

Вебинар

NAUMEN

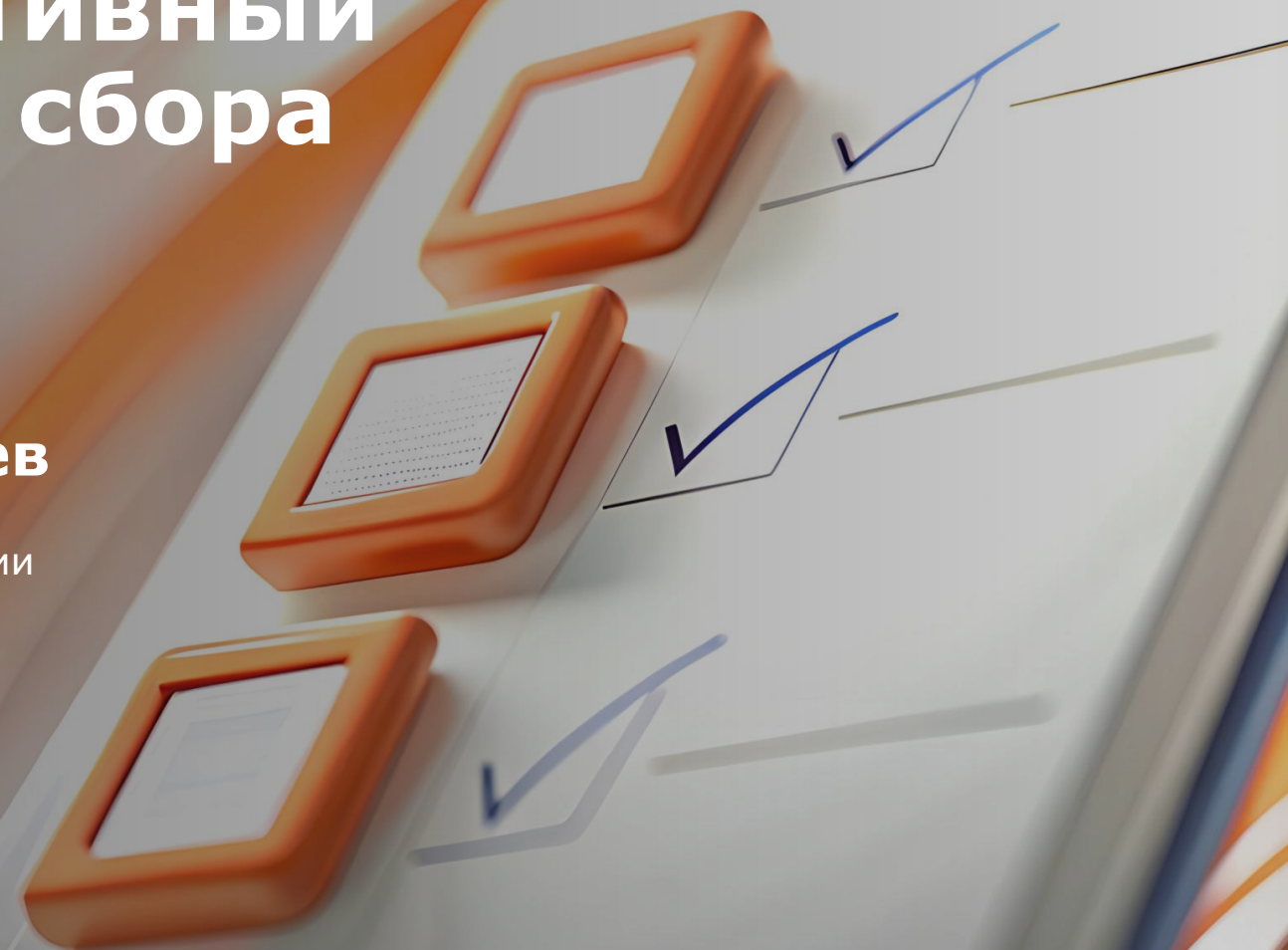
# Автоматизация NPS опросов как эффективный и бережный способ сбора обратной связи



**Анатолий Медведев**

Руководитель группы реализации  
проектов голосовых исходящих  
роботов Erudite VoiceOut

[amedvedev@naumen.ru](mailto:amedvedev@naumen.ru)



## Виды **ИСХОДЯЩИХ ЗВОНКОВ**

Которые можно делегировать работу на разных этапах взаимодействия с клиентами

### Задачи по работе с клиентом до покупки или оплаты

- Привлечение и продажа
- Активация, реактивация и апсейл
- Коллекшн



**Генерация дополнительной прибыли**

### Задачи по работе с заказом / услугой / продуктом

- Подтверждения, согласования и переносы
- Обработка сложных заказов и другая работа с клиентом по продукту



**Создание качественного клиентского опыта**

### Работа с клиентом после совершения покупки

- Сбор и обработка обратной связи



**Обеспечение возврата клиентов и совершенствование сервиса**

## Виды **ИСХОДЯЩИХ ЗВОНКОВ**

Которые можно делегировать работу на разных этапах взаимодействия с клиентами

Задачи по работе с клиентом до покупки или оплаты

- Привлечение и продажа
- Активация, реактивация и апсейл
- Коллекшн



Генерация дополнительной прибыли

Задачи по работе с заказом / услугой / продуктом

- Подтверждения, согласования и переносы
- Обработка сложных заказов и другая работа с клиентом по продукту



Создание качественного клиентского опыта

**Работа с клиентом после совершения покупки**

- Сбор и обработка обратной связи



Обеспечение возврата клиентов и совершенствование сервиса

# NPS опросы: **какие могут быть сложности**

**NAUMEN**



Оперативно собрать достоверную информацию о качестве оказанных услуг для дальнейшего удержания или возврата клиента

Почему оператор –  
**не всегда верное  
решение**



Проблемы с обзвоном базы



Оператором приходится вручную переносить комментарии клиента к оценке в систему



Выборка клиентов для обзвона операторами сильно ограничена

# Основная задача роботизации в сервисных коммуникациях



Сократить расходы и количество затрачиваемых человеческих ресурсов



Робот берет на себя сервисную коммуникацию, которая не зарабатывает деньги и легко масштабируется на базу любого объема



При этом важно учитывать **комфорт клиента в звонке**, чтобы получить релевантную и полезную обратную связь, без впечатлений от разговора с роботом

# Какие **вопросы** разберем

**NAUMEN**

1

Почему выгодно роботизировать NPS опросы

2

Как приветствовать клиента и нужно ли работать роботом в открытую

3

Как оптимизировать сроки и частоту обзвона

4

Как быстро можно запустить голосового робота для NPS опроса

5

Сколько вопросов робот может задать при обзвоне

6

Какую шкалу оценки использовать

## Кейс 1

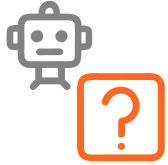
# Страховая компания из топ-5

Голосовой бот для NPS-опроса



## Задачи, которые предстояло решить в проекте

**NAUMEN**



### Проверка готовности общаться с роботом:

есть вероятность, что клиенты не будут общаться с роботом, как будут реагировать и т.п.

Есть внутренний скепсис и ранее негативный опыт.



### Показать результат не хуже чем у операторов:

уровень проникновения по обзвону с анкетой (получение оценки NPS) не менее 25% от общей базы.



### Решить проблему с недостатком человеческого ресурса:

из-за кадрового, стоимости найма и обучения необходимо искать альтернативные решения.

Ориентируемся на опыт и экспертизу Naumen в решении поставленных задач.



# Особенности реализации проекта сбора обратной связи роботом

NAUMEN

- **В ходе звонка обращаемся к респондентам по имени**  
Имитируем живое общение и персонализацию, чтобы повысить конверсионность звонка
- **Используем «гибридный синтез»** для озвучивания имен и 5-ти видов страховых продуктов в зависимости от респондента
- **Учитываем часовой пояс при звонках и время ответа,** чтобы не нарушать личное время собеседника, распределять время для обзвона, увеличивать нагрузку в определённые часы и уменьшать — когда результативность звонков падает

## Эксперимент 1



Экспериментировали с разным типом приветствия

**Записали два разных приветствия и замеряли статус прохождения, благодаря инструменту «Метки диалога»**

Расставляли метки диалога в виде статуса звонка на каждом этапе диалога, по наибольшему проценту выбрали самую конверсионную форму!

**NAUMEN**

<Имя>, добрый день, меня зовут Виктория, компания ХХХ. Звоню по вашему договору. Уделите минуту

<Имя>, добрый день, это Виктория из ХХХ. Уделите, пожалуйста, минуту

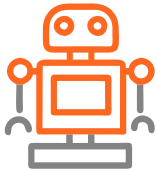
**с 47,7% до 27,3%**

**Уменьшили долю сбросов на приветствие**



## Эксперимент 2

NAUMEN



Представляться в начале диалога роботом или оператором?

|                        | представлялись | не представлялись |
|------------------------|----------------|-------------------|
| Конверсия от дозвона:  | 20,1%          | 26,5%             |
| Конверсия от базы:     | 11,4%          | 16,6%             |
| Сбросы на приветствии: | 46,4%          | 28,4%             |

<Имя>, добрый день, меня зовут Виктория, компания ХХХ. Звоню по поводу вашего договора, уделите, пожалуйста, мне минуту

<Имя>, добрый день, я голосовой помощник компании ХХХ. Звоню по поводу вашего договора, уделите, пожалуйста, мне минуту

В отличие от роботов помощников на входящей линии, где просматривается тенденция на открытость, в исходящей коммуникации нам важно быть человекоподобными



## Результаты

NAUMEN



Итерационный запуск  
и контроль кампании

с 31.05 по 14.06

**9 раз**

Для достижения  
результата, проводили  
итерационный запуск  
компаний

**57,7 сек.**

Средняя длительность  
конверсионного звонка

**1 553 мин.**

Время затраченное  
на конверсионные  
звонки

**3 718 мин.\*\***

Всего затрачено времени  
на кампанию

**1614 звонков**

Конверсионные звонки со статусом  
«Поставил оценку»\* и «Опрос пройден»

**24,8%**

Конверсия  
от дозвона

**16,4%**

Конверсия  
от базы

\*Учитывается два типа звонка, когда поставлена оценка респондентом и в дополнение оставил комментарий

\*\*Учитываются все звонки совершенные роботом, за исключением АО, тишины и звонков 3 и менее секунд

**Кейс 2**

**FMCG сеть из топ-10**

Голосовой бот для NPS-опроса



## Цель и контекст



Обзвон базы клиентов, которые в течение получаса совершили покупку в магазине с использованием карты лояльности для сбора оценок удовлетворенности

**NAUMEN**



|                               | план      | факт          |
|-------------------------------|-----------|---------------|
| <b>Дозвон (за вычетом АО)</b> |           | <b>66%</b>    |
| <b>Конверсия от дозвона</b>   | -         | <b>23,10%</b> |
| <b>Конверсия от базы</b>      | <b>8%</b> | <b>15,8%</b>  |

**316 000**

**контактов в месяц**

Роботом можно быстро обзвонить базу любого объема

Позволяет охватитькратно бОльшие объемы клиентов, чем традиционный канал сбора ОС – email-рассылка

Ранее компания не осуществляла обзвон операторами для этих целей

# Как не перегреть клиента звонками: правила контакта

NAUMEN



Важная задача сервисных звонков – **не быть навязчивыми, но при этом добиваться поставленной цели**

## 24 часа

с момента триггерного действия



## 3 попытки

за 24 часа



## Что мы сделали для заказчика

NAUMEN



### Создали сервис фильтрации номеров

Совместно с заказчиком разработали политику контактности для наиболее объективного результата



Чтобы ограничить кол-во звонков одному и тому же клиенту, сервис проверяет номера и совершает звонки по одному и тому же номеру **не чаще, чем раз в месяц**



Если клиент в разговоре с роботом выразил негатив по поводу звонков, сервис ставит его номер в **черный список**, звонки ему больше не поступают



Чтобы собирать статистику по каждому из магазинов равномерно, сервис проверяет кол-во успешных звонков по магазину за день и **прекращает обзвон по конкретному магазину**, если по нему было совершено **3 успешных звонка**



## Эксперимент 3



Тестировали работу с 10 вопросами  
внутри анкеты NPS

Построили систему, за счет которой  
в каждом диалоге с клиентом робот  
задавал по 2 вопроса из списка,  
выбранные случайно

Это позволило собрать  
релевантные средние результаты  
по всем 10 вопросам на большой  
выборке

## **Кейс 3**

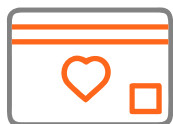
# **DIY сеть из топ-5**

**Голосовой бот для NPS-опроса**



# Результаты

NAUMEN



Обзвон базы клиентов в течение 5-15 минут после общения с менеджером компании



|                         | план       | факт            |
|-------------------------|------------|-----------------|
| <b>Дозвон</b>           |            | <b>93%</b>      |
| <b>Конверсия</b>        | <b>45%</b> | <b>64%</b>      |
| <b>Стоимость опроса</b> |            | <b>4,5 руб.</b> |

## Эксперимент 4

NAUMEN



Проверяли правильность понимания 10-бальной шкалы NPS

При выставлении **оценки 5 и менее** проверяли, точно ли клиент **правильно понял шкалу оценок** и корректно ли он выставляет оценку

Цель – подтвердить или опровергнуть **необходимость уточнения шкалы оценивания** для корректности собранного результата

**98%** клиентов

отвечают в рамках заданной шкалы, вне зависимости от шкалы оценивания



**Можно исключить уточнение, тем самым сократить диалог и оптимизировать сбор оценок**

## Кейс 4

### Девелопер из топ-5 (подразделение управляющей компании)

Голосовой бот для NPS-опроса



## Результаты

**NAUMEN**



|                         | план | факт           |
|-------------------------|------|----------------|
| <b>Дозвон</b>           | -    | <b>67%</b>     |
| <b>Конверсия</b>        | -    | <b>24%</b>     |
| <b>Стоимость опроса</b> |      | <b>18 руб.</b> |

**100 руб.**

Стоимость опроса через SMS

**1%**

Конверсия в приложениях/ почте

Обзвон базы клиентов с периодичностью раз в квартал или раз в пол года для оценки удовлетворенностью услугами управляющей компании



**3 дня**

Запуск проекта

## Общие цифры NPS по разным каналам сбора оценок

**NAUMEN**

| Канал           | Конверсия | Стоимость      |
|-----------------|-----------|----------------|
| Голосовой робот | 20-60%    | 4-18 руб.      |
| Имейл           | 0,5-2%    | 1 руб.         |
| СМС             | 2-3%      | 100 руб.       |
| Пуши            | 0,010%    | заложена в RnD |
| Оператор        | 20-60%    | 60 руб.        |

# Подведем итоги

## Что еще улучшает результаты?

- **Реагируем на тишину и молчание**, бот пробует вывести на разговор, в случае повтора, завершаем звонок
- **Быстрое и точное распознавание** речи с различной отраслевой спецификой
- **Определение АО**, бот реагирует на тип автоответчика и завершает разговор максимально быстро, не расходую время неэффективно
- Поддержка работы как на **дикторских записях** для живого звучания, так и на **синтезе**, если сценарий и реплики часто меняются





Хотите обсудить ваши задачи по роботизации?  
Пишите на [amedvedev@naumen.ru](mailto:amedvedev@naumen.ru)

## Спасибо за внимание!



**Анатолий Медведев**

Руководитель группы реализации  
проектов голосовых исходящих  
роботов Erudite VoiceOut

[amedvedev@naumen.ru](mailto:amedvedev@naumen.ru)

