

Overdrachtsdocument TravelBuddy

In opdracht van: Bas Couwenberg, LiveWall

Datum: 13 juni 2024

Opleiding: Digital Marketing Minor Fontys ICT Tilburg

Door: Eline Vooijs, Sterre Moonen, Ahmed Boukhlik, Roger de Veth en Ries Spaan

Overdracht via: Eline Vooijs, 458043@student.fontys.nl

Begeleiding: Mitchel van de Water

Inleiding

Hi LiveWall. In vier weken tijd hebben wij, vijf studenten van de digital marketing minor in MindLabs Tilburg, gewerkt aan een chatbot die vriendengroepen helpt met het plannen van een vakantie. Deze chatbot hebben we gemaakt voor WhatsApp en Discord, inclusief marketingstrategie, branding en prototypes. Dit document bevat alles over onze werkzaamheden. Bijgevoegd zijn Flowise flows en presentaties die we hebben gegeven.

Inhoud

Overdrachtsdocument TravelBuddy	1
Inleiding.....	2
Product & Doelgroep	4
LiveWall	4
Opdracht.....	4
Enquêtes en interviews	4
Value Proposition	5
Gebruikerstesten	5
Ontwerp.....	9
Prototypes.....	9
Branding.....	10
Techniek	11
Chatbot Flowise	11
Chatbot Discord (Zapier).....	11
Marketing.....	12
Doelstelling	12
Customer Journey Map	12
Toekomst van TravelBuddy	15

Product & Doelgroep

LiveWall

LiveWall is een digitaal bureau in Tilburg dat technologie en creativiteit combineert om digitale oplossingen te bieden. Ze ontwikkelen websites, apps, engagement tools en hybride evenementen voor toonaangevende merken. Hun focus ligt op het creëren van innovatieve en impactvolle digitale ervaringen.

Opdracht

Onze opdracht was om conversational shopping in de reisbranche toegankelijker te maken met behulp van AI. Deze AI moest in gespreksvorm klanten ondersteunen bij het plannen en boeken van reizen, door gepersonaliseerde aanbevelingen en geautomatiseerde hulp te bieden.

Enquêtes en interviews

Ondersteund aan dit hoofdstuk zijn presentatie bestanden bijgevoegd. Folder: "Presentaties" Bestanden: "LiveWall week 1 presentatie.pdf" en "LiveWall week 2 presentatie.pdf"

We zijn de eerste dag van het project begonnen met het leren kennen van onze doelgroep. Zo begonnen we met het uitsturen van een **enquête** naar jongvolwassenen tussen de 20 en 30 jaar. Met deze enquête wilden we erachter komen hoe besluitvorming tot stand komt bij mensen die een groepsvakantie plannen.

Conclusie:

- Verhouding vrienden reizen: 13 mannen 12 vrouwen
- Bestemming is het belangrijkste, daarna budget
- De keuze wordt in groepsverband gekozen met behulp van een shortlist
- Meest geboekt bij reisorganisaties zoals Booking.com en Vakantiediscouter

Hierna wilden we in de vorm van een **interview** onze doelgroep nog beter leren kennen en wilden we achter de pains en gains van het plannen van een vakantie komen.

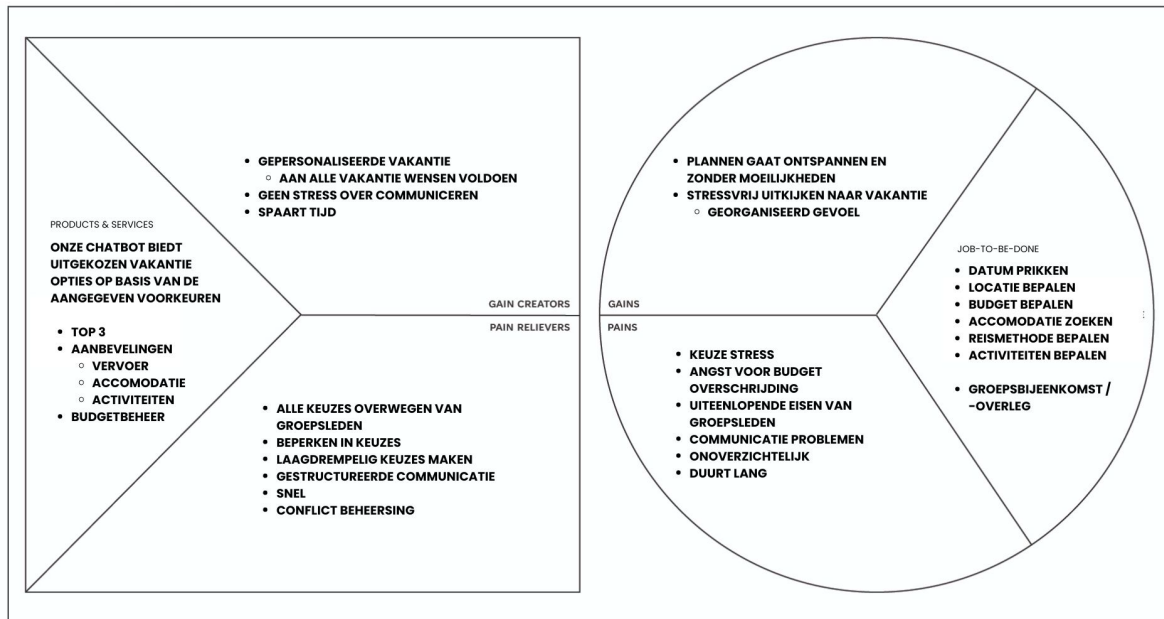
Conclusie:

De meeste vrienden kiezen er tegenwoordig voor om online te communiceren en zo hun vakantie te boeken. Ze kiezen dan ook vaak voor een meeste stemmen gelden regel waarin soms wat discussie kan ontstaan door verschillende meningen. Hierbij worden dan ook compromissen gesloten.

Ze vinden het makkelijk om een bestemming te kiezen maar wat lastiger om het budget met elkaar te matchen en daarbij ook activiteiten te vinden voor de hele groep. Ze maken vooral gebruik van Booking.com en Airbnb en vinden daar de filterfuncties zoals op prijs, locatie of afstand het meest nuttige omdat dit hun voorkeuren overzichtelijker maakt.

Value Proposition

Ondersteund aan dit hoofdstuk zijn presentatie bestanden bijgevoegd. Folder: "Presentaties" Bestanden: "LiveWall week 3 presentatie.pdf"



Gebruikerstesten

Ondersteund aan dit hoofdstuk zijn presentatie bestanden bijgevoegd. Folder: "Presentaties" Bestanden: "LiveWall week 3 presentatie.pdf"

1. Prototype

Na de eerste prototypes te maken in Figma zijn er drie versies van communicatie van de chatbot getest. Hierbij zijn de volgende vragen gesteld:

- Hoe is je **eerste indruk** van deze chatbot?
- Hoe **gemakkelijk** denk je dat het zou zijn om deze chatbot te gebruiken?
- Hoe **duidelijk** vind je de communicatie van de chatbot in deze screenshots?
- Hoe vriendelijk vind je de **toon** van de chatbot in deze screenshots?
- Hoe **relevant** denk je dat de voorgestelde vakanties zouden zijn op basis van deze gesprekken?
- Zou je deze chatbot **willen gebruiken** om je vakantie te plannen?
- Wat vind je **goed** aan deze chatbot?
- Wat zou je **verbeteren** aan deze chatbot?

Prototype A



1. Eerste indruk: goed
2. Gebruik: lijkt heel makkelijk
3. Communicatie: heel duidelijk
4. Toon: heel vriendelijk
5. Relevant: Relevant
6. De meeste zouden het gebruiken
7. Wat vonden ze goed?
 - De toon van de chatbot is erg goed, whatsapp is fijn om te gebruiken
 - Dat de chatbot persoonlijke vragen stelt met gelijk een poll waarin je kan kiezen tussen niet te veel optie. Ook dat de chatbot genoeg beschrijving geeft bij de opties
 - Hij stelt goeie vragen en lijkt wel echt te kijken naar de behoeftes en wensen die je aangeeft.
 - De chatbot is duidelijk en gebruikt ook foto's voor een beter beeld
8. Wat kon beter?
 - Tot nu toe niks... hij is duidelijk, kijkt alles voor je na. Dit lijkt me echt top!
 - De chatbot zou ik na afloop willen verwijderen en het is lastig om een discussie met vrienden te voeren waar de chatbot bij is.
 - Wat gebeurt er als tegelijkertijd mensen iets sturen in de groepsapp? Voor de rest geen opmerkingen

Prototype B



1. Eerste indruk: goed
2. Gebruik: lijkt makkelijk
3. Communicatie: heel duidelijk
4. Toon: vriendelijk
5. Relevant: Relevant
6. De meeste zouden m gebruiken
7. Wat vonden ze goed?
 - Duidelijke communicatie
 - Gebruiksgemak
 - Emotie
8. Wat kon beter?
 - Ik zou niet starten met een emoji in de naam
 - Hij is nog niet heel diepgaand
 - Gedetailleerder en uitgebreider qua vragen die de ai stelt voor betere suggesties

Prototype C



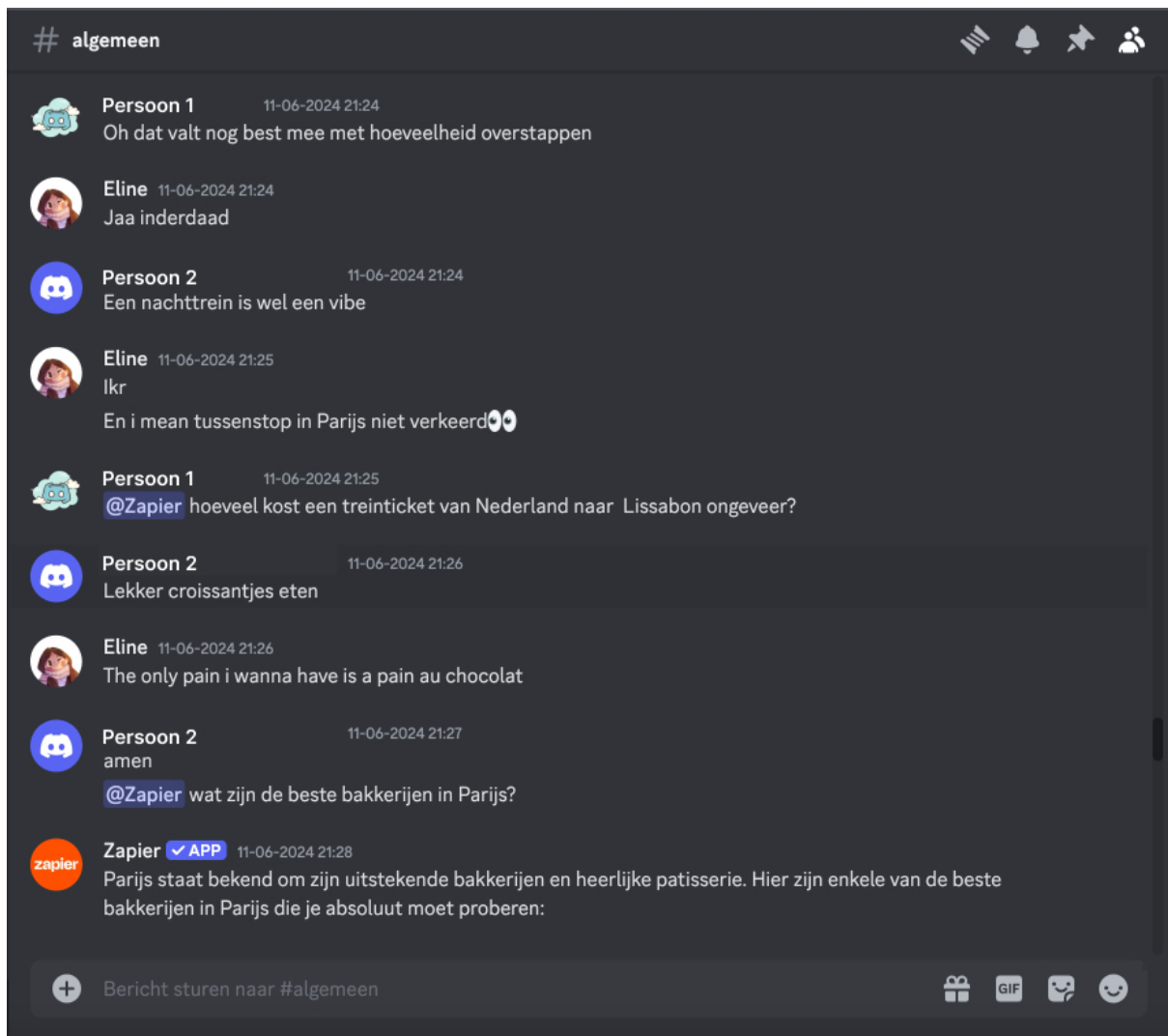
1. Eerste indruk: Neutraal
2. Gebruik: Moeilijk
3. Communicatie: Neutraal/onduidelijk
4. Toon: Vriendelijk
5. Relevant: Neutraal
6. De meeste zouden het niet gebruiken
7. Wat vonden ze goed?
 - o Het ziet ernaar uit dat de chatbot goed rekening houdt met wat de vakantie planner wil qua prijs en locatie etc.
 - o Iedereen mag haar mening geven
8. Wat kon beter?
 - o Misschien dat de chatbot laat zien hoelaat de vlucht is en welke vliegtuigmaatschappij.
 - o Misschien een keuzemenu aan het begin om het proces sneller te maken.
 - o Gerichtere voorstellen
 - o Ik zou het fijn vinden als de bot overzichtelijker is
 - o Eerder vragen wat voor soort vakantie de voorkeur heeft

Conclusie:

Het prototype dat het beste uitkomt is **prototype A**. Mensen zouden tot nu toe niks verbeteren maar hebben eerder vragen zoals hoe het verder werkt met de chatbot in de groepsapp qua toevoegen, verwijderen etc. In de andere prototypes wordt bij het verbeteren suggesties gedaan die al voorkomen in prototype A. De mensen die we in het echt na de enquête hebben gevraagd leken een combo van de polls met het taggen de beste optie.

2. Discord

Op Discord is de Zapier bot getest. Hierbij kreeg de groep de opdracht om een vakantie te gaan plannen. Hierbij heb ik één keer een vraag gesteld aan de bot, dit pakte de rest snel op.



Feedback:

Echt handig, je kunt meteen opzoeken wat de opties zijn tijdens het chatten en scheelt dus veel tijd. Kreeg wel het idee dat er niet te veel tegelijkertijd aan het chatten moeten zijn, zo wordt het onoverzichtelijk.

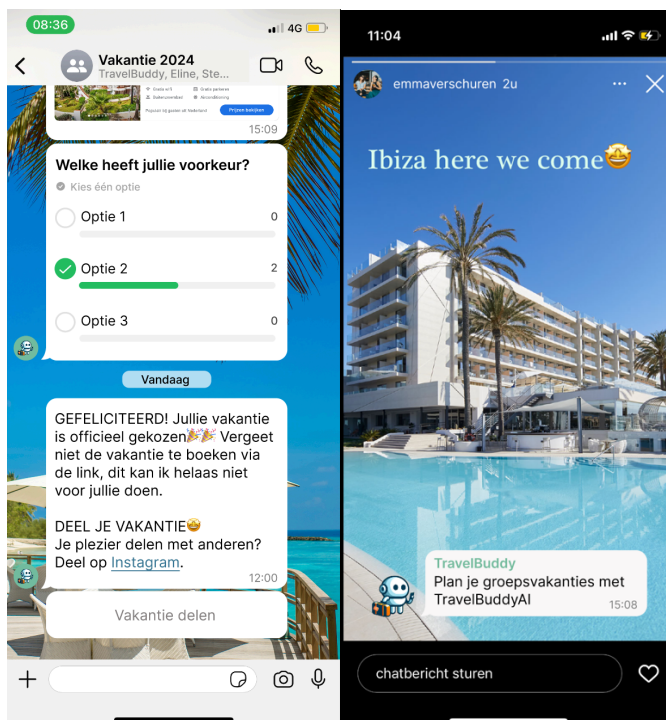
Het zou in de toekomst handig kunnen zijn om eventuele voorstellen of plannen in een document te zetten en uit te kunnen printen. Polls klinken ook wel goed, zeker als je met veel in een groepsapp tegelijkertijd zit te appen.

Ontwerp

Ondersteund aan dit hoofdstuk is het originele Figma bestand bijgevoegd. "LiveWall TravelBuddy.fig"

Prototypes

Voor TravelBuddy zijn er in totaal vier prototypes gemaakt. Drie van deze prototypes gaan over de manier van communiceren van TravelBuddy, zoals te zien in het hoofdstuk gebruikerstesten. Het vierde prototype is een voorbeeld van het delen van Travelbuddy op sociale media zoals Instagram.



Branding

Voor de chatbot wilden we ook een leuk gezicht hebben om tegen te kunnen praten en om onze TravelBuddy een gezicht te geven. Het eindresultaat is een kleine ronde robot met een koffer en telefoon in de hand. De kleuren moesten rustig en ontspannen gehouden worden. Het hoort immers een ontspannende vakantie te zijn, geen marathon. En om in thema te blijven, deze is uiteraard gegenereerd met AI - specifiek Bing Copilot.



#75BC9E



#D9FBED



#2B2B2B

Techniek

Ondersteund aan dit hoofdstuk zijn de Flowise flows bijgevoegd. Folder: "Flowise"
Bestanden: "Oplevering 2 Chatflow.json" en "Oplevering Chatflow.json". Ook de presentatie is bijgevoegd. Folder: "Presentaties", Bestanden: "LiveWall Eindpresentatie.pdf"

Chatbot Flowise

In Flowise zijn aan verschillende versies gewerkt om de chatbot werkend te krijgen. Zo wordt er gecontroleerd of er in de chat de naam TravelBuddy wordt genoemd en er is getest met een webscraper van Booking.com. Deze flows zijn bijgevoegd in de folder "Flowise" met de bestanden "Oplevering 2 Chatflow.json" en "Oplevering Chatflow.json".

Chatbot Discord (Zapier)

Het werkende prototype is gemaakt met behulp van Zapier. Hiermee kan heel makkelijk zonder het gebruik van code een proces geautomatiseerd worden. Om dit werkend te krijgen is er een eigen server nodig, hier kan in Zapier simpelweg ingelogd worden, de goede locatie aangegeven worden en de chatbot is klaar om te gebruiken.

The image shows a Zapier workflow on the left and a chatbot conversation on the right. The workflow consists of four steps: 1. New Message Posted to Channel in Discord, 2. Only continue if..., 3. Make Prediction, and 4. Send Channel Message in Discord. The chatbot conversation on the right shows a user asking about travel options to Lisbon, and the chatbot responding with suggestions and a prediction.

Links: Ontvang nieuw bericht in Discord kanaal, check of Zapier genoemd is. Zo ja, geef de comment aan ChatGPT, maak een prediction en stuur deze naar het Discord kanaal. Let op bij het versturen dat de "response part" geselecteerd is:

* Channel (required)

vakantie

* Message Text (required)

3. Response Parts: Of course! Here...summer holiday.

Must be less than 2000 characters. For mentions, see [Discord Formatting Help](#)

Middel: Sla chat op in een AirTable database. Deze chat kan gebruikt worden voor de chatbot om context te snappen.

Rechts: Screenshot van teksten gestuurd in het discord kanaal.

Marketing

Doelstelling

De marketingstrategie voor de Vakantieservice Chatbot via WhatsApp richt zich op het bewustmaken, overtuigen en het behouden van jonge reizigers (18-30 jaar) die vaak vakanties plannen. Het uiteindelijke doel is om deze doelgroep te begeleiden door de volledige customer journey, van bewustwording tot aanbeveling, en hen te motiveren om de chatbot te gebruiken voor hun vakantieplanning.

Speerpunten Strategie

- Content Marketing
- Website Optimalisatie
- Sociale Media Campagnes
- Reclame
- E-mail Marketing

Customer Journey Map

1. Awareness (Bewustwording)

Doelgroep: Jonge reizigers en vriendengroepen (18-30 jaar) die vaak vakanties plannen

KPI: Aantal weergaven van de Travelbuddy content

Touchpoints & Acties:

- Social Media (Instagram, TikTok, Snapchat, Twitter):
- Posts, Stories, Reels en advertenties met visuals en korte video's over de chatbot
- Influencer reviews en aanbevelingen
- YouTube: Vlogs en tutorials door bekende YouTubers
- Blogs en Artikelen: Publicaties op populaire reis- en technologieblogs
- Events en Webinars: Deelname aan online evenementen, live Q&A sessies en demonstraties op platforms zoals Twitch

Customer Actions:

- Zien van posts en advertenties op sociale media
- Bekijken van video's en vlogs op YouTube
- Lezen van blogartikelen over de chatbot
- Deelname aan online events en live sessies

Customer Emotions:

- Interesse en nieuwsgierigheid
- Intrige over de nieuwe technologie

Barriers:

- Onbekendheid met de technologie
- Twijfel over betrouwbaarheid en gemak

2. Consideration (Overweging)

Doelgroep: Geïnteresseerde jonge reizigers die meer willen weten over de chatbot

KPI: Aantal kliks van de Travelbuddy content

Touchpoints & Acties:

- Website: Visueel aantrekkelijke landingspagina, FAQ, en gebruikerservaringen
- Social Media: Gedetailleerde posts, Reels, en TikToks die het gebruik van de chatbot demonstren
- YouTube: Tutorials en reviews van influencers
- E-mailcampagnes: Nieuwsbrieven en promotionele e-mails met voordelen en succesverhalen, afgestemd op jonge reizigers

Customer Actions:

- Bezoeken van de website
- Bekijken van video's en tutorials
- Openen en lezen van e-mails over de chatbot

Customer Emotions:

- Verhoogde interesse en overtuiging
- Enthousiasme over het gemak van de chatbot

Barriers:

- Twijfels over de effectiviteit
- Bezorgdheid over privacy en beveiliging

3. Decision (Beslissing)

Doelgroep: Geïnteresseerde jonge reizigers die klaar zijn om de chatbot uit te proberen

KPI: Aantal nieuwe gebruikers van de chatbot

Touchpoints & Acties:

- Website: Duidelijke call-to-actions en interactieve tutorials
- Social Media: Instructies en directe links voor het toevoegen van de chatbot via Stories en Reels
- YouTube: Stapsgewijze video's door influencers
- E-mailcampagnes: Promoties en kortingscodes voor vroege gebruikers

Customer Actions:

- Volgen van de instructies om de chatbot toe te voegen
- Eerste bericht sturen naar de chatbot

Customer Emotions:

- Opwinding en nieuwsgierigheid
- Voldoening bij het ervaren van de voordelen

Barriers:

- Technische problemen
- Onzekerheid over het gebruik

4. Retention (Behoud)

Doelgroep: Jonge gebruikers die de chatbot regelmatig gebruiken

KPI: Aantal maandelijkse gebruikers van de chatbot

Touchpoints & Acties:

- In-app Messaging (WhatsApp):
- Periodieke meldingen en tips binnen WhatsApp
- E-mailcampagnes: Follow-up e-mails met gebruikerstips en nieuwe functies
- Social Media: Regelmatige updates, Stories, en gebruikersverhalen
- YouTube: Updates en nieuwe functies gepresenteerd door influencers

Customer Actions:

- Blijven communiceren met de chatbot
- Delen van positieve ervaringen op sociale media

Customer Emotions:

- Tevredenheid en vertrouwen
- Loyaliteit

Barriers:

- Gebrek aan nieuwe functies
- Problemen of bugs

5. Advocacy (Aanbeveling)

Doelgroep: Tevreden jonge gebruikers die anderen willen helpen

KPI: Aantal aanbevelingen of referrals

Touchpoints & Acties:

- Social Media: Gebruik van gebruikers gegenereerde content en positieve reviews
- Referral Programma's:
 - o Beloningen voor aanbevelingen, zoals kortingscodes voor vrienden
 - o YouTube: Testimonials en shout-outs door influencers

Customer Actions:

- Delen van ervaringen met vrienden en familie via sociale media
- Plaatsen van positieve reviews en video testimonials

Customer Emotions:

- Trots en voldoening
- Enthousiasme

Barriers:

- Gebrek aan stimulans om aan te bevelen
- Negatieve ervaringen

Toekomst van TravelBuddy

LiveWall zou in de toekomst de chatbot verder uit kunnen breiden. Denk hierbij aan verbeteringen zoals meer geavanceerde natuurlijke taalverwerking en personalisatie van aanbevelingen. Daarnaast kan de chatbot op andere populaire platforms worden geïmplementeerd, zoals Facebook Messenger, Snapchat etc.

Voor het verdienmodel zou LiveWall samenwerkingen kunnen aangaan met reisorganisaties, luchtvaartmaatschappijen, hotels, en andere reisgerelateerde bedrijven. Deze partnerships kunnen exclusieve aanbiedingen en kortingen bieden aan gebruikers van de chatbot. Dit voegt niet alleen waarde toe voor de gebruiker, maar genereert ook extra inkomsten voor LiveWall. Voorbeelden zijn speciale deals op vluchten en accommodaties of pakketreisaanbiedingen die alleen beschikbaar zijn via de chatbot.