



ИНФ ВЕЕЛИНЕ ЕЖЕДНЕВНО ОБСЛУЖИВАЕТ ТЫСЯЧИ ЗАПРОСОВ

Виртуальный консультант Дана стала ценным сотрудником контактного центра

О КОМПАНИИ

Beeline является частью международного телекоммуникационного холдинга VimpelCom Ltd. со штаб-квартирой в г. Амстердам (Нидерланды). Сегодня VimpelCom Ltd. — пятый в мире по числу абонентов сотовый оператор; по состоянию на 30 июня 2013 года компания обслуживает 215 млн абонентов.

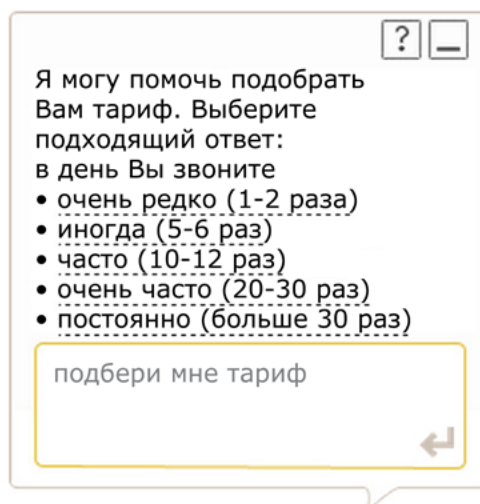
В Республике Казахстан бренд Beeline представляет ТОО «КаР-Тел». На данный момент в Казахстане мобильный оператор насчитывает около 9 млн абонентов.

ЗАДАЧА

В конце 2012 года «КаР-Тел» взял курс на достижение операционной эффективности, в том числе за счет автоматизации функций контактного центра и направления интернет-обслуживания. Это позволило бы компании решить и другую задачу — закрепить за собой репутацию лидера в сфере применения новых технологий на рынке телекоммуникаций Казахстана.

РЕШЕНИЕ

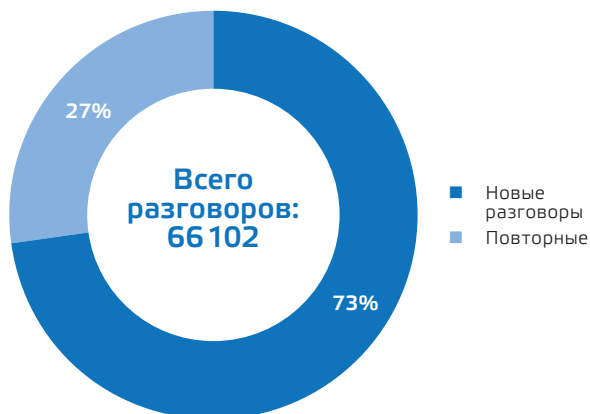
Один из важнейших каналов связи мобильного оператора с клиентами — это корпоративный сайт. Актуальность представленной на нем информации и ее доступность во многом определяют поток обращений к операторам: ведь если посетитель быстро находит ответ на свой вопрос на сайте, то у него отпадает необходимость в звонке в контактный центр. Чтобы облегчить «общение» с сайтом и автоматизировать ответы на часть вопросов пользователей, компания обратилась к последним достижениям в области искусственного



Виртуальный консультант

Александр Артамонов, руководитель Направления развития систем самообслуживания, Beeline Казахстан: «Что для нас было важным при выборе образа? В первую очередь, Дана все же должна была быть приятным собеседником, чтобы вызывать положительные эмоции. Образ — это метиска, типичная красивая девушка, коих великое множество в Казахстане. Сотрудники офисов продаж и обслуживания выглядят примерно так же. Важно, чтобы со временем пользователи к Дана привыкли, и стали ее считать одним из сотрудников компании. Образ прижился и вряд ли будет меняться. Клиентам очень нравится ее характер».

Рисунок 1 — Новые и повторные разговоры с инфом (февраль 2013)



интеллекта — так на сайте Beeline в Казахстане появился виртуальный консультант (инф), созданный «Наносемантикой».

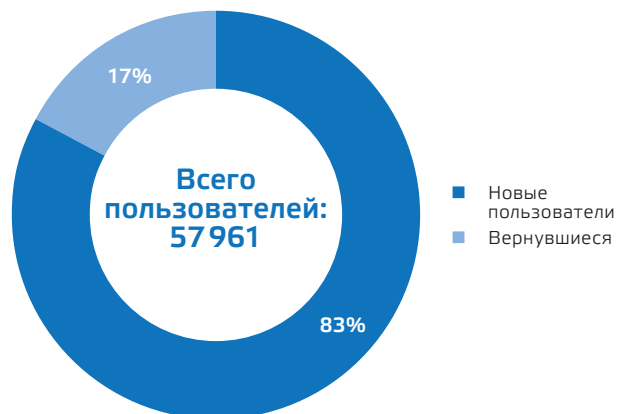
Работа над инфом заняла три с половиной месяца. Виртуального консультанта Beeline наделили расширенной функциональностью, заложив в его базу знаний огромный объем информации.

Новое решение призвано существенно снизить нагрузку на направление интернет-обслуживания компании. Как и планировалось, виртуальный помощник взял на себя обработку простых и частых запросов, не требующих доступа к персональной информации. Инф загружается при открытии любой страницы www.beeline.kz и консультирует абонентов по всем темам, относящимся к деятельности Beeline: мобильная связь, тарифы на услуги, домашний интернет, бонусные программы и т. д. Кроме того, он помогает сориентироваться на сайте и быстрее попасть в нужный раздел.

Нередко клиенты обращаются в контактный центр за помощью в выборе тарифного плана. Теперь подобную консультацию может дать не только оператор, но и инф. Во-первых, он свободно ориентируется в тарифных параметрах, так как подключен к базе данных Beeline. Во-вторых, инф умеет определять предпочтения пользователей через уточняющие вопросы и на основе полученных ответов подбирает наиболее подходящий тарифный план.

Инф также способен устанавливать, из какой точки страны к нему поступил запрос, и, соответственно, выдает абоненту информацию, актуальную именно

Новые и вернувшиеся к инфу пользователи (февраль 2013)



для его региона. Эта функция особо востребована, так как Beeline представлен во всех 14 областях Казахстана и условия оказания услуг в них отличаются.

Точно так же, автоматически, электронный консультант определяет раздел сайта, с которого обращается к нему пользователь. Например, инф по-разному ответит на вопрос о балансе, заданный в разделе «Мобильная связь» и в разделе «Интернет дома».

Помимо ответов на простые и частые вопросы, виртуальный помощник решает еще одну задачу — рекламирует специальные предложения компании. В беседе с посетителем инф ненавязчиво рекомендует обратить внимание на новости и акции Beeline, и как показывает мировая практика, этот новый формат донесения до пользователя рекламной информации оказывается более действенным и эффективным, чем стандартная реклама.

Для образа инфа была выбрана девушка азиатской внешности, 20—25 лет. Виртуальную помощницу зовут Дана, она одета в строгий деловой костюм и пользуется модными гаджетами. У нее есть конкретная должность в компании — специалист центра поддержки клиентов.

Создатели наделили Дану индивидуальными чертами характера. Она уравновешена, лишена вредных привычек, деликатна и эрудирована — может поддержать разговор на тему, не связанную с ее профессиональной сферой. Например, на вопрос «Вы верите в любовь?» Дана отвечает: «Я верю в безлимит! :)». А ее реакция на предложение «Потанцуем?» еще более непредсказуема.

4 вопроса, в среднем, требуется пользователю для решения проблемы

4 часа 32 мин длился максимальный по времени разговор с инфом о компании, услугах, политике и просто о жизни

Рисунок 3 — Темы, с которыми пользователи обращаются к инфу



РЕЗУЛЬТАТЫ

Виртуальный консультант был активно встречен и опробован пользователями. В первые пять месяцев после внедрения инфа каждый 12-й посетитель сайта вступил в разговор с Даной. Большая часть диалогов включала в себя 4—5 обращенных к инфу сообщений — обычно этого достаточно для получения полноценной консультации по интересующему пользователя вопросу. Что касается рекордного по длине разговора, то он содержал 1133 реплики пользователя.

Инф поддерживает беседу на любые темы, относящиеся к деятельности компании (распределение тем запросов см. на графике). Определение тематики запросов помогает компании понять, какие проблемы волнуют пользователей больше всего и что интересует их в данный момент. Это позволяет корректировать корпоративную политику и грамотно позиционировать услуги. Обратная связь от пользователей также помогает выявить сложности в навигации по сайту, увидеть, какие разделы и страницы вызывают больше всего вопросов у пользователей и, соответственно, нуждаются в доработке.

Повторные диалоги с инфом составляют 27% от общего количества разговоров. Это говорит о компетентности виртуального помощника: убедившись в том, что ответам Даны можно доверять, пользователи вновь обращаются к ней за консультацией.

ПЛАНЫ ПО РАЗВИТИЮ ИНФА

В будущем «КаР-Тел» и «Наносемантика» планируют использовать инфа для работы с корпоративными клиентами (сейчас инф консультирует только физических лиц) и на сайте Программы лояльности, а также интегрировать его с онлайн-чатом и линией контактного центра.

Кроме того, сейчас в разработке новая функция виртуального консультанта — она позволит посетителю сайта после разговора с инфом оценить, был ли ответ полезен, и если нет, то уточнить почему. Подобная обратная связь от абонентов, в свою очередь, поможет произвести более точную настройку инфа.

Александр Артамонов, руководитель Направления развития систем самообслуживания, Beeline Казахстан: «Технология виртуального обслуживания клиентов массового рынка имеет огромный потенциал, так как в центр поддержки клиентов поступает большое количество однотипных, повторяющихся вопросов. Робот не устает, не уходит на обед и не совершает ошибок.

Применение инфа исключает человеческий фактор. Главное — правильно его обучить.

Внедрение Даны позволило «Билайну» в Казахстане сделать большой рывок в сфере инновационных технологий обслуживания клиентов. Это открытие заставило нас всерьез задуматься об использовании искусственного интеллекта в отрасли телекоммуникаций, где количество клиентов исчисляется миллионами. Непрерывная работа по улучшению качества диалогов приносит свои плоды — в некоторых случаях наши клиенты даже не замечают, что разговаривают с роботом — настолько грамотно и «человечно» поставлена письменная речь Даны».



Наносемантика

тел.: +7 495 258 2810

www.nanosemantics.ru

hello@nanosemantics.ru