

LLM-промптинг в речевой аналитике:

**Как сократить Contact Rate,
повысить CSI и вернуть
упущенную прибыль**



Базовый анализ коммуникаций

Детектирование событий ML-моделями

NAUMEN

Настройки

Обучающие примеры

85

Где используется

+ Добавить примеры

...

Поиск

Сначала новые

☐

знаете наша кредитная карта может предоставить дополнительные возможности такие как скидки и бонусы на покупки ваших любимых магазинов

26.06.2024, 11:10

☐

ну возможно вы передумали у нас есть новое предложение которое может вас заинтересовать

26.06.2024, 10:54

☐

давайте подробнее расскажу о карте возможно вы поменяете свое решение

26.06.2024, 10:48



Выполнение критериев

+

Приветствие

+

Идентификация клиента

+

Работа с оттоком

+

Работа с негативом

-

Предложение доп.услуги

-

Прощание. Запрос оценки звонка

+

Триггер оттока со стороны клиента

-

Негатив клиента

- +

для однозначных критериев
- для связанных с контекстом и эмоциями

Оценка в формате было/не было без интерпретации

ML закрывает $\approx 80\%$ потребностей в анализе

Относительно невысокая стоимость

Расширенный анализ коммуникаций

LLM-надстройка

NAUMEN



LLM

- оптимизация контроля качества
- анализ контекста
- анализ тональности
- сложные критерии
- инсайты с доказательствами
- устранение слепых зон

Расширение зон
влияния



Контроль качества

Конверсия

CX

CJM

CSI

**Углубленная,
но более дорогая
аналитика**

За счет чего?

NAUMEN

ЗАДАЧА

Дать широкий LLM-функционал, оптимизируя скорость, стоимость и качество



Собственный LLM-модуль
с настройкой
под конкретные
задачи бизнеса

LLM-саммаризация
диалогов

Кастомизация
промпта
под специфику
бизнеса

LLM-анализ
выборок

LLM-критерий на базе промпта

LLM-критерий на базе промпта

NAUMEN

Настройка

Результат

← Добавление критерия автоматической оценки

Название

Корпоративная этика

☐ Критерии из списка ☒ LLM критерий

Условия определения

Условия выполнения (соблюдения) критерия *

- Оператор приносит извинения при ошибке банка/сотрудника.
- Оператор не перекладывает ответственность на других коллег.
- Оператор не высказывает критику или личное мнение в адрес компании.
- Оператор не просит клиента поставить положительную оценку консультации.

264/2000

Условия невыполнения (нарушения) критерия *

- Оператор обвиняет другие отделы/сотрудников.
- В диалоге присутствуют выражения: передал коллегам, вашу проблему

Прохождение критериев

+ Корректное приветствие

+ Уточнение цели обращения

✦ Оператор выслушал абонента и уточнил цель звонка.

- Корпоративная этика

✦ Оператор не взял на себя ответственность и не извинился, а просто перенаправила клиента в другой отдел.

- Решение вопроса клиента

✦ Оператор не смог решить проблему клиента самостоятельно.

+ Корректное прощание

Как это работает там, где ML недостаточно?

Анализ контекста и тональности

NAUMEN

Фрагмент реального диалога:

ЗАДАЧА

Оценить тон диалога
и вовлеченность
в проблему клиента



ML-анализ:

Выполнение критериев

- + Приветствие
- Идентификация клиента
- Грубость оператора
- + Прощание

LLM-анализ:

+ Грубость и пассивная агрессия

✧ Цитата из диалога — "по голосу 85".
Оператор делает невежливый и неуместный комментарий о возрасте клиента, что свидетельствует о пренебрежении и отсутствии профессионального подхода. Это может быть расценено как проявление сарказма или пассивной агрессии.

- + КОНТЕКСТ
- + ЭТИЧНОСТЬ
- + ДОКАЗАТЕЛЬСТВА

А в чем выгода для бизнеса?

NAUMEN

**Бустер для
базовых
инструментов
продукта**



**Новые
области
анализа**



- + Рост качества обслуживания**
- + Упрощение CJM и сокращение оттока**
- + Ускорение доставки ценности**
- + Поиск точек упущенной прибыли**

Лучший сервис за счет анализа контекста

NAUMEN

– Сопереживание и вовлеченность

✧ Оператор не использовал вежливые формулировки в конце разговора, когда клиент выразил недовольство ("Вы ничем мне не помогли"). Вместо этого, оператор коротко ответил «ну да», что не отражает эмоционального присоединения или поддержки клиента.

+ Сопереживание и вовлеченность

✧ Оператор проявил сопереживание («но я вас понимаю по поводу фотографий», «я понимаю вас»)

Как использовать?

- Выявлять и масштабировать лучшие практики ведения диалога
- Корректировать ToV и гайдлайны для операторов

Эффекты:

- Рост NPS
- Рост CSI
- Снижение негатива



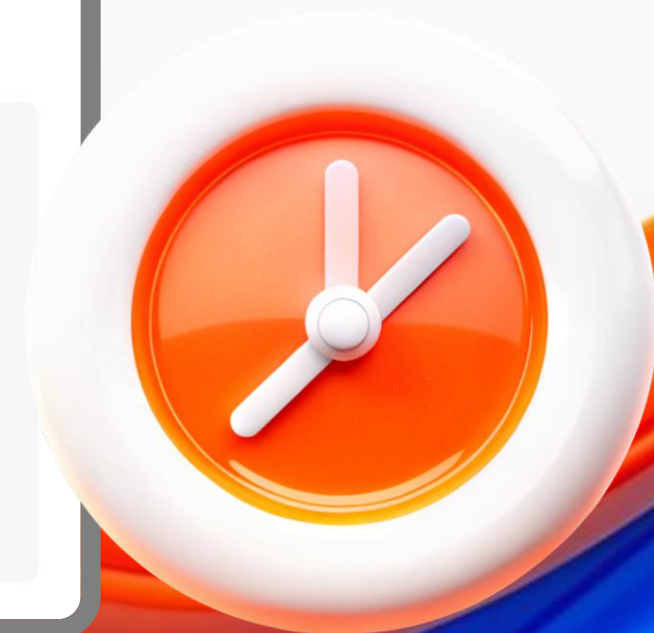
Ускорение доставки ценности для клиента

И анализ эффективности решения запроса

NAUMEN

+ Невнимательность

✦ Оператор переспрашивает клиента о том, находится ли заявление на проверку, хотя клиент уже упомянул, что заявка на изменение данных была отправлена 3 числа и до сих пор не обработана. Также оператор повторно предлагает клиенту обратиться в сервисный центр, не учитывая, что клиент уже выразил готовность это сделать.



Эффекты:

- Снижение негатива и Contact Rate
- Сокращение АНТ
- Повышение FCR

Анализ жалоб и инцидентов

На сервисной линии

NAUMEN

Длительность сессии ↑↓		Темы 🔍	Тональность диалога 🔍		Наличие жалобы 🔍
3:06		Длительный перевод средств			
3:06		Дебетовая карта	—	+	
		Дебетовая карта	—	+	
		Дебетовая карта	—	+	
10:07		Дебетовая карта	—	+	

1. Группируем LLM-критерии

2. Понимаем, какой сервис генерирует негатив и почему

- **скорость**
быстрое обнаружение и решение проблем клиентов
- **качество анализа**
за счет анализа тональности и настройки сложного критерия



Сокращение **АНТ**



Сокращение **Contact Rate**

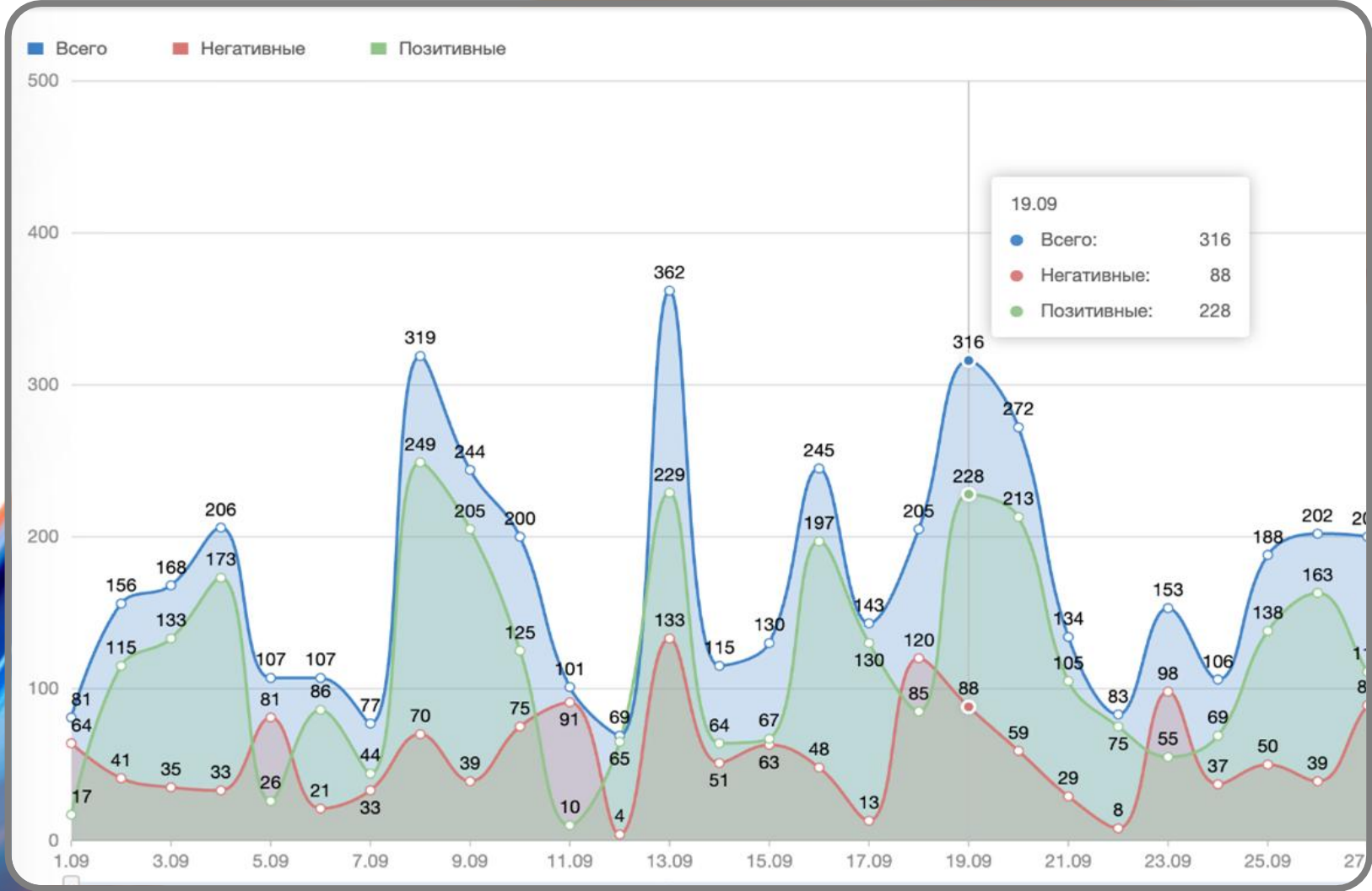
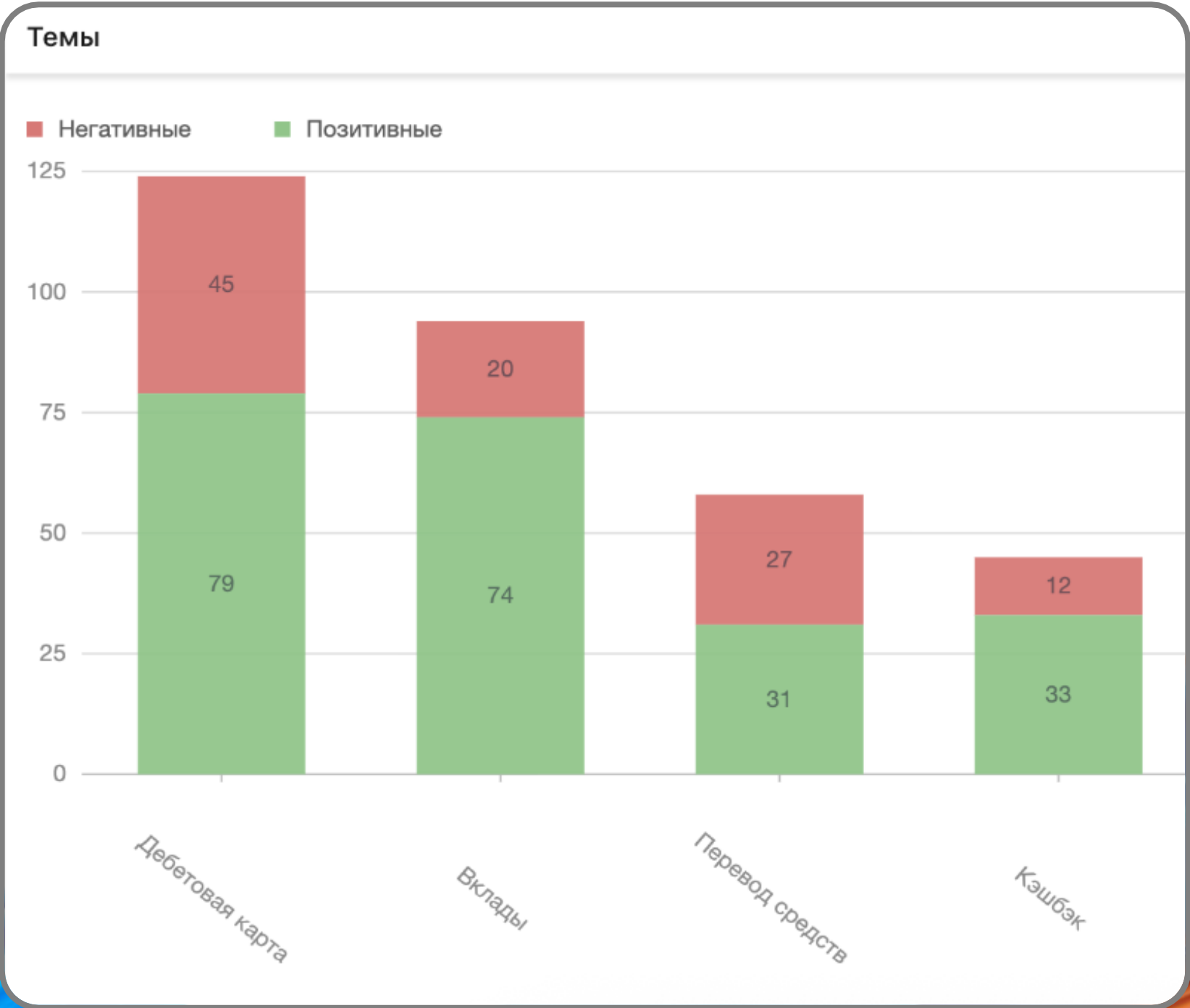


Рост лояльности и **CSI**

Анализ жалоб и инцидентов

На сервисной линии

NAUMEN



Анализ точечных зон

LLM-критерий + анализ выборок

NAUMEN

Удержания по теме Дебетовая карта



✦ Результат LLM-анализа



Основные вопросы по теме «Дебетовая карта», вызывающие удержания связаны с процентами на остаток, сроками хранения и выпуском карты.

Удержания распределены следующим образом:

- «Есть ли у вас в банке дебетовая карта с начислением процента на остаток?» — 25% от всех удержаний по теме
- «Сколько времени выпущенная на меня карта будет храниться в отделении банка?» — 20% от всех удержаний по теме
- «Сколько времени займет выпуск именной дебетовой карты?» — 17% от всех удержаний по теме

Применение:

- Какие темы генерируют удержания?
- ТОП популярных продуктов
- Причины негатива клиентов
- Причины долгих звонков

Сокращение пути от инсайта до действия

Предложения по изменению бизнес-процессов

NAUMEN

+ Эффективность бизнес-процессов

✧ Несовершенства процессов:

- Проблемы с качеством связи при общении с клиентами
- Недостаточно чёткая инструкция клиенту по регистрации карты лояльности
- Отсутствие удобных точек обслуживания для клиентов (например, отсутствие остановки общественного транспорта возле магазина)

Изменения для увеличения лояльности клиента:

- Улучшить качество связи и обеспечить надёжную систему обратной связи с клиентами
- Пересмотреть политику регистрации карт лояльности, возможно, предоставить возможность удаленной регистрации
- Расширить сеть пунктов выдачи и обслуживания, учитывая потребности клиентов в удобстве расположения
- Провести работу с руководством магазинов по созданию условий для комфортного доступа клиентов (например, организация транспортного сообщения)

Эффекты:

- Ускорение генерации бизнес-гипотез
- Поддержка экспериментов
- Доказательная база для изменений
- Развитие продукта/услуги

- Оценка бизнес-процессов

- ✧ Бизнес-процессы работают плохо: клиент ждал звонка более 9 дней, оператор не может подтвердить сроки доставки и не предлагает решения. Цитата: «Уже бы с москвы привезли». Компания теряет доверие клиента из-за отсутствия чёткой коммуникации и контроля сроков.

Поиск упущенной прибыли на разных этапах СЖМ **NAUMEN**

Работа с конверсионностью первого взаимодействия

+ Упущенная сделка

✧ Клиент проявил интерес к продукту банка и попросил ссылку для ознакомления. Оператор отказался предоставить ссылку из-за отсутствия клиента в базе данных, что может быть воспринято как препятствие для потенциального клиента.



+ Презентация

✧ Оператор провел полноценную презентацию, включающую всё необходимое: предложение (экспертная бухгалтерия под ключ), выгоду (свободное время, защита от ошибок), дополнительные преимущества (ЭДО без доплат, кабинет, консультации, страхование ответственности) и побуждающий вопрос ('Как вам такое предложение?'). Произнесён вариант 3 скрипта с минимальными стилистическими правками.

Эффекты:

- Рост конверсии в продажу
- Рост выручки
- Сокращение цикла сделки

Поиск упущенной прибыли на разных этапах CJM **NAUMEN**

Работа с апсейлом и удержанием клиентов

+ Возможность продажи

✧ Клиент задал вопрос о годовой комиссии по кредитной карте, что соответствует одному из ключевых вопросов с возможностью продажи.

+ Попытка допродажи

✧ Оператор предложил скачать приложение, заполнить заявку, направил на оформление карты через приложение и сообщил о выгодных условиях.

+ Допродажа

✧ Этап презентации продукта был корректно выполнен оператором, который представил акцию по оформлению карты с бонусом и ее преимущества для клиента. Призыв к действию также был осуществлен – оператор предложил клиенту посетить отделение банка для оформления заявки на выпуск карты.

Эффекты:

- Рост LTV
- Рост Retention Rate
- Рост выручки

Опыт сотрудников: выявление RED флагов

Стресс-детектор и защита от выгорания

NAUMEN

+ Эмоциональное выгорание

✧ В диалоге присутствуют признаки раздражения со стороны оператора («я не вижу чтобы вчера общий запрос отправлен был», «я вам еще раз говорю», «вы задаете идиотские вопросы я просто с вами прощаюсь и все не звоните больше всего доброго»). Также оператор использует грубые выражения, что провоцирует конфликт. Клиент также использует ненормативную лексику в конце диалога, что усугубляет ситуацию.

Эффекты:

- Ранняя диагностика выгорания сотрудников
- Предупреждение критических ситуаций
- Гипотезы для оптимизации ЕХ-процессов



LLM-промптинг: главное

NAUMEN

**Усиление
core-функций:**
анализируйте
быстрее и точнее



Анализ 360:
расширяйте спектр
оценки и зону
влияния



**Легко настраивайте
самостоятельно**

**Еще легче –
с нашей помощью**

NAUMEN

**Заявка
на демо
NAUMEN CI**

Спрогнозируйте
эффект
от внедрения



**Узнайте
подробнее
о системе
речевой
аналитики
NAUMEN CI**

