



ИНФ YOTA: ИСТОРИЯ УСПЕХА И РОСТА

Виртуальный консультант является постоянным элементом сайта оператора с 2010 года

О КОМПАНИИ

Yota (торговая марка компании ООО «Йота») — российский оператор беспроводной связи, использующий технологию LTE (4G, связь четвертого поколения). Это первый самостоятельный бренд

на отечественном рынке беспроводного доступа в интернет, который по праву включен экспертным сообществом в список самых ярких отечественных брендов последних лет.

ПЕРВАЯ ВЕРСИЯ ИНФА (МАЙ 2010 — ФЕВРАЛЬ 2012)

ЗАДАЧА

С момента основания в 2007 году компанию Yota отличал инновационный подход, который заложен в самом бренде: взгляд на мир с другого ракурса. Даже на логотипе оператора изображен человек, стоящий на руках вниз головой.

Техническая сложность продукта Yota, его новизна для аудитории, изначально заданная высокая планка по качеству обслуживания клиентов — все это определило применение самых современных решений во всех каналах взаимодействия с пользователями, и в том числе в онлайн.

РЕШЕНИЕ

Онлайн-инструментом, который объединил бы в себе новаторство и клиентоориентированный подход, стал инф от компании «Наносемантика».

Виртуальный консультант, наделенный искусственным интеллектом, появился на всех страницах yota.ru в мае 2010 года. «Здравствуйте! — приветствовало посетителей жизнерадостное и дружелюбное летающее существо. — Я много знаю про Yota. Если у вас есть вопросы, я постараюсь помочь».

Инф Yota, который откликался на имя Нуфик, был задуман как специалист

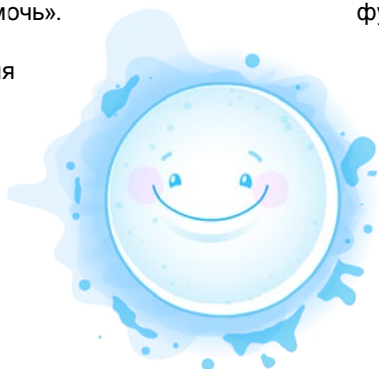
службы поддержки — он помогал посетителям разобраться с настройками оборудования, подсказывал, как устранить возникшие проблемы. Для этого была разработана пошаговая система диагностики; на основе полученных ответов инф «ставил диагноз» и выдавал решение проблемы.

Со временем Yota отметила лояльность клиентов к виртуальному консультанту. Располагающий к общению и инициативный Инф использовал разговорный язык, свободно ориентировался в специальной терминологии и при этом давал недлинные и доступные ответы. Чтобы инф и дальше отвечал растущим ожиданиям клиентов, Yota решила расширить его базу знаний за счет более подробных данных о тарифах, параметрах оборудования, и условиях предоставления услуг.

Кроме того, в базе знаний инфа всегда своевременно появлялась информация о предстоящих нововведениях: Нуфик всегда был готов дать пользователям актуальную консультацию.

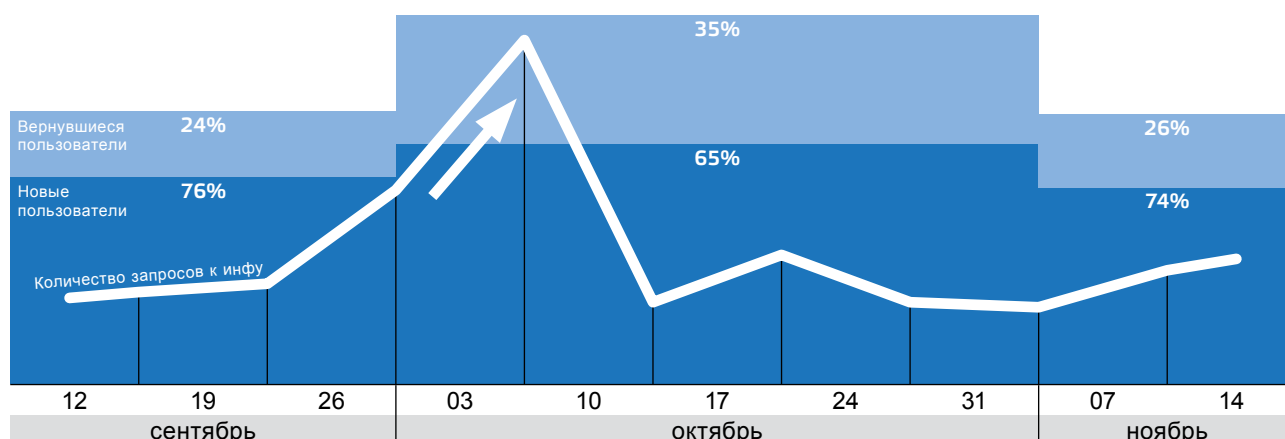
В дальнейшем, по мере расширения зоны покрытия Yota, возникла необходимость в геотаргетинге. Эта функция была реализована в инфе спустя год после релиза — она позволила ему определять и учитывать при ответе регион обращения пользователя.

5 мин 42 сек
в среднем
длился разговор
пользователя
с Нуфиком



5 вопросов в среднем
адресовал
пользователь инфу
Нуфику

Показатели инфа в период запуска нового предложения осенью 2011 года



РЕЗУЛЬТАТЫ

Инфа Нуфик полностью оправдал связанные с ним ожидания и завоевал репутацию самостоятельного и эффективного канала коммуникации с клиентами.

Согласно статистике, в обычные месяцы инфа обслуживал главным образом запросы новых пользователей, ежемесячно снижая нагрузку на контактный центр в среднем на 17%. Его дружелюбие, открытость и неизменное желание помочь вызывали симпатию у пользователей, и многие возвращались к Нуфику не только за повторной консультацией, но и для того, чтобы просто непринужденно с ним пообщаться.

В периоды нововведений (предложения новых услуг, изменений в тарификации и т. д.) инфа срезал пики

обращений и заметно снижал нагрузку на контактный центр. Абоненты получали оповещения по электронной почте и обращались за уточнениями на сайт Yota, где их встречал подготовленный и дополнительно обученный инфа.

Так, в октябре 2011 года Yota анонсировала новое предложение, позволяющее клиентам самостоятельно регулировать условия подключения к сети. Это вызвало резкий рост количества обращений абонентов Yota в службу поддержки — на 28,1% — по сравнению со среднемесячными показателями. Но благодаря вовремя обученному инфу контактный центр успешно справился с увеличившейся нагрузкой.

ВТОРАЯ ВЕРСИЯ ИНФА (С ОКТЯБРЯ 2012 ПО НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ)

ЗАДАЧА

Осенью 2012 года компания Yota завершила работу по ребрендингу, который, в том числе, касался корпоративного сайта. Новый брендбук запрещал использование любых образов и персонажей, а также предписывал строгий и лаконичный стиль во всех коммуникациях. Изменение корпоративных правил не могло не отразиться и на виртуальном консультанте Нуфике: для того, чтобы вернуться на сайт, он должен был измениться.

РЕШЕНИЕ

На обновленном сайте появился коммуникационный сервис, который объединил в одном разделе все каналы техподдержки: инфа, FAQ, форму обратной связи. Виртуального консультанта установили на первую линию общения с клиентами — именно ему первым делом адресуются все входящие от пользователей запросы.

В новой версии у инфы нет образа и личности: он отвечает только на вопросы «по делу», и строка ввода

72% пользователей решают свою проблему с помощью инфы в течение 1 мин

3 вопроса требуется посетителю, чтобы решить свою проблему с помощью инфы

ПОДДЕРЖКА

На вопросы отвечает виртуальный помощник.

Задайте свой вопрос

Что делать если в одинцовском районе вообще не ловит

спросить >

запроса стилизована под поисковую. Для удобства пользователей и сокращения времени получения нужного ответа была добавлена еще одна функция — подсказки. Одновременно с ответом инф выдает также список смежных тем, предвосхищая последующие вопросы и избавляя пользователя от необходимости их формулировать.

65% пользователей получают нужную информацию, задав инфу 1–2 вопроса

РЕЗУЛЬТАТЫ

Сейчас можно с уверенностью сказать, что обновленный, хоть и лишенный личности и образа, инф прижился на сайте. Теперь он убедительно выполняет свою главную задачу — помогает им найти решение проблемы или ответ на вопрос в кратчайший срок и с минимальным количеством шагов. В месяц инф обрабатывает более 20 тысяч обращений.

Большая часть клиентов обращается к инфу по вопросам подключения (см. таблицу). Значительное число пользователей интересуется устройствами, особенностями управления счетом и программным обеспечением.

Темы, с которыми пользователи обращаются к инфу (февраль — июль 2013)

Тематика	Процент разговоров с упоминанием данной темы
Подключение	36,27
Устройства	19,63
Проблемы с подключением	18,65
Управление счетом	12,90
Программное обеспечение	10,65
О провайдере	9,44
Стоимость и оплата	8,88
Покрытие	6,95
Технология LTE	3,11



Наносемантика

тел.: +7 495 258 2810

www.nanosemantics.ru

hello@nanosemantics.ru