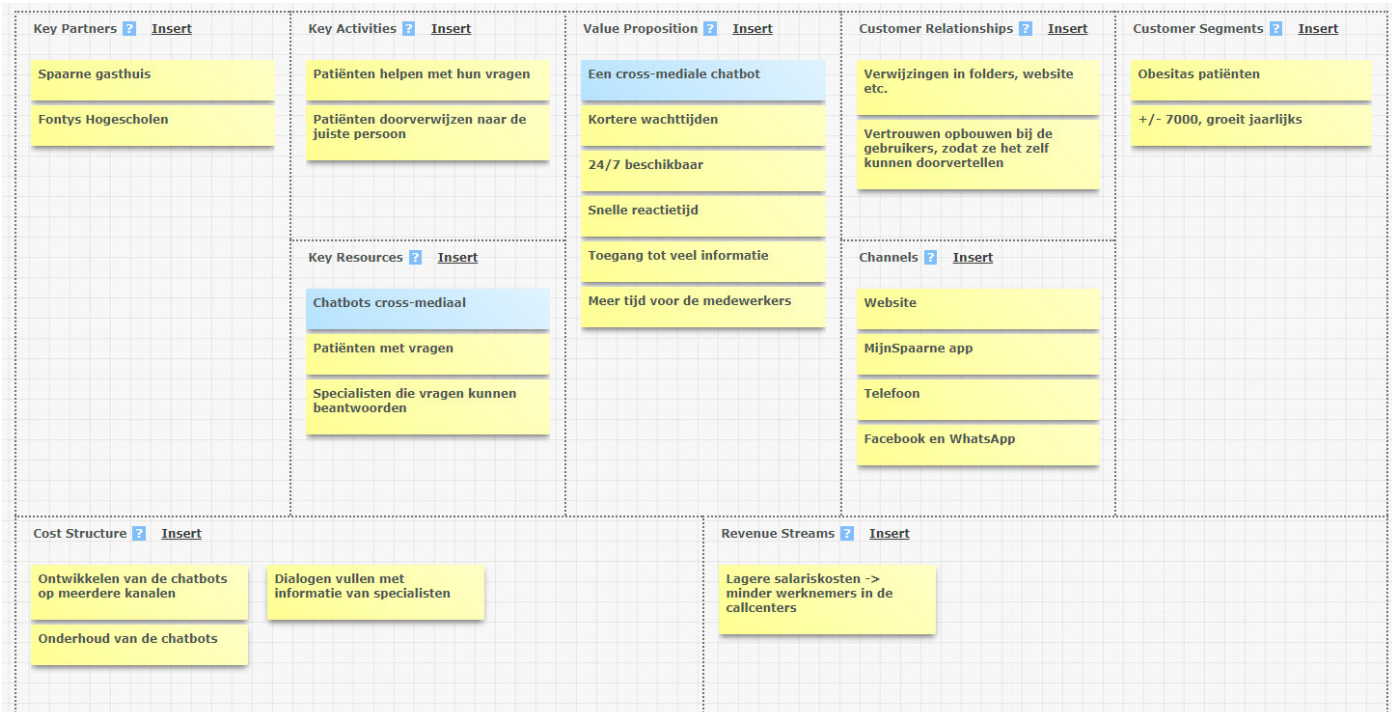


Business model



De value proposition van ons product (een cross-mediale chatbot) is dat het 24/7 overal beschikbaar is. Verder heeft het een snelle reactietijd, toegang tot veel informatie en moet het de lange telefonische wachtrijen verminderen. Wat hierdoor ook zorgt voor meer tijd voor de werknemers.

De belangrijkste activiteiten zijn het helpen van de patiënten met vragen en hun problemen. Wat hierbij belangrijk is zijn natuurlijk de patiënten, maar ook de specialisten die de chatbot moeten leren om de vragen goed te beantwoorden.

Onze doelgroep is dus obesitas patiënten van het Spaarne gasthuis. Dit aantal groeit jaarlijks met ongeveer 1700 patiënten. We gaan deze patiënten bereiken met ons product door het te vermelden in folders en het nadrukkelijk op de website te plaatsen. Ook moet mond tot mond reclame zorgen voor goede publiciteit.

De grootste kosten zijn het ontwikkelen van de chatbot en het vullen van de chatbot met dialogen. Het onderhoud van de chatbots kost daarna niet veel meer, omdat machine learning ervoor moet zorgen dat de chatbot zichzelf kan onderhouden. De inkomsten die we uit het product halen zijn de lagere salariskosten, doordat er minder werknemers nodig zijn op de callcenters van de poli's.