prestatie-indicatoren direct gerelateerd zijn aan de doelstellingen van de interventie, draagt dit bij aan het vaststellen van meetbare doelen en het beoordelen van de mate waarin deze doelen worden bereikt, wat de validiteit van de evaluatie verhoogt.

5.5.5 De keuze van anonimiteit

Een andere belangrijke overweging bij het verzamelen van informatie via vragenlijsten is de anonimiteit ervan. In de organisatie Aiden is er niet altijd een even hoge respons op evaluaties en vragenlijsten. Tijdens het recente medewerkers tevredenheidsonderzoek had een opvallend klein aantal mensen de enquête ingevuld. Na nadere inspectie bleek dit te wijten aan de zorg omtrent anonimiteit. Medewerkers voelden zich niet comfortabel om hun eerlijke mening te geven als dit niet volledig anoniem was. Om deze reden werd het cruciaal geacht om bij deze evaluatie rekening te houden met deze zorg en volledige anonimiteit te waarborgen. De vragenlijsten en gesprekken met de chatbot zijn volledig anoniem gehouden. Naast de eerder genoemde reden moedigt anonimiteit deelnemers aan om hun ware meningen, percepties en ervaringen te delen zonder zich zorgen te maken over mogelijke gevolgen, wat bijdraagt aan het verzamelen van meer valide gegevens.

6 Conclusie

Dit hoofdstuk biedt een beknopte conclusie over de toegevoegde waarde van de innovatieve interventie. Het bespreekt de sterke en zwakke punten, evalueert het effect en de bestemming, identificeert mogelijke verbeterpunten en duurzaamheidsaspecten, en richt zich op de doorontwikkeling van de interventie. De resultaten dienen als input voor een nieuwe design thinking cyclus, en de innovatieve waarde wordt belicht voor diverse belanghebbenden en de bredere HR-beroepspraktijk of maatschappij.

6.1 Zwakke elementen van de interventie

Artificial Intelligence chatbots staan bekend om hun vermogen om zichzelf te ontwikkelen en te leren van hun fouten. Echter werkt Aid net iets anders. Aangezien hij programmeer vrij ingesteld is, is hij afhankelijk van de technologie die nog iets minder ver doorontwikkeld is als dat van zijn AI broertjes en zusjes. Dit maakt het systeem toegankelijker voor mensen die niet de geschikte kennis hebben om een high tech chatbot op te zetten. Maar het zorgt er wel voor dat Aid wat minder slim is. Dit heeft vooral stevige impact gehad op de nauwkeurigheid van de chatbot, wat zeker een belangrijk onderdeel is. Aangezien elke vraag handmatig ingevoerd moet worden en daarbij minimaal 10 afwijkende zinnen zodat hij de vraag kan herkennen, kan hij niet goed improviseren. Gebruikt een medewerker hele andere kernwoorden, dan wordt er geen connectie gelegd die de medewerker alsnog naar de juiste vraag kan brengen.

Het frustrerende van het probleem is nog geen eens dat Aid minder slim is, maar juist dat de chatbot onbekende vragen ook niet kan leren. Wanneer een bepaalde vraag meerdere keren gesteld wordt waar hij geen antwoord op heeft, kan hij zichzelf niet aanpassen. Ook is er geen mogelijkheid dat de ontwikkelaar van de chatbot een melding krijgt met daarin de vraag die niet beantwoord kon worden, zodat die eventueel handmatig bijgevoegd kan worden. De chatbot kan meten welke onderwerpen hij goed heeft afgehandeld, waarom kan hij niet doorgeven wat de zin was die hij niet begreep? Dit zou voor de ontwikkeling van deze technologie een cruciale stap zijn.

Zoals al eerder is benoemd zijn zo nog wel bezig om de bots vanuit Power Virtual Agents te ontwikkelen. Het is nu al mogelijk om de chatbots te laten improviseren wanneer ze een antwoord niet weten. Dit is een cruciale verandering, aangezien dit betekent dat ze hebben geleerd zelf na te denken. Echter is het op dit moment onmogelijk op een bestaande chatbot deze techniek aan te leren. Dit is een rare ontwerpkeuze vanuit Microsoft voor een tijdsintensieve digitale tool die de komende jaren alleen maar zal blijven groeien.

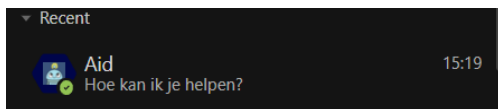
Deze punten zorgen ervoor dat de interventie niet zijn volledige potentieel heeft kunnen behalen en ook dat de doelstellingen niet allemaal behaald zijn. Echter heeft Aid ook veel sterke punten.

6.2 Sterke elementen van de interventie

Het voelt eigenlijk raar om het woord chatbot zoveel te benomen in dit rapport. Aangezien deze interventie helemaal niet aanvoelt als een chatbot. Tijdens het bedenken en ontwerpen van Aid is hij tot leven gekomen en dat voegt zoveel meer toe. Mensen blijven toch wezens die zich graag identificeren met iets wat herkenbaar en vertrouwd is. Door Aid zijn schattige uiterlijk en laagdrempelige schrijfstijl, is hij veel beter opgenomen in de organisatie. Niemand die met de interventie in aanraking is gekomen noemde het een bot of tool, iedereen verwees naar Aid. Ook mede omdat hij een consistent ontwerp heeft en herkenbaar is, hebben verschillende afdelingen informatie gewonnen over het ook inzetten van Aid.

Nog een reden dat de interventie zo goed aansluit bij de doelgroep is omdat hij zowel goed toepasbaar is bij de IT branche, de organisatie als zijn cultuur. Het is zeker terug te zien dat deze interventie gemaakt is voor Aiden, de organisatie met als slogan “technology made human”. AI en chatbots zijn op dit moment ontzettend actueel, als competitief voordeel, maar ook als interessant technisch snufje. Zeker voor de IT branche die ook continu aan het ontwikkelen en veranderen is valt er bijna geen dag door te komen zonder het woord AI langs te zien komen.

Bovenstaande punten gingen over herkenbaarheid en actualiteit. Maar wat mensen ook gemeen hebben is dat het gewoontedieren zijn. Elke keer als er een nieuwe tool of systeem wordt aangekondigd gaan bij de medewerkers van Aiden hun nekharen overeind staan. Het is nu al bijna niet te vinden waar ze moeten zijn voor bepaalde zaken. Gelukkig hoeven ze zich met Aid daar geen zorgen over te maken. Deze collega staat net als alle anderen gewoon in teams, zie afbeelding 15.



Afbeelding 15: *Aid in Teams*

Voor meer inzicht in hoe Aid eruit ziet in teams, zie bijlage 4 Ontwerpboek Aid: hoofdstuk 5. Hier zijn meer visuele voorbeelden beschikbaar.

6.3 De bestemming

6.3.1 Efficiëntie, hogere productiviteit & focus op complexe taken

Door het gebruik van de interventie zijn er een aantal punten die we wilde verbeteren zoals de efficiëntie en het verhogen van de productiviteit. Vooral in het perspectief van een snellere afhandeling van vragen, zonder dat de HR afdeling hier zelf actief mee bezig hoeft te zijn. Wanneer Aid consistent gebruikt wordt, is dit zeker te bereiken. Met een snelle responstijd zijn vragen binnen no time afgehandeld zonder dat HR hier zelf mee bezig hoeft te zijn. Vragen over lease, het generatiepact, de locatie van bepaalde formulieren en nog veel meer zijn allemaal afgehandeld, zonder dat er een medewerker van HR bij betrokken is geweest. Al begint het nu met 138 vragen is dit zeker een mooi begin wat alleen maar meer kan worden. De ruimte die de interventie heeft gecreëerd is besteed aan andere belangrijke projecten, zoals het performance management project.

Na het implementeren van deze interventie is er nog een andere tool beschikbaar gekomen voor de medewerkers bij Aiden. Het heet Aiden.me en is een systeem waar tickets ingeschoten kunnen worden wat dan vervolgens naar de juiste persoon gestuurd wordt. Echter zijn zowel HR als de andere medewerkers niet heel blij met deze tool. Ten eerste voegt het weer een nieuwe locatie toe waar medewerkers om informatie kunnen vragen, terwijl aangegeven was dit juist niet te willen. Ten tweede wordt de productiviteit en persoonlijkheid juist alleen maar minder. Nadat iemand een vraag stelt aan iemand van HR, in plaats van te helpen, moet aangegeven worden dat medewerkers een ticket moeten inschieten. Dit komt juist helemaal niet behulpzaam over naar de medewerker toe en uiteindelijk komt de ticket toch weer bij dezelfde persoon uit, die het probleem moet oplossen en vervolgens nog extra stappen moet nemen om dit weer door te voeren in het systeem.

Uit een aantal gesprekken met de HR medewerkers is uitgekomen dat ze snappen en hebben ervaren hoe Aid bijdraagt aan de productiviteit aangezien hij letterlijk vragen uit handen heeft genomen. In tegenstelling tot deze andere tool, die het werk alleen omleidt, terug naar de bron.

6.3.2 Verbeterde medewerkerstevredenheid

De kern van deze factor uit de bestemming is dat medewerkers tevreden zijn over de interventie, met als uitkomst dat de medewerkerstevredenheid omhoog zal gaan. Zoals al beschreven in het hoofdstuk 5, evaluatie is er een hoop positieve feedback vanuit de medewerkers gekomen. Vanaf het idee tot de uiteindelijke werking van Aid wordt gezien als een positieve ervaring. Echter is de omvang van de chatbot is op dit moment nog te klein om echt effect te hebben op de algehele medewerkerstevredenheid. Wanneer deze uitgebreid zou worden in mogelijkheden en ook voor specifiekere situaties ingezet kan worden, zal dit wel een effect kunnen meeleveren aan de algehele medewerkerstevredenheid.

Het is in ieder geval duidelijk dat de medewerkers enthousiast zijn geworden van de interventie. Niet alleen de functie en idee ervan, maar ook de manier waarop, de belichaming van Aid. Vanuit meerdere afdelingen is er met de ontwikkelaar van Aid contact opgenomen om te spreken over zijn waarde in hun afdeling, of zelfs bij klanten. Zelfs de ontwikkelaar van Aiden.me, de tool die eerder genoemd is, heeft geïnformeerd naar een integratie met Aid.

Verder is er na de kennismaking van Aid contact opgenomen vanuit de marketing afdeling, die onder de indruk was van het design en de persoonlijkheid van Aid. Vooral hoe goed Aid aansluit bij de cultuur en imago van Aiden. Eerder is er een extern bureau ingehuurd om een mascotte te ontwerpen voor Aiden, echter viel dit ontwerp niet in de smaak en was dit project op de lange baan geschoven. Tot dit moment, aangezien na een aantal meetings Aid officieel het nieuwe gezicht van de organisatie gaat worden. Ideeën over de interne en externe communicatie met Aid, maar ook over materiaal zoals knuffels of een persoon in een pluchen pak kwam over tafel.

In de zomers is Aid voortaan de nieuwe hoofdpersoon van de organisatiecommunicatie in de nieuwe campagne “Vraag het Aid” waar hij antwoord zal geven op vragen over de organisatie en leuke feitjes over Aiden verteld. Al met al dus duidelijk dat Aid goed in de smaak is gevallen bij Aiden op verschillende niveaus.

6.3.3 Innovatief imago

Het hebben van een AI chatbot als Aid die de HR afdeling ondersteund met verschillende vragen is een innovatieve aanvulling van het team. Aangezien in eerste instantie de verwachting was dat Aid enkel binnen interne communicatie gedeeld zou worden, was een innovatief imago extern moeilijk te bereiken. Echter is het een leuke toevoeging dat intern elke nieuwe medewerker te horen krijgt over Aid. Zelf in de Digital Learning van de onboarding bij Aiden, staat er dat ze met vragen altijd bij Aid terecht kunnen.

Ook omdat marketing dus interesse heeft getoond in Aid is hij op verschillende externe communicatie te zien en zelfs voorgesteld op LinkedIn, zie afbeelding 16 en 17. Voor meer berichten van Aid op LinkedIn inclusief de links, zie bijlage 4: hoofdstuk 6 van ontwerpboek Aid.



Afbeelding 16: Aid introductie LinkedIn



Afbeelding 17: Nieuwe locatie + Aid

Dus uiteindelijk wordt de interventie zowel binnen als buiten de organisatie gecommuniceerd en leren potentiële medewerkers en concurrenten over de innovatie aanvulling bij de HR afdeling bij Aiden.

6.3.4 Conclusie bestemming

Aid is een mooie aanvulling voor de HR afdeling bij Aiden, maar zeker geen vervanging van de huidige manier van communiceren. De bot is niet uitgebreid en specifiek genoeg om het grote aantal cases op te pakken waar de HR afdeling wel dagelijks mee geconfronteerd wordt. Het zou enorm bijdragen aan de waarde van de chatbot als hij antwoorden leert genereren en beter leert denken. Ook al kan hij niet zoveel werk verrichten als een echter medewerker binnen HR was de implementatie zeker waardevol. Het heeft veel medewerkers aangezet om stappen te ondernemen en de bot te downloaden en gebruiken. Tevens heeft het andere afdelingen geïnspireerd om ook hun manier van werken efficiënter te maken en een systeem zoals Aid bij hun te voegen. Het feit dat meerdere afdelingen een eigen Aid willen en bestaande tools hem willen betrekken geeft aan dat de interventie als waardevol wordt beschouwd. Maar het mooiste is nog dat Aid misschien wel door een enkel persoon is ontwikkeld, maar dat hij door de organisatie de kans heeft gekregen om te groeien en uiteindelijk zijn eigen leven is gaan leiden, wat nog verder gaat dan een chatbot bij HR. Dat is nog een betere bestemming dan wat geschetst kon worden aan het begin van de implementatie.

6.4 Duurzaamheid en doorontwikkeling

Aangezien de interventie volledig is opgezet, vereist deze op dit moment weinig verdere aanpassingen. In de toekomst, mocht Aiden wijzigingen of uitbreidingen willen doorvoeren, kunnen andere HR-medewerkers dit eenvoudig doen. Dit is mogelijk omdat het systeem geen programmeertaal vereist; vrijwel iedereen kan de bot aanpassen met behulp van de handleiding die is ontwikkeld om Aid effectief en begrijpelijk te houden. U vindt deze handleiding in bijlage 2.

Op dit moment is de interventie geïntegreerd in Teams, een platform dat al wordt gebruikt door de medewerkers van Aiden. Deze integratie is passend en heeft een positieve invloed op het gebruik. Als Aiden echter de voorkeur geeft aan integratie in hun intranet, is dit mogelijk in de Plus-versie van Power Virtual Agents.

Het overwegen van deze versie van Power Virtual Agents is essentieel, vooral als verdere ontwikkeling van de interventie wordt overwogen. Deze versie biedt de mogelijkheid om de bot slimmer te maken

en uit te breiden met extra functies, zoals het vermogen om te onthouden met wie hij converseert. Bovendien kan de bot flows creëren waarmee specifieke acties kunnen worden uitgevoerd, zoals het indienen van een ziekmelding of het doorsturen van een bericht. Dit is bijzonder waardevol voor organisaties die streven naar een nog efficiëntere oplossing dan een gewone chatbot kan bieden.

De Plus-versie biedt ook toegang tot een extern programma waarmee foutmeldingen en andere problemen effectiever kunnen worden beheerd. Hoewel het logisch lijkt dat het Plus-systeem het upgraden van bestaande bots naar de nieuwste versie vereenvoudigt, is hierover helaas nog geen bevestiging beschikbaar. Voor het gebruik van de Plus-versie van Power Virtual Agents geldt een maandelijkse kostenpost van €187,20 (Microsoft Corporation, 2023), waarbij 2000 sessies per maand zijn inbegrepen. Sessies representeren de momenten waarop een gebruiker een interactie met de chatbot initieert, wat betekent dat meerdere vragen binnen één sessie kunnen worden gesteld. Het gesprek wordt echter na 60 minuten automatisch beëindigd.

De keuze is afhankelijk van de specifieke behoeften van een organisatie. Indien de organisatie bijvoorbeeld de implementatie van een eenvoudige chatbot overweegt of nog onzeker is over de mate waarin deze technologie bij de medewerkers zal aanslaan, biedt de gratis versie een solide basis om dit te verkennen. In tegenstelling hiermee biedt de betaalde versie aanzienlijk meer functionaliteit, met uitgebreidere mogelijkheden voor de configuratie en integratie van de chatbot binnen diverse systemen; dit vormt het voornaamste onderscheid tussen beide versies.

In het geval van een groeiende organisatie die vol vertrouwen streeft naar de implementatie van een geavanceerde AI-chatbot, zou het raadzaam kunnen zijn om te overwegen om een professionele programmeur of een externe organisatie in te schakelen voor de ontwikkeling. Hoewel het Power Virtual Agents-systeem een aantrekkelijke optie is voor diegenen zonder programmeervaardigheden, blijft het toch beperkter dan een op maat geprogrammeerde AI-bot, in ieder geval op dit moment.

Niettemin moet worden opgemerkt dat het uitbesteden van de ontwikkeling van een chatbot aan een externe entiteit een kostbare aangelegenheid kan zijn. De kosten variëren, met een prijsklasse tussen €1000 en €5000, afhankelijk van de organisatie en de complexiteit van de chatbot (Stefanowicz, 2023). Sommige ontwikkelaars kunnen de chatbot op maat aanpassen om beter aan te sluiten op de specifieke behoeften van de organisatie, terwijl er ook vaak standaardversies beschikbaar zijn.

Al waren de medewerkers van Aiden positief over de resultaten van de interventie, zou het extern laten ontwikkelen van een chatbot aansluiten op verdere behoeftes. Het onderdeel wat vooral verbetering nodig had was de nauwkeurigheid van de bot, de mogelijkheid om door te schakelen en gepersonaliseerd te kunnen werken. Hoewel deze functies ook beschikbaar zijn in het betaalde pakket van Power Virtual Agents, zal een extern ontwikkelde bot professioneler zijn.

6.5 Innovatieve waarde

De innovatieve interventie heeft waarde toegevoegd voor diverse belanghebbenden, met een positieve impact op eindgebruikers, de HR-afdeling, de organisatie, en zelfs externe actoren.

Eindgebruikers hebben de interventie als waardevol ervaren, omdat de chatbot Aid snel en efficiënt antwoord biedt op verschillende vragen. Met zijn responstijd heeft Aid tevreden gebruikers aangetrokken, waardoor medewerkers een verbeterde toegang tot informatie ervaren.

De chatbot heeft zich effectief bewezen in het afhandelen van algemene vragen, wat HR-medewerkers in staat stelt meer tijd te besteden aan complexere taken. De implementatie heeft geleid tot een aanzienlijke afname van het aantal inkomende e-mails, zoals geïllustreerd door het eerder benoemde voorbeeld van medewerker B. Na de introductie van de chatbot ontving hij

beduidend minder e-mails na zijn vakantie. Aid heeft al 138 vragen opgepakt, en dit aantal blijft dagelijks groeien. Dit duidt op verbeterde operationele processen en een efficiëntere HR-afdeling.

De interventie heeft positieve resultaten opgeleverd voor de gehele organisatie, zowel wat betreft werkefficiëntie als tevredenheid van de medewerkers. De lage responstijd en de positieve feedback getuigen van een succesvolle implementatie. Bovendien heeft de interventie aantoonbaar duurzaamheidspotentieel, aangezien medewerkers aangeven Aid te willen blijven gebruiken en zelfs voorstellen om het in andere afdelingen te integreren. Ook is uit deze interventie de nieuwe mascotte van Aiden voortgekomen, een belangrijk element in de branding van de organisatie. Dit geeft aan hoe goed de interventie is afgestemd op de organisatie en zijn cultuur.

Extern, voor actoren buiten de organisatie, kan deze interventie dienen als een inspirerend voorbeeld. Het heeft medewerkers betrokken bij het proces en uiteindelijk succesvolle resultaten behaald, ondanks het ontbreken van een budget. Het succesverhaal van Aid kan relevant zijn voor andere organisaties die vergelijkbare uitdagingen ervaren of geïnteresseerd zijn in de implementatie van deze moderne technologie.

In de bredere HR-beroepspraktijk en de maatschappij draagt de interventie bij aan het verkennen van nieuwe benaderingen om HR-processen te optimaliseren of te ondersteunen. De nadruk op gebruiksvriendelijkheid en de integratie van innovatieve technologieën, zoals Power Virtual Agents, kan dienen als een model voor andere HR-professionals en organisaties die streven naar verbeterde dienstverlening en efficiëntie. Het feit dat dit systeem de mogelijkheid biedt om een chatbot te realiseren zonder programmeerkennis maakt het bijzonder toegankelijk voor andere HR-professionals.

Al met al heeft de innovatieve interventie niet alleen intern, maar ook extern waarde toegevoegd, waardoor het een positieve en inspirerende impact heeft op verschillende niveaus binnen en buiten de organisatie. Het is indrukwekkend om te zien dat dit idee, deze interventie, is uitgegroeid tot een resultaat dat groter is dan zichzelf en blijft groeien.

Aid vormt de perfecte belichaming van de slogan van Aiden: Technology made Human.

Literatuurlijst

Brin, D. W. (2021, July 7). *Employers Embrace Artificial Intelligence for HR*. SHRM.

<https://www.shrm.org/resourcesandtools/hr-topics/global-hr/pages/employers-embrace-artificial-intelligence-for-hr.aspx>

Budhwar, P., Malik, A., De Silva, M. T., & Thevisuthan, P. (2022). Artificial intelligence – challenges and opportunities for international HRM: a review and research agenda. *International Journal of Human Resource Management*, 33(6), 1065–1097.

<https://doi.org/10.1080/09585192.2022.2035161>

Buolamwini, J., & Gebru, T. (2018). Gender Shades: Intersectional Accuracy Disparities in Commercial Gender Classification. *Proceedings of Machine Learning Research*, 77–91.

<http://proceedings.mlr.press/v81/buolamwini18a/buolamwini18a.pdf>

Dada, E. G., Bassi, J. S., Chiroma, H., Abdulhamid, S. M., Adetunmbi, A. O., & Ajibuwa, O. A. (2019).

Machine learning for email filtering: review, approaches and open research problems.

Heliyon, 5(6), e01802. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01802>

Europees Parlement. (2020, April 9). *Wat is artificiële intelligentie en hoe wordt het gebruikt?* /

Nieuws | Europees Parlement. Nieuws | Europees Parlement. Retrieved June 5, 2023, from

<https://www.europarl.europa.eu/news/nl/headlines/society/20200827STO85804/wat-is-artificiele-intelligentie-en-hoe-wordt-het-gebruikt>

Europees Parlement. (2022, December 5). *Artificiële intelligentie: Kansen en gevaren* / *Nieuws* |

Europees Parlement. Retrieved June 5, 2023, from

<https://www.europarl.europa.eu/news/nl/headlines/society/20200918STO87404/artificiele-intelligentie-kansen-en-gevaren>

Everest Group. (2020, February 18). *The Best Enterprises Are Averaging 200% ROI On Intelligent*

Automation, But Not By Reducing Headcount—Everest Group | *Press Release - Everest Group*.

Retrieved May 16, 2023, from <https://www.everestgrp.com/2020-02-the-best-enterprises->

are-averaging-200-roi-on-intelligent-automation-but-not-by-reducing-headcount-everest-group-press-release-52653.html

HR praktijk. (2020, September 29). *De voordelen van kunstmatige intelligentie (AI) in HR*. HR Praktijk.

Retrieved March 13, 2023, from <https://www.hrpraktijk.nl/topics/hr-tech/nieuws/de-voordelen-van-kunstmatige-intelligentie-ai-hr>

HR Praktijk. (2022, May 12). *Hoe groot wordt de impact van AI op de werkvloer en HR nu écht?*

Retrieved May 16, 2023, from <https://www.hrpraktijk.nl/topics/hr-tech/achtergrond/hoe-groot-wordt-de-impact-van-ai-op-de-werkvloer-en-hr-nu-echt>

Jurafsky, D., & Martin, J. H. (2018). Speech and Language processing: An introduction to natural

language processing, computational linguistics, and speech recognition. In Prentice Hall eBooks (3rd ed.). [https://nats-www.informatik.uni-](https://nats-www.informatik.uni-hamburg.de/pub/CDG/JurafskyMartin00Comments/JurafskyMartin00-Review.pdf)

[hamburg.de/pub/CDG/JurafskyMartin00Comments/JurafskyMartin00-Review.pdf](https://nats-www.informatik.uni-hamburg.de/pub/CDG/JurafskyMartin00Comments/JurafskyMartin00-Review.pdf)

Kitchen, P. J., & Daly, F. (2002). Internal communication during change management. *Corporate*

Communications: An International Journal, 7(1), 46–53.

<https://doi.org/10.1108/13563280210416035>

Kotter, J. P. (2012). *Leading Change*. Harvard Business Press.

Kustka, M. (2022). What is an email template? *Litmus*. <https://www.litmus.com/blog/what-is-an-email-template/>

LeCun, Y. (2018). The power and limits of deep learning. *Research-technology Management*, 61(6),

22–27. <https://doi.org/10.1080/08956308.2018.1516928>

Mann, M. (2016). *Inbox Zero*. HarperCollins.

McKinsey & Company. (2022, December 6). *The state of AI in 2022—and a half decade in review*.

Retrieved June 5, 2023, from <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-2022-and-a-half-decade-in-review>

NightCafe. (n.d.). *AI Art Generator*. NightCafe Creator. Retrieved April 29, 2023, from

<https://creator.nightcafe.studio/>

- Microsoft Corporation. (2023). Prijsplannen | Microsoft Power Virtual Agents. Retrieved October 18, 2023, from <https://powervirtualagents.microsoft.com/nl-be/pricing/>
- Mikolov, T., Chen, K., Corrado, G. S., & Dean, J. M. (2013). Efficient estimation of word representations in vector space. arXiv (Cornell University).
<http://export.arxiv.org/pdf/1301.3781>
- Nolan, B. (2023). Artificial intelligence kan wereldwijd 300 miljoen banen beïnvloeden. *Business Insider Nederland*. <https://www.businessinsider.nl/artificial-intelligence-arbeidsmarkt-banen-overnemen-ai-2023/#:~:text=Generatieve%20artificial%20intelligence%20%28AI%29%20zou%20invloed%20kunnen%20hebben,door%20AI%2C%20aldus%20de%20analisten%20van%20de%20bank.>
- Nunn, J. (2019, February 6). *The Emerging Impact Of AI On HR*. Forbes.
<https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2019/02/06/the-emerging-impact-of-ai-on-hr/?sh=7b11b19c5496>
- Ocean, P. O., Stephan, M. S., & Walsh, B. W. (2021, February 28). *Digital HR: Platforms, people, and work*. Deloitte Insights. Retrieved March 14, 2023, from
<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/human-capital-trends/2017/digital-transformation-in-hr.html>
- Öztürk, D. (2021). What Does Artificial Intelligence Mean for Organizations? A Systematic Review of Organization Studies Research and a Way Forward. In *Accounting, finance, sustainability, governance & fraud* (pp. 265–289). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-981-33-6811-8_14
- Patton, S. (2021). The Great Reshuffle and how Microsoft Viva is helping reimagine the employee experience. *Microsoft 365 Blog*. <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/blog/2021/09/28/the-great-reshuffle-and-how-microsoft-viva-is-helping-reimagine-the-employee-experience/>

Prentice, C., Dominique-Ferreira, S., & Wang, X. (2020). The impact of artificial intelligence and employee service quality on customer satisfaction and loyalty. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(7), 739–756.

<https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1722304>

Salim, S. (2021, February 5). *5 Ways to Use AI to Improve Your Customer Service Experience*.

OutSystems. <https://www.outsystems.com/blog/posts/ai-customer-service/>

Sebulime, T. (2022). Email Classification Using Machine Learning Techniques. *ResearchGate*.

https://www.researchgate.net/publication/357795549_Email_Classification_Using_Machine_Learning_Techniques

Shulga, L. V. (2021). Change Management Communication: The Role of Meaningfulness, Leadership Brand Authenticity, and Gender. *Cornell Hospitality Quarterly*, 62(4), 498–515.

<https://doi.org/10.1177/1938965520929022>

Stefanowicz, B. (2023). Chatbot pricing: How much does a chatbot cost? [2023]. Tidio.

<https://www.tidio.com/blog/chatbot-pricing/>

Trakstar. (2023, May 25). *Identifying the Halo/Horns Effect with a Performance Review System*.

Retrieved June 5, 2023, from <https://www.trakstar.com/blog-post/identifying-the-halohorns-effect-with-a-performance-review-system/#:~:text=The%20Halo%2FHorns%20Effect%20is%20a%20cognitive%20bias%20that,a%20assumptions%20based%20on%20limited%E2%80%93and%20even%20completely%20irrelevant%20information.>

Walch, K. (2020, May 8). How Are Companies Using AI To Enhance The Customer Experience? *Forbes*.

<https://www.forbes.com/sites/cognitiveworld/2020/05/07/how-are-companies-using-ai-to-enhance-the-customer-experience/?sh=6d09ed424095>

Webba. (n.d.). *Onerlijke beoordeling: het halo en horens effect*. De Steven Training | Coaching | Outplacement.

<https://www.desteven.nl/leiderschapsontwikkeling/functioneren/beoordelingsgesprekken/h>

alo-horens-effect

Bijlagen

Bijlage 1 – Strategische analyses

1.1 SWOT

Sterktes:

- Breed scala aan oplossingen en diensten, van consultancy en hosting tot analytics en managed services
- Sterke focus op klanttevredenheid en opbouwen van langdurige relaties met klanten
- Toegewijd team van experts in SAP en Mendix, waardoor ze in staat zijn om op maat gemaakte oplossingen te bieden
- Partnerschap met SAP en Mendix, wat bijdraagt aan de naamsbekendheid en geloofwaardigheid van het bedrijf

Zwaktes:

- Hoge concurrentie in de IT-dienstverlening, vooral vanwege de opkomst van nieuwe technologieën en oplossingen
- Afhankelijkheid van partnerschap met SAP en Mendix kan een beperking vormen voor groei en flexibiliteit van het bedrijf
- Kosten van ontwikkeling en onderhoud van het platform kunnen hoog zijn

Kansen:

- Groeiende markt voor IT-diensten en -oplossingen, vooral in Europa
- Toenemende vraag naar op maat gemaakte oplossingen voor bedrijfsprocessen
- Mogelijkheid om nieuwe partnerschappen aan te gaan om de naamsbekendheid te vergroten en het klantenbestand uit te breiden

Bedreigingen:

- Concurrentie van andere IT-dienstverleners, vooral van bedrijven die ook op maat gemaakte oplossingen bieden
- Snelle technologische veranderingen kunnen leiden tot veroudering van diensten en oplossingen
- Onzekerheid in de economie en zakelijke omgeving kan de vraag naar IT-diensten en -oplossingen beïnvloeden

Samenvatting SWOT:

Aiden is een bedrijf met sterke punten op het gebied van expertise in SAP en Mendix-diensten, een klantgerichte aanpak en toewijding aan klanttevredenheid. Ze hebben ook een solide netwerk van partners en een duidelijke focus op groei. Echter, ze staan voor uitdagingen zoals de toenemende concurrentie en de mogelijkheid van afhankelijkheid van enkele grote klanten. Door hun sterke punten te benutten en zich aan te passen aan deze uitdagingen, heeft Aiden de potentie om te blijven groeien en zich te onderscheiden in de markt als een betrouwbare partner voor bedrijven die hun processen willen optimaliseren en hun prestaties willen verbeteren.

1.2 Het 5 krachten model van Porter:

Bedreiging van nieuwe toetreders: Laag

Aiden opereert in de IT-consultancybranche en is een ervaren speler in deze markt. Nieuwe toetreders zullen dus te maken krijgen met hoge opstartkosten en intensieve concurrentie van al gevestigde bedrijven. Dit maakt de drempel om de markt te betreden hoog en daarom is de bedreiging van nieuwe toetreders laag.

Onderhandelingskracht van leveranciers: Laag

Aiden heeft partnerships met SAP en Mendix, twee grote spelers in de IT-sector. Hierdoor heeft Aiden toegang tot de nieuwste technologieën en kan het bedrijf deze aanbieden aan klanten. Door deze samenwerkingen heeft Aiden sterke onderhandelingskracht ten opzichte van haar leveranciers, waardoor de onderhandelingskracht van leveranciers laag is.

Onderhandelingskracht van afnemers: Hoog

Afnemers van IT-consultancy hebben over het algemeen veel keuze, omdat er veel spelers actief zijn in deze markt. Hierdoor hebben afnemers sterke onderhandelingskracht en kunnen zij kiezen voor een andere partij als zij niet tevreden zijn met de dienstverlening of als zij denken elders betere prijzen of voorwaarden te krijgen. Aiden moet daarom haar dienstverlening continu verbeteren en vernieuwen om haar klanten tevreden te houden en te voorkomen dat ze overstappen naar een concurrent.

Bedreiging van substituten: Laag

Aiden richt zich voornamelijk op SAP- en Mendix-diensten en -oplossingen. Er zijn weinig substituten voor deze specifieke diensten en oplossingen, waardoor de bedreiging van substituten laag is.

Concurrentie binnen de branche: Hoog

Er zijn veel IT-consultancybedrijven actief in Europa die zich richten op midmarket-bedrijven. Hierdoor is de concurrentie binnen de branche hoog en moet Aiden zich continu blijven ontwikkelen om haar concurrentiepositie te behouden. Aiden heeft echter wel het voordeel dat zij beschikt over partnerschappen met SAP en Mendix, wat haar een voorsprong kan geven op concurrenten.

Samenvattend:

Samenvattend heeft Aiden te maken met een hoge concurrentie binnen de branche en een hoge onderhandelingskracht van afnemers, maar een lage bedreiging van nieuwe toetreders en substituten en een lage onderhandelingskracht van leveranciers.

Bijlage 2 – Handleiding Aid

Deze bijlage is een handleiding over hoe het integreren van vragen in Aid werkt. Mocht een andere gebruiker de bot verder willen ontwikkelen, is dit cruciale informatie. In verband met de uitgebreide aard van de bijlage is ervoor gekozen deze extern bij te voegen. Deze bijlage is 11 pagina's lang.

Bijlage 3 – Taalverwerking Aid

In deze bijlage zijn alle vragen die binnen Aid zijn geprogrammeerd uiteengezet. Ook is dit het bestand waar de triggerzinnen van de vragen zijn uitgewerkt. In verband met de uitgebreide aard van de bijlage is ervoor gekozen deze extern bij te voegen. Deze bijlage is 100 pagina's lang.

Bijlage 4 – Ontwerpboek Aid

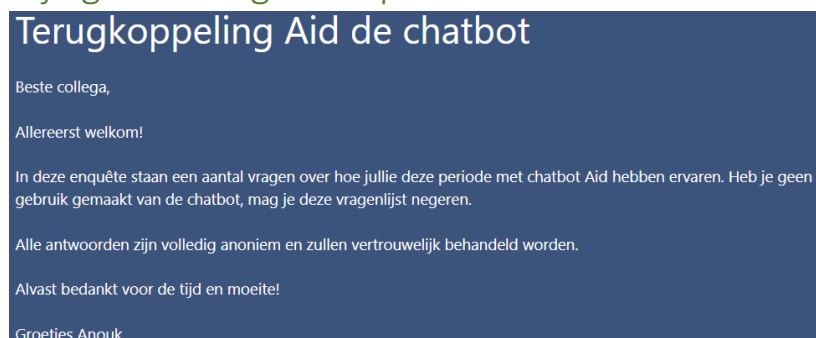
In deze bijlage is de visuele ondersteuning en ontwikkeling van Aid en de berichtgeving rond de interventie te bekijken. In verband met de uitgebreide aard van de bijlage is ervoor gekozen deze extern bij te voegen. Deze bijlage is 20 pagina's lang.

Bijlage 5 – Vragen Enquête 24 mei



1. Hoe vaak heeft u in het afgelopen jaar een vraag gesteld aan de HR-afdeling via e-mail?
 2. Op een schaal van 1 tot 5, hoe tevreden bent u over de snelheid waarmee u doorgaans antwoord krijgt op uw vragen van de HR-afdeling?
 3. Op een schaal van 1 tot 5, hoe tevreden bent u over de kwaliteit en volledigheid van de antwoorden die u ontvangt van de HR-afdeling via e-mail?
 4. Op een schaal van 1 tot 5, in hoeverre bent u bekend met Artificial Intelligence?
 5. Een AI-chatbot is een tool die is ontworpen om medewerkers te ondersteunen bij het beantwoorden van hun vragen. Met behulp van kunstmatige intelligentie en taalverwerkingstechnieken kan een AI-chatbot snel en efficiënt informatie verstrekken en vragen beantwoorden.
 6. Op een schaal van 1 tot 5, in hoeverre denkt u dat een chatbot in staat is om uw vragen over (bijvoorbeeld over telefoons, lease en de Aiden gids) correct te beantwoorden.
- Verantwoord kort waarom u voor bovenstaande beoordeling heeft gekozen.
7. Wat zou u nodig hebben, als dit nieuwe systeem geïmplementeerd zou worden?
 8. Wat is uw leeftijd?
 9. Wat is uw geslacht?

Bijlage 6 – Vragen enquête 1 oktober



1. Heeft u gebruik gemaakt van Aid?
2. Op een schaal van 1 tot 5, hoe tevreden bent u over de snelheid waarmee u doorgaans antwoord krijgt op uw vraag vanuit Aid?
3. Op een schaal van 1 tot 5, hoe tevreden bent u over de antwoorden die u heeft ontvangen van Aid?
4. Zou u in de toekomst Aid willen blijven gebruiken?
5. Verantwoord kort waarom u voor bovenstaande beoordeling heeft gekozen.
6. Op een schaal van 1 tot 5, welk cijfer zou u Aid geven?
7. Verantwoord kort waarom u voor bovenstaande beoordeling heeft gekozen.
8. Wat is uw leeftijd?
9. Wat is uw geslacht?

Bijlage 7 – Data Aid gebruik 14-8_5-10

Voor alle gegevens, tabellen en grafieken zie deze bijlage in Excel.

Hier zijn ook de datasets van de enquête van 24 mei en 1 okt te vinden.