

Как автоматизировать телемаркетинг

и почему это выгодно бизнесу



Александр Долматов

Руководитель направления голосовой исходящей
роботизации Naumen

NAUMEN развивает
российскую экосистему
продуктов для клиентского
сервиса и управления
персоналом

600+

успешных проектов для контакт-
центров и фронт-офисов в
сегменте enterprise

22 года

на российском рынке

Оmnikanальный контакт-центр,
чат-боты и голосовые боты,
WFM, управление знаниями
и обучением персонала

 СБЕР
МАРКЕТ

ПЕТРОВИЧ

lamoda

УБРИР

inventive
retail
group


Ростелеком


МОСЭНЕРГОСБЫТ

самолет

chipdip.

money

отпбанк
Доверяя друг другу

GLORIA JEANS

Haier

СБЕР
ЕАПТЕКА

ОДМ
ОФ | БАНК

спортМастер

 ДОДО
ПИЦЦА

Car
Money

Avito

СИТИЛИНК
все лучшее для тебя

Боты для исходящих обзвонков для использования по модели услуги

NAUMEN
Erudite VoiceOut

Мы используем совокупность трех систем для создания ботов как услуги:



Naumen Erudite



Отвечает за логику работы бота:
NLU-движок, сценарии, обучение
и дообучение робота



Naumen Speech AI



Позволяет бесшовно внедрять в
речь динамические части (даты,
суммы, ФИО и тд)



Naumen Contact Center



Отвечает за инициацию звонков и
формирование отчетной базы,
регулирует попытки дозвона,
правила перезвона и работу в
разных часовых поясах

Применяем опыт, полученный на 40+ успешных проектах роботизации

**Телемаркетинг – важный для бизнеса
инструмент **прямой коммуникации с клиентами
и генерации прибыли****

При этом исходящие каналы продаж – **самые дорогие**

NAUMEN



При этом исходящие каналы продаж – **самые дорогие**

NAUMEN

Необходимость обеспечивать КЦ человеческими ресурсами



Работа с человеческим ресурсом – непрерывный цикл расходов

Постоянная, дорогая и ресурсозатратная рутинная генерирует постоянные расходы бизнесу

Масштабирование и изменения = перезапуск процесса: время и деньги на реорганизацию, калибровку, проверку и оценку работы

Любой из этапов и участников процесса – потенциальная точка отказа



Работа с людьми - это риски, которые **невозможно устранить полностью**

NAUMEN

Найм

Онбординг

Супервизия

Проблема

Постоянный риск, что отток будет сильнее найма

Долгая и сложная адаптация

Неэффективная работа операторов

Что делается для решения

Избыточный штат операторов для поддержки всплески звонков, пиковых дни и сезонные нагрузки

Дополнительный ФОТ на тренеров, подготовка материалов, описание и обновление процессов

Дорогие менеджеры для эффективного управления дешевой рабочей силой

Снижает вероятность, но НЕ избавляет от проблемы

01 Невозможность быстрого масштабирования

Процесс масштабирования всегда растягивается на время нового цикла **найма и онбординга**



+10 операторов
 + тренер
 + супервизор
 + менеджер

+100 операторов
 ...
 ...
 ...



Создает геометрическое увеличение расходов



Требует расширения управляющего персонала

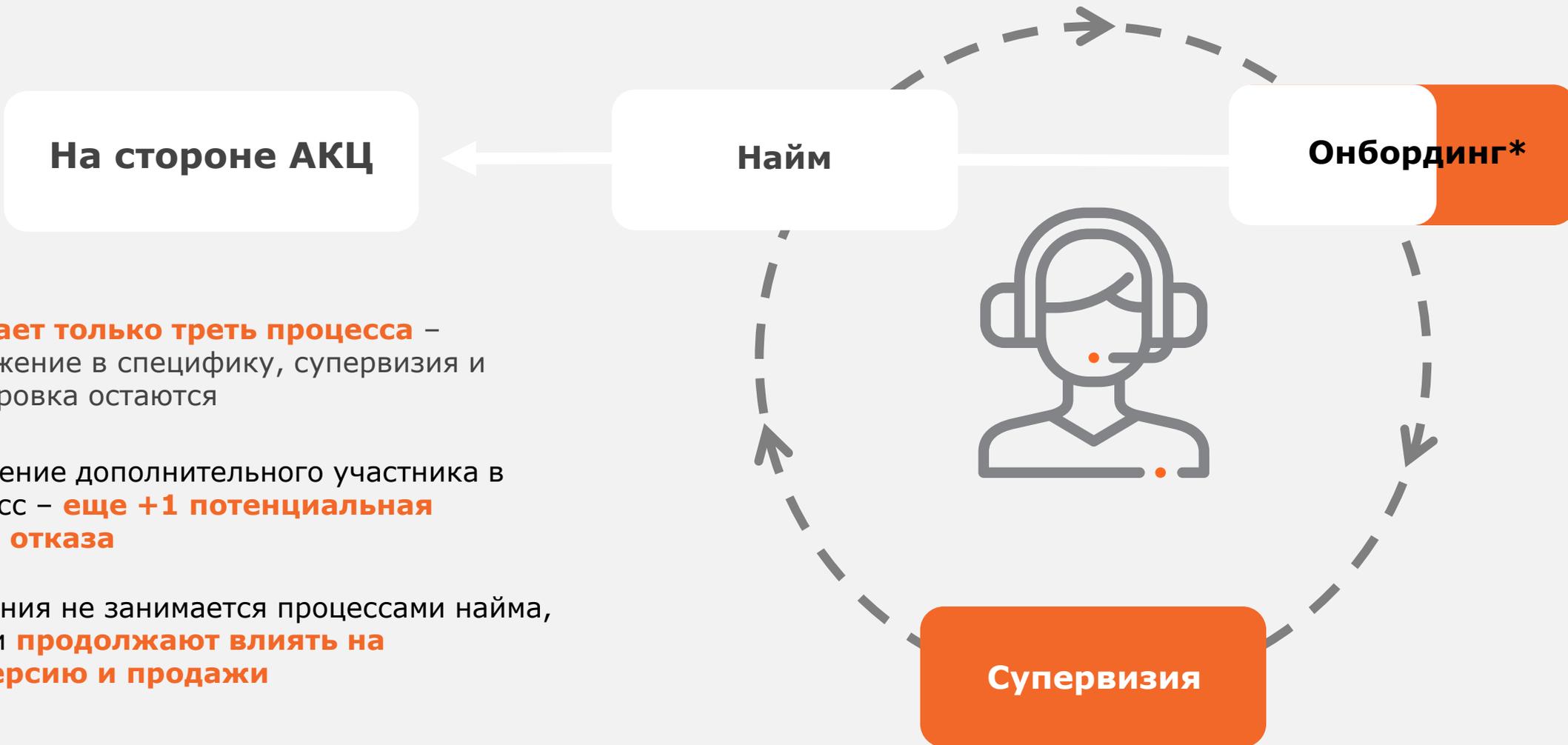
02 Длительный и неэффективный тест гипотез

Эффект от изменений (так положительный, так и отрицательный) **возможно оценить только спустя время, когда ресурсы уже потрачены**



Исходящие обзвоны - **это живой процесс**, и вам регулярно нужно пересматривать скрипт (добавлять отработки, менять продукт и тд)

Работа с АКЦ избавляет только **от части** ресурсных затрат **при сохранении инертности**



Снимает только треть процесса – погружение в специфику, супервизия и калибровка остаются

Внедрение дополнительного участника в процесс – **еще +1 потенциальная точка отказа**

Компания не занимается процессами найма, но они **продолжают влиять на конверсию и продажи**

*Остается подготовка скриптов и погружение в задачу

Собственный КЦ: ИТОГ

Вы непосредственно управляете качеством



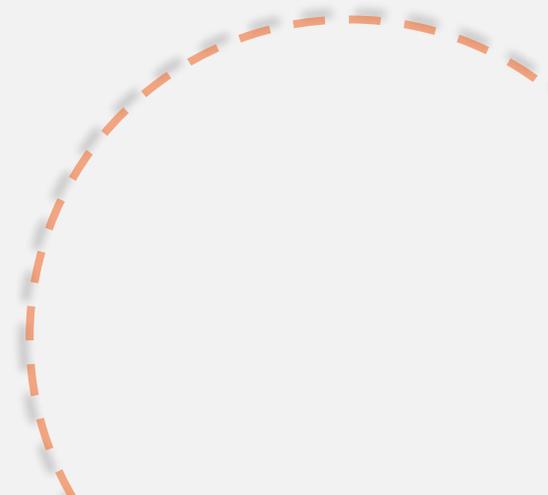
Необходимость в экспертизе и дорогих управленцах



Высокая стоимость, особенно на длительном отрезке времени



Сложность масштабирования и тестирования гипотез



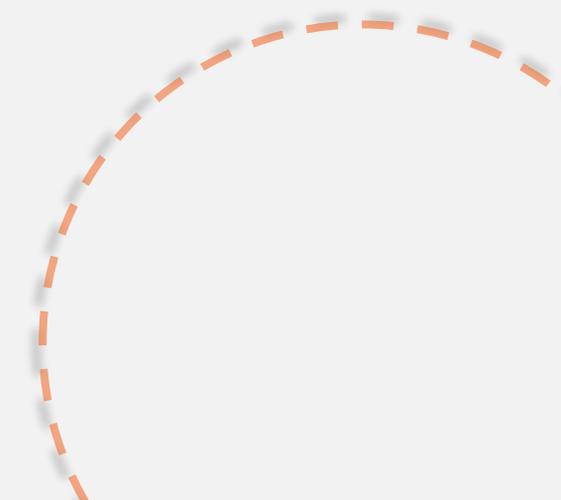
Аутсорсинговый КЦ: **ИТОГ**

- Появляется возможность быстро масштабироваться**

С ограничениями на ресурсы АКЦ и с люфтом по времени на обучение операторов
- Отпадает прямая необходимость следить за процессом**

Отсутствие вовлеченности и контроля со стороны заказчика может негативно сказаться на KPI АКЦ

Дополнительные риски за счет появления еще одной точки отказа
- Все еще сравнительно высокая стоимость
- Сохранение сложности тестирования гипотез



**Почему голосовой робот в исходящих
обзвонах – это выгодно?**

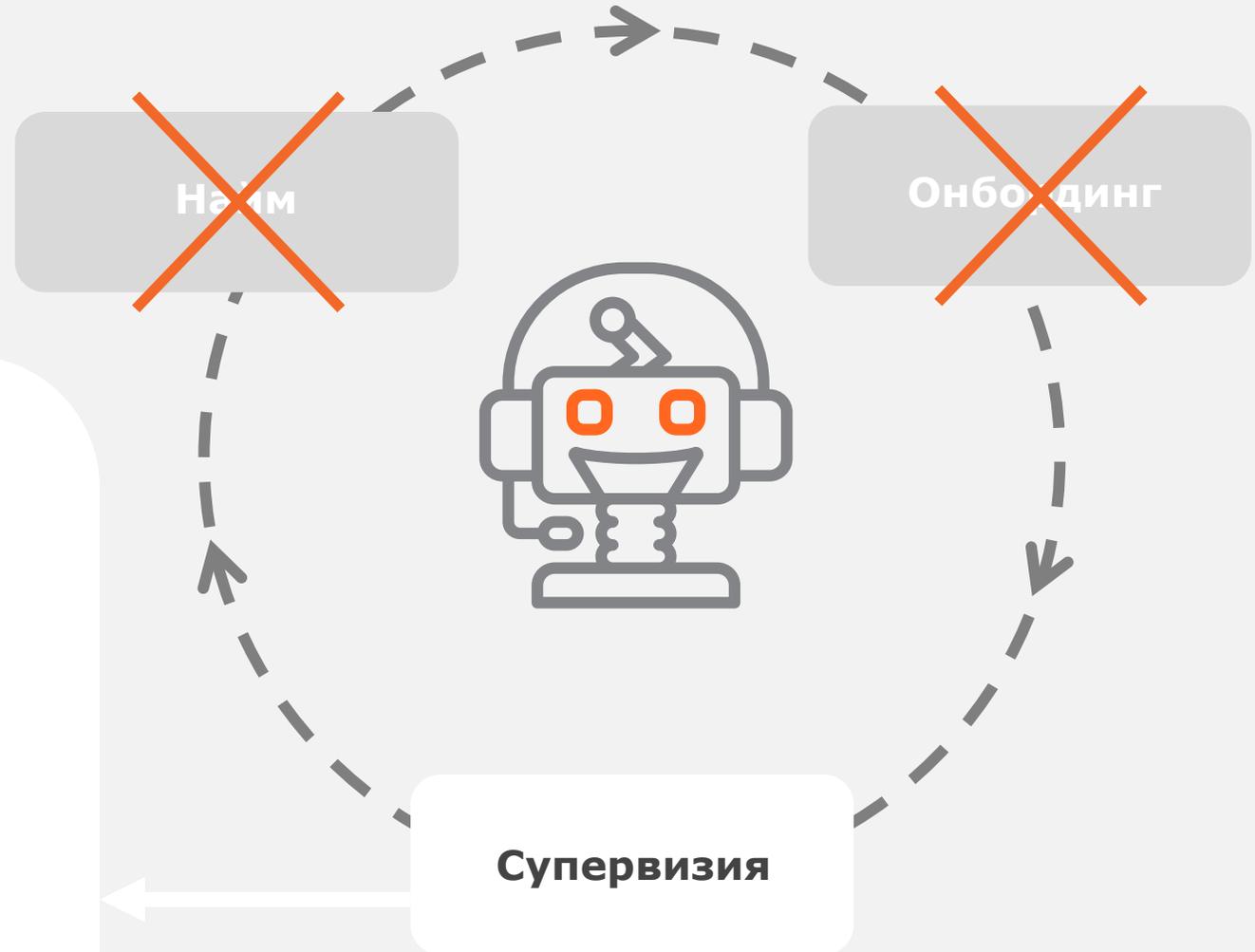
Ресурсно-затратные процессы **исчезают или переходят на сторону вендора**

Клиент:

Только предоставляет исторические данные: скрипты и аудиозаписи разговоров операторов с клиентами

Вендор:

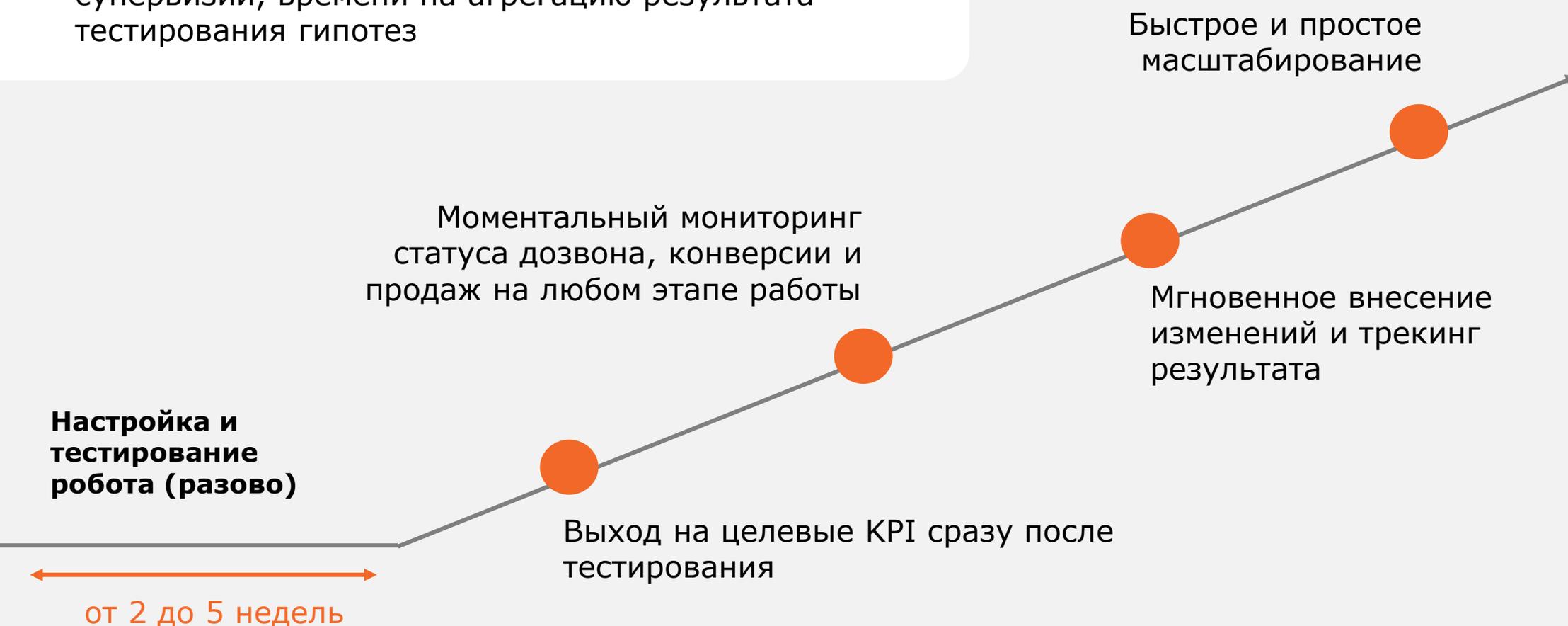
- Составляем скрипты, настраиваем и запускаем робота
- Тестируем, калибруем робота и отлаживаем процессы до выхода в звонки по базе
- Отслеживаем показатели, проверяем работу и улучшаем конверсию **в течение всего времени действия договорных отношений с заказчиком**



Запуск с целевых мощностей, быстрые изменения, почти мгновенное тестирование гипотез

NAUMEN

Робот **не требует** повторного обучения, длительной супервизии, времени на агрегацию результата тестирования гипотез



Как работает ИИ-бот в задачах привлечения клиентов?

NAUMEN

Сложности

Конверсия, сравнимая с показателями АКЦ

Эффективная и гибкая обработка возражений

Одновременный обзвон на большую базу и экономия затрат

Быстрое масштабирование в соответствии с планом продаж

Решение

- Голосовой бот ведет диалог, как человек: звучит естественно, понимает собеседника и корректно реагирует на разные реплики
- Робот умеет гибко и по-разному обрабатывать до 300 видов возражений
- Бот может совершать 5000 одновременных звонков. Правила перезвона и попытки дозвона гибко настраиваются
- Робот позволяет увеличивать количество звонков без геометрического роста затрат

Как мы строим сценарии для эффективного телемаркетинга:

NAUMEN

- 01** Анализируем скрипт и исторические диалоги с клиентами для извлечения **лучших клиентских кейсов**
- 02** Адаптируем под текущий проект опыт реализации других проектов в сфере, что позволяет **запускаться не с 0, а значит гораздо быстрее**
- 03** Настраиваем бесшовную связку синтеза (для озвучки динамических данных) и предзаписи для **естественного звучания**
- 04** Итерационно тестируем сценарий на небольшой выборке: прослушиваем звонок, корректируем логику и отмечаем проблемы после **каждого** звонка



Кейс 1: Голосовой бот для продажи банковских продуктов в банке из топ-10

NAUMEN

Цель и контекст

Задача:

Реактивация спящей базы **при сокращении затрат**, предложение индивидуальной суммы и процентной ставки по кредиту



Коммуникация в несколько касаний

Робот повторно связывается с клиентом, который не готов обсудить предложение в моменте, подстраиваясь под заданное клиентом время



Работа с возражениями по сумме займа

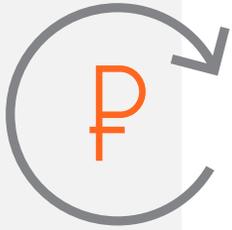
За счет интеграции с системами банка озвучивали клиенту индивидуальную сумму займа в зависимости от его профиля заемщика и в диалоге обсуждали невозможность её увеличения



Кейс 1: Голосовой бот для продажи банковских продуктов в банке из топ-10

NAUMEN

Результаты



Обзвон роботом позволил снизить затраты

Стоимость валидации – **ниже на 30%**, стоимость активации – **на 15%**. Разница в стоимости кратно увеличивается в зависимости от размера базы контактов



Роботом можно быстрее обзвонить базу любого объема

При увеличении базы или при необходимости повторных обзвонив с новым предложением робот может немедленно приступить к задаче



Быстрый запуск сложного скрипта

Выход на целевые мощности **за 1 неделю**



	план	факт
Дозвон:	50%	54,6%
Конверсия:	6%	6,8%

*- клиент согласился продолжить общение с специалистом банка

Кейс 2: Голосовой бот для продажи банковских продуктов в банке из топ-60

NAUMEN

Цель и контекст

Задача:

Валидация холодной базы лидов при условии **разгрузки КЦ**: выявление потребности, передача контактов в КЦ банка



2

Низкий уровень дозвона на старте

Выявили технические нюансы, которые влияют не показатели еще до старта диалога и разработали механизм увеличения дозвона: **работа с номерами из свежих пулов и балансировщик**

Увеличили дозвон **с 47% до 60%**, что позволило вернуть конверсию к исходному уровню и нарастить



Кейс 2: Голосовой бот для продажи банковских продуктов в банке из топ-60

NAUMEN

Результаты



Шесть изменений скрипта

Итерационная работа над скриптом позволила увеличить количество прослушиваний оффера с **17,82%** до **41,44%**



Предварительный бриф клиента

Опрос на соответствие профилю заемщика позволяет уменьшить долю нецелевых трансферов и **разгрузить контакт-центр банка**



	план	факт
Дозвон:	60%	58,6%
Конверсия:	6%	6,3%

Кейс 3: Голосовой бот для реактивации базы страховой компании из топ-15

NAUMEN

Цель и контекст

Задача:

Реактивация клиентской базы и увеличение объема дополнительных продаж

Как мы работали над отладкой сценария:

увидели большое количество сбросов на приветствии, и успешно проверили гипотезу, изменив приветствие на **более эмпатичное**, что позволило снизить процент сбросов **с 23% до 16%**

сократили предложение, чтобы уменьшить количество точек отказа и **сэкономить время клиента**, чем увеличили конверсию в согласие **с 8 до 12%**

переработали формат реакции на отказ: сократили реплику и прописали в сценарии более четкую реакцию на отказ клиента – сократили количество отказов **с 21% до 17%**

Кейс 3: Голосовой бот для реактивации базы страховой компании из топ-15

Работа со скриптом отказа

NAUMEN

Было

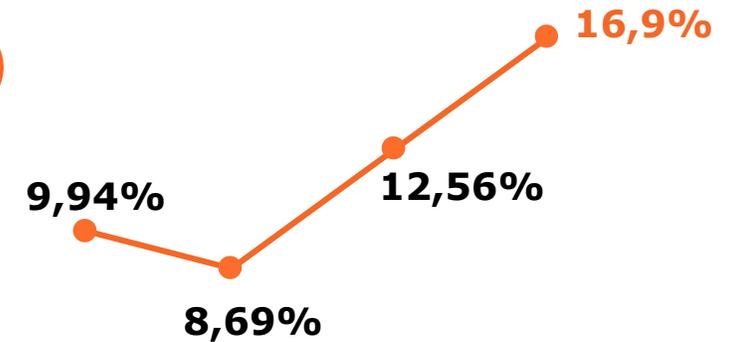
Понимаю вас, тоже не люблю вот так вот неожиданно принимать такие решения. Хочу лишь убедиться, что Вы меня правильно поняли, я предлагаю сейчас только ознакомиться с расчетом КАСКО

Стало

Я предлагаю сейчас только ознакомиться с расчетом КАСКО



Конверсия в согласие



Кейс 4: Голосовой бот для продажи сервиса дистанционной заправки топлива

Цель и контекст

Задача:

расширить клиентскую базу в части юридических лиц чтобы увеличить объем пользователей сервиса

Сложности

- **Строили процесс полностью с 0** – компания ранее не осуществляла обзвон с подобным предложением: мы проводили эксперимент по построению нового пути лидогенерации на основе идеи
- **Работа с юридическими лицами** и потенциально более сложная отработка возражений и их вариабильность

Кейс 4: Голосовой бот для продажи сервиса дистанционной заправки топлива

Работа со сценарием

NAUMEN

01

Прозвонили небольшую часть базы (300 человек) чтобы понять, как ведут себя юридические лица в диалоге: какие возражения озвучивают и как потенциально выглядит процесс принятия решения

02

Получили сценарий от заказчика – обозначили ценность предложения, видение диалога и идеального результата

03

Выделили сущности из массива тестовых обзвонov и сформировали **сценарий, построенный на диалоге**

04

Переложили **информацию на сайте и раздел FAQ** на реплики бота



Робот, который **ведет диалог, задает вопросы и проговаривает различные части оффера** в ответ на реплики/ вопросы клиента



Кейс 4: Голосовой бот для продажи сервиса дистанционной заправки топлива

NAUMEN

Результаты

60% дозвона



Реализовали эксперимент по формированию нового канала связи с потенциальными клиентами

Актуализировали клиентскую базу



для заказчика в части юридических лиц

13,3% конверсия в СМС от дозвона



Повысили охват информирования клиентов о сервисе

Построили новый процесс работы



доступный для масштабирования в новых проектах

Голосовой робот: **ИТОГ**



Полный контроль без необходимости управлять процессом и дополнительно наращивать собственную экспертизу



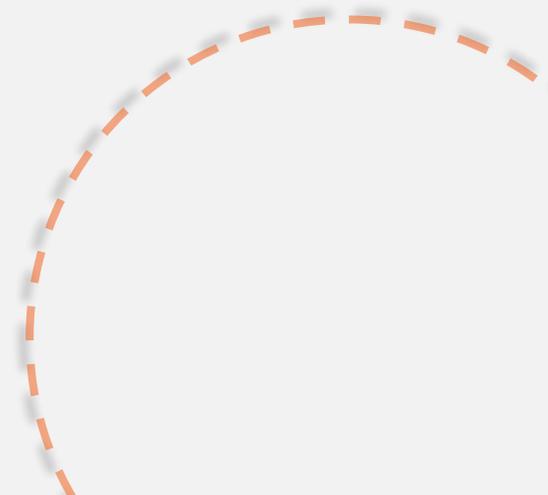
Отсутствие ресурсно-затратной рутины и **передача всей операционки на сторону вендора**



Значительная экономия за счет исчезновения дорогих процессов и необходимости в дорогих управленцах



Легкость масштабирования, внесения изменений и тестирования гипотез





Получить презентацию с этого выступления можно здесь

Хотите обсудить ваши задачи и возможность автоматизации в ваших бизнес-кейсах?

Пишите на adolmatov@naumen.ru

