



# Речевая аналитика

Подходы к оценке ROI

**Дмитрий Макаренко**

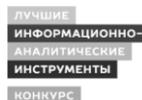
Директор по развитию

[makarenko.d@3itech.ru](mailto:makarenko.d@3itech.ru)

+7(926) 203 56 10

[www.3itech.ru](http://www.3itech.ru)

**3iTech** – ведущий  
российский разработчик  
речевых технологий и решений  
в области анализа речи и текста



АГЕНТСТВО  
ИННОВАЦИЙ  
ГОРОДА  
МОСКВЫ



StartHubMoscow



**15** ЛЕТ

ИССЛЕДОВАНИЙ  
И РАЗРАБОТОК

**100%**

СОБСТВЕННЫЕ  
ТЕХНОЛОГИИ

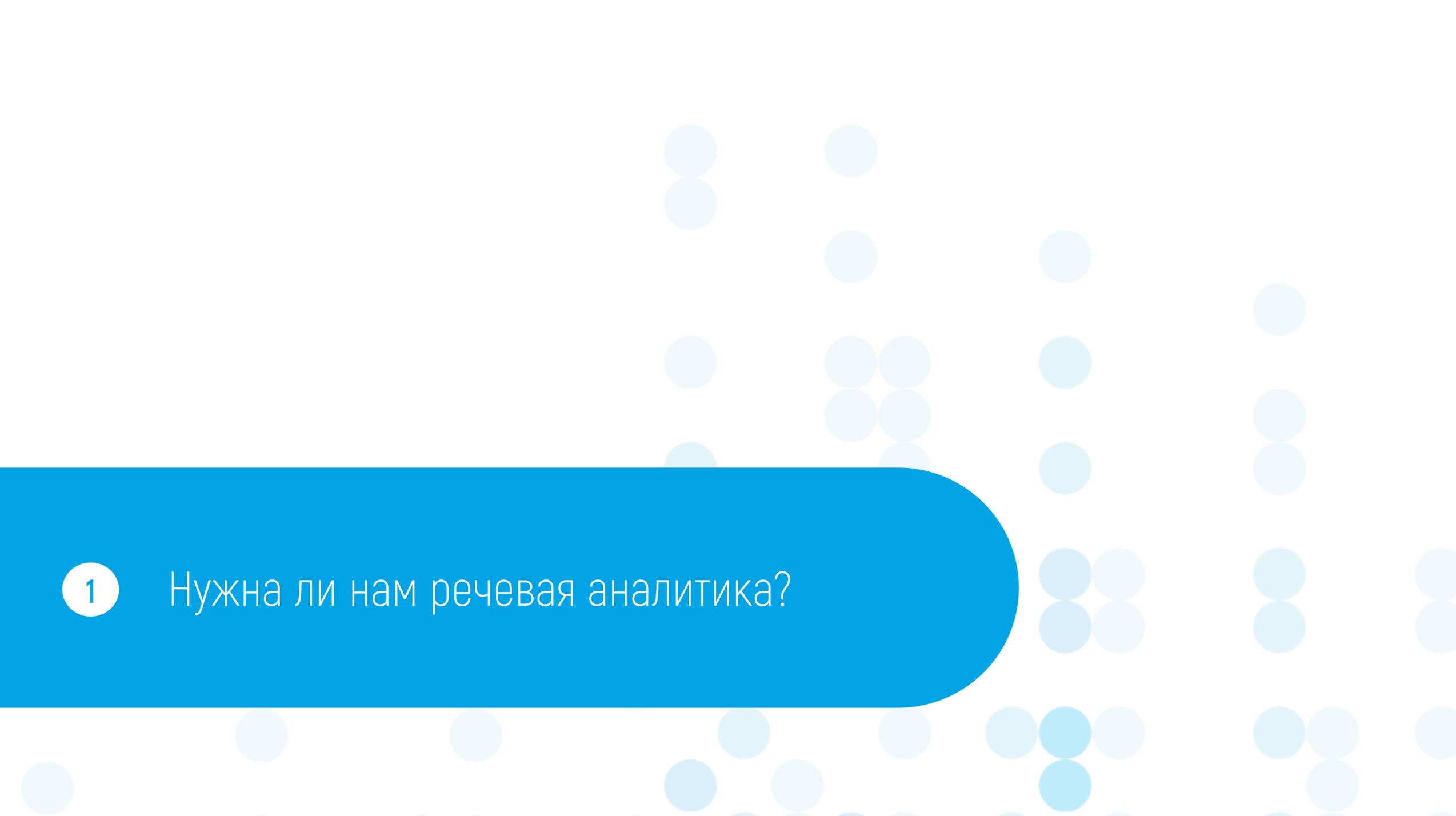
**> 12 000**

КОНТРОЛИРУЕМЫХ  
ОПЕРАТОРОВ/МЕНЕДЖЕРОВ

**> 7** МЛН МИН.

РЕЧИ ОБРАБАТЫВАЕТСЯ  
ЕЖЕДНЕВНО

- 1 Поможем определиться с ответом на вопрос о необходимости внедрения речевой аналитики (РА)
- 2 Поговорим влиянии РА на ключевые показатели эффективности организации
- 3 Расскажем о необходимых условиях для получения эффекта от РА
- 4 Ответим на вопросы



1

Нужна ли нам речевая аналитика?

> 90 %

компаний к 2022 году рассчитывают конкурировать в основном в области клиентских впечатлений и опыта

> 65 %

компаний уже рассматривают клиентские впечатления, формируемые в контакт-центре, как конкурентное преимущество

> 82 %

компаний рассматривают речевую аналитику как одну из ключевых технологий для контактного центра

ВАМ БЕЗУСЛОВНО НУЖНА РЕЧЕВАЯ АНАЛИТИКА, ЕСЛИ

1

Вы работаете на конкурентном рынке,  
и ваши конкуренты уже внедрили РА

ВАМ БЕЗУСЛОВНО НУЖНА РЕЧЕВАЯ АНАЛИТИКА, ЕСЛИ

7

1

Вы работаете на конкурентном рынке,  
и ваши конкуренты уже внедрили РА

2

Вы обязаны выполнять требования законодательства в области  
взаимодействия с клиентами, а невыполнение норм грозит  
серьезными рисками

ВАМ БЕЗУСЛОВНО НУЖНА РЕЧЕВАЯ АНАЛИТИКА, ЕСЛИ

- 1 Вы работаете на конкурентном рынке, и ваши конкуренты уже внедрили РА
- 2 Вы обязаны выполнять требования законодательства в области взаимодействия с клиентами, а невыполнение норм грозит серьезными рисками
- 3 У вас высокая стоимость привлечения клиентов, большой средний чек и много взаимодействий с клиентами

ВАМ БЕЗУСЛОВНО НУЖНА РЕЧЕВАЯ АНАЛИТИКА, ЕСЛИ

9

- 1 Вы работаете на конкурентном рынке, и ваши конкуренты уже внедрили РА
- 2 Вы обязаны выполнять требования законодательства в области взаимодействия с клиентами, а невыполнение норм грозит серьезными рисками
- 3 У вас высокая стоимость привлечения клиентов, большой средний чек и много взаимодействий с клиентами
- 4 Стратегия развития вашего бизнеса формируется на основе анализа голоса клиента и управления клиентским опытом, вы проходите цифровую трансформацию

# Модель зрелости организаций в отношении CX

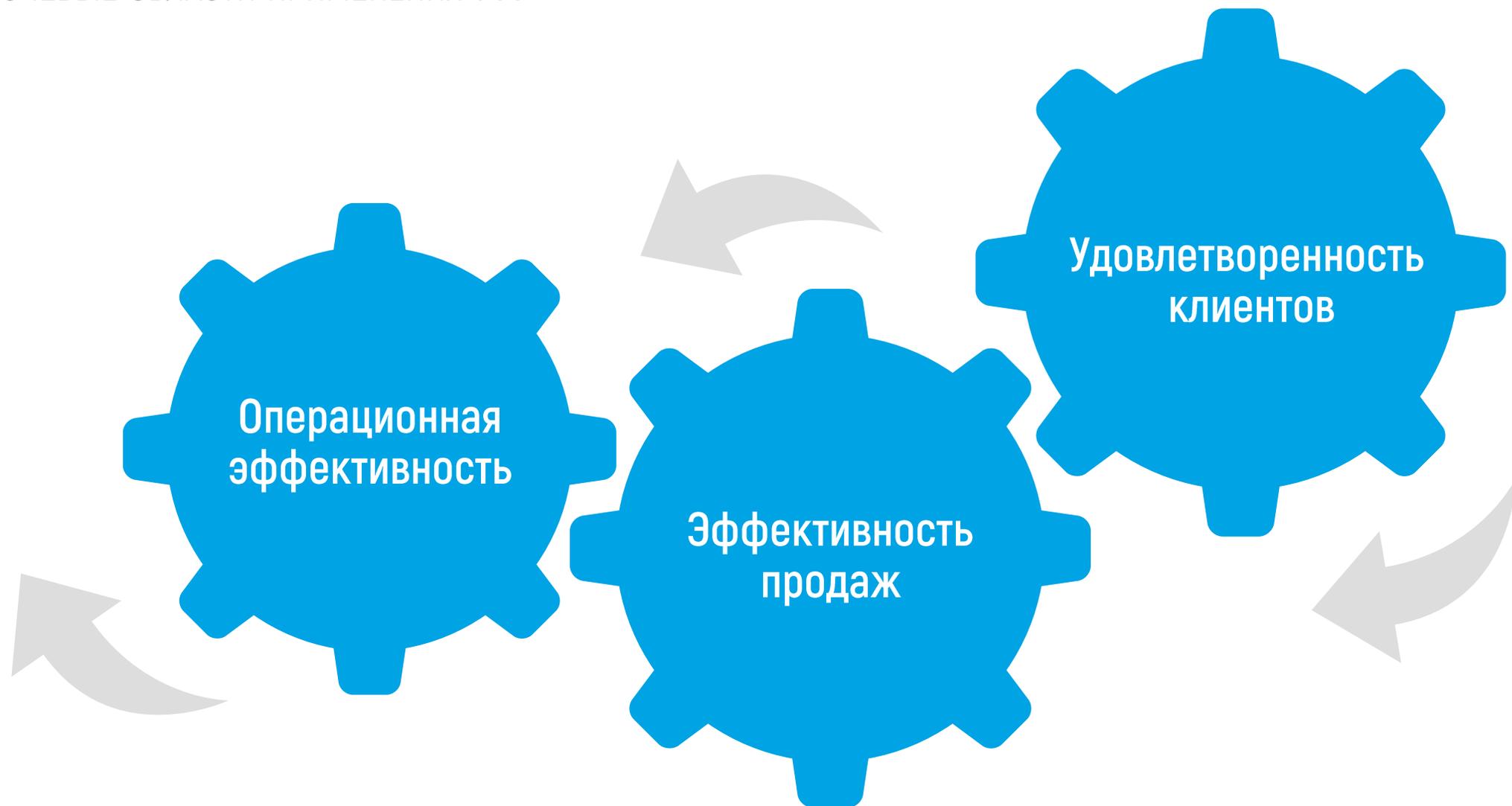


2

Влияние РА на ключевые показатели  
эффективности организации







### По направлению влияния

- снижающие расходы
- повышающие доходы
- смешанные

## Классификация факторов влияния РА на КРІ компании

### По направлению влияния

- снижающие расходы
- повышающие доходы
- смешанные

### По характеру влияния

- прямые
- косвенные

## По направлению влияния

- снижающие расходы
- повышающие доходы
- смешанные

## По характеру влияния

- прямые
- косвенные
  
- зависимые от объема
- независимые от объема

## По направлению влияния

- снижающие расходы
- повышающие доходы
- смешанные

## По характеру влияния

- прямые
- косвенные
  
- зависимые от объема
- независимые от объема

## По сроку влияния

- кратко-
- средне-
- долгосрочные

## КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

	Направление влияния		Срок влияния			Размер КЦ (кол-во операторов)		
	расходы	доходы	короткий	средний	долгий	< 50	50-150	>150
АHT (Average Handling Time)	•		•	•			•	•
FCR (First Call Resolution)	•		•	•				•
NTT (Non-Talk Time)	•		•	•			•	•
SL (Service Level)	•		•	•				
Расходы на ручной контроль качества	•		•	•				•
Расходы на обучение сотрудников	•		•	•				•
Штрафы за несоблюдение норм	•		•	•		•	•	•
Конверсия	•	•	•	•		•	•	•
NPS (Net Promoter Score)	•	•		•	•	•	•	•
CSI (Customer Satisfaction Index)	•	•		•	•	•	•	•
CSAT (Customer Satisfaction Score)	•	•		•	•	•	•	•
CES (Customer effort score)	•	•		•	•	•	•	•
CRR (Customer Retention Rate)	•	•		•	•	•	•	•
CAC (Customer Acquisition Cost)	•			•	•	•	•	•
Жалобы	•		•	•		•	•	•
(C)LTV ((Customer) Lifetime Value)	•	•		•	•	•	•	•
Доля рынка		•		•	•	•	•	•

- Плохое отношение сотрудников
- Недружественный сервис
- Некомпетентные сотрудники

**Forrester:** прибыль компаний, вкладывающихся в управление клиентами, растет в три раза быстрее, чем у конкурентов, которые не уделяют должного внимания этому направлению

**PwC:** Каждый третий потребитель (32%) расстанется с брендом, который он любит, после всего одного неудачного опыта

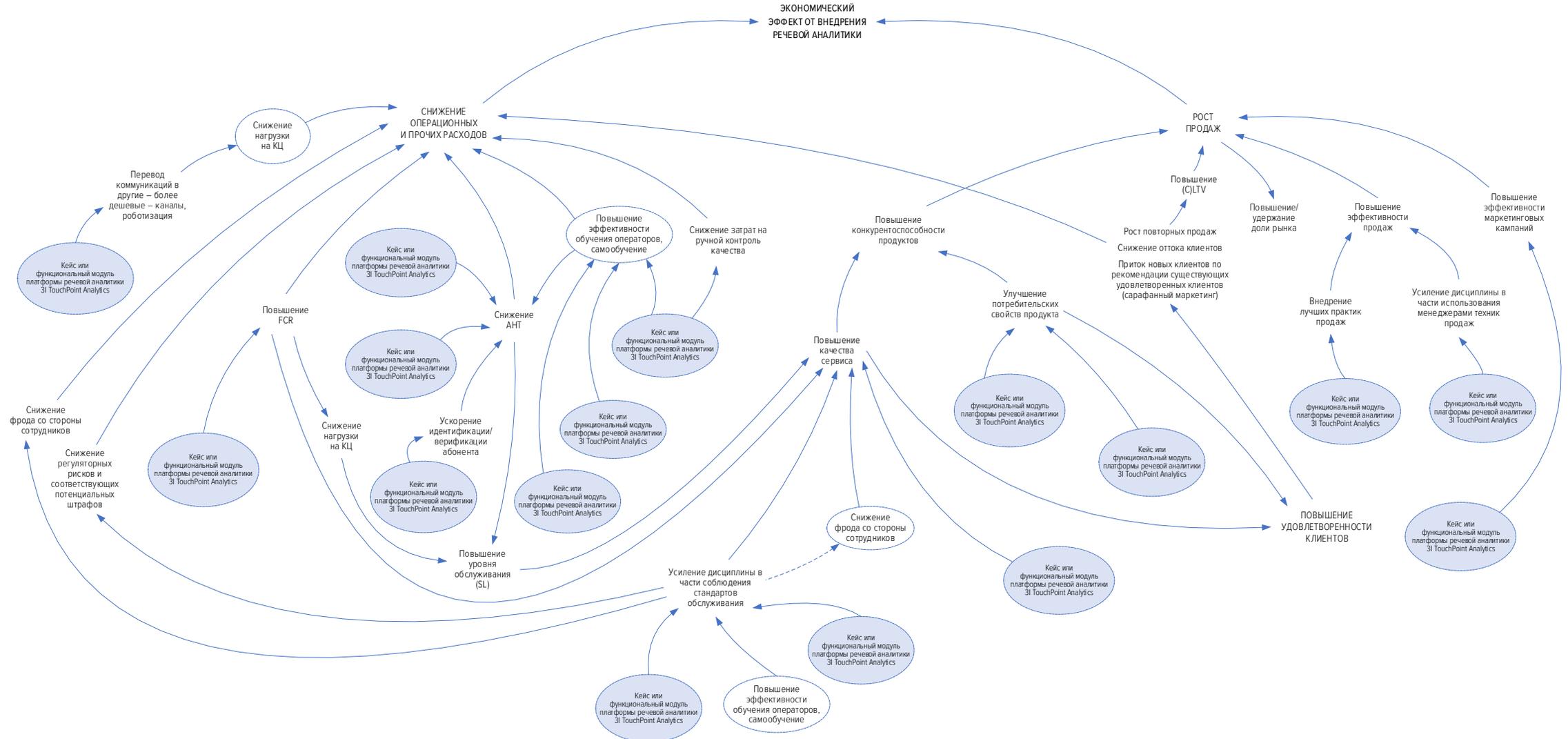
**DMGlobal:** Лояльность в большей степени зависит от поведения компании в конфликтной ситуации, чем от хорошего отношения к клиенту

# (C)LTV – МОНЕТИЗАЦИЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ И ЛОЯЛЬНОСТИ

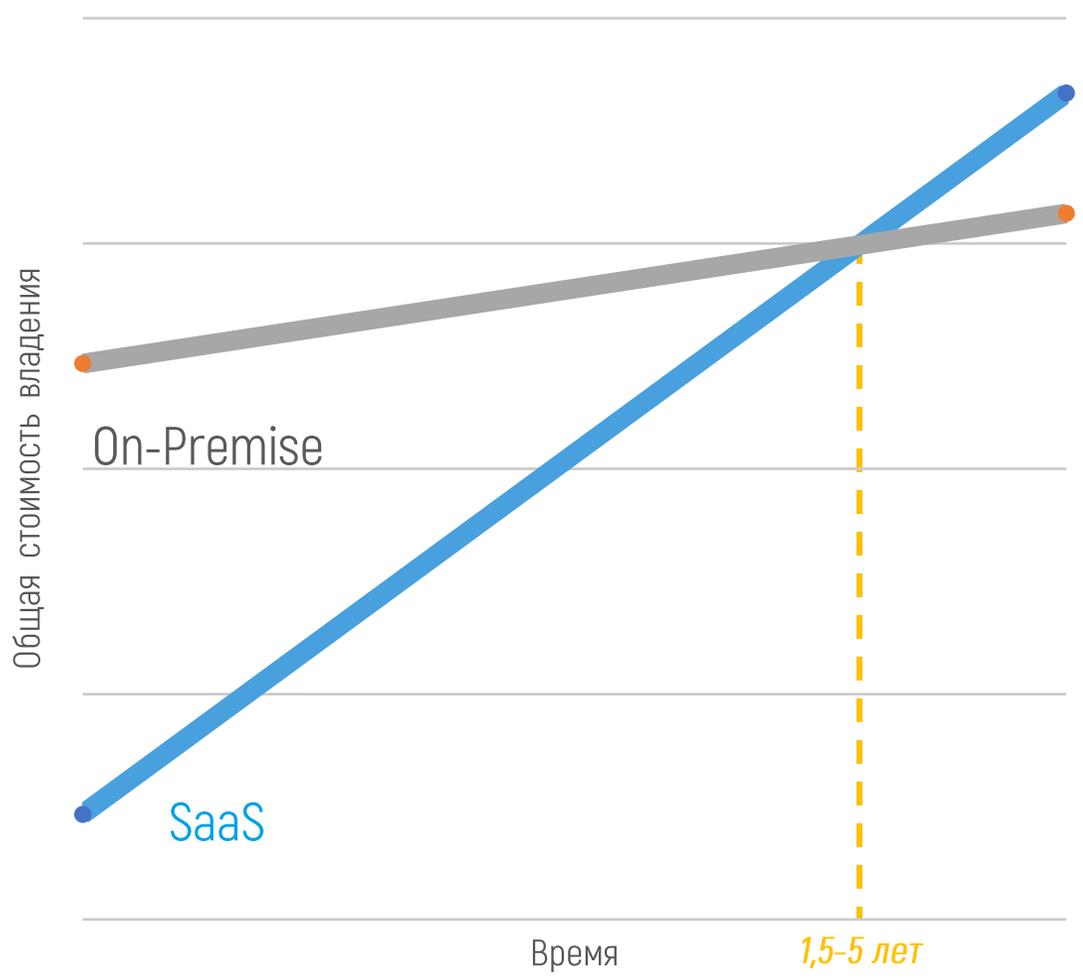


Источник: Джеффри, М. Маркетинг, основанный на данных. 15 показателей, которые должен знать каждый. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 384 с.

# КАРТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ ВНЕДРЕНИЯ РА



# SAAS vs ON-PREMICE



Быстрый запуск



Отсутствие капитальных вложений



Не требуются внутренние ресурсы на поддержку



Максимальный уровень информационной безопасности



Максимальные возможности для интеграции и кастомизации



Меньшая общая стоимость владения в долгосрочном периоде

КЕЙС

# Эффективность ради клиентов

Клиент: HOME CREDIT BANK

**HOME  
CREDIT  
BANK**

## 1. Развитие отношений с клиентами

- улучшение впечатлений от контактов
- создание более гибких предложений
- повышение скорости реагирования на запросы
- повышение удобства/снижение усилий клиента

## 2. Улучшение продуктов и сервисов

## 3. Получение информации о клиенте в онлайн-режиме

## 4. Повышение эффективности работы контактного центра

## 5. Повышение эффективности взыскания

## Ключевые результаты (измерено банком)

**+15%**

качество обслуживания  
клиентов (через один месяц  
после внедрения)

**+60%**

соблюдение скрипта  
операторами

**x2**

конверсия продаж

**+34%**

эффективность взыскания  
просроченной задолженности

«Используя инструменты речевой аналитики,  
банк может существенно улучшить сервисы и продукты»



**Людмила МИШКИНА**  
Банк Хоум Кредит



КЕЙС

## Повышение продаж

Клиент: Очень крупная финансовая организация



### 1. Повышение продаж финансовых продуктов

- сплошной контроль выполнения техник продаж
- повышение дисциплины применения техник продаж
- поиск и внедрение лучших практик

### 2. Снижение количества жалоб со стороны клиентов

### 3. Снижение внутреннего фрода

### 4. Повышение продаж доп. продуктов

### 5. Повышение эффективности работы операторов

## Ключевые результаты

**+41%**

рост конверсии в продажи за счет повышения дисциплины и корректировки скрипта

**В 3  
раза**

снижение жалоб

**+58%**

рост конверсии в продажи за счет повышения дисциплины, корректировки скрипта и применения выявленных лучших практик

**-98%**

случаев внутреннего фрода

**129** млн

заработал в 2021 году контактный центр Сбера для корпоративных клиентов с помощью речевой аналитики

3

Необходимые условия  
для получения эффекта от РА



Успешное  
внедрение  
речевой  
аналитики

1

МЕТОДИКА

Успешное  
внедрение  
речевой  
аналитики

1

МЕТОДИКА

2

ТЕХНОЛОГИИ

Успешное  
внедрение  
речевой  
аналитики

1

МЕТОДИКА

2

ТЕХНОЛОГИИ

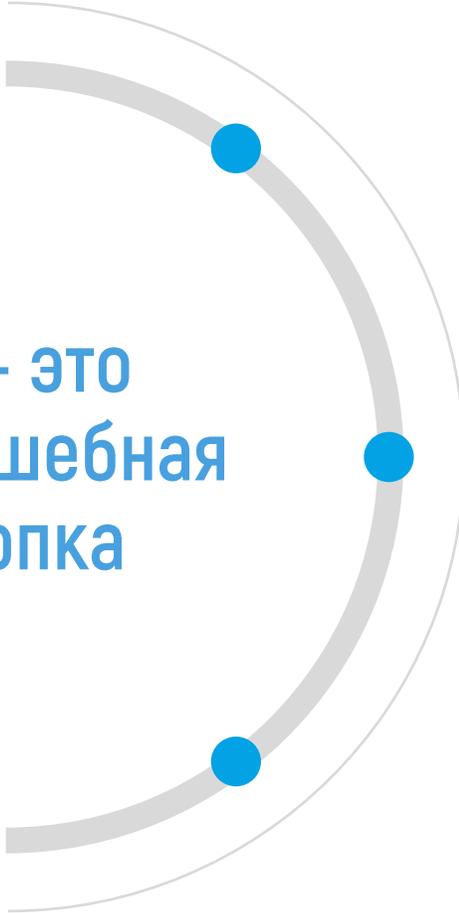
3

ОПЫТ

Успешное  
внедрение  
речевой  
аналитики

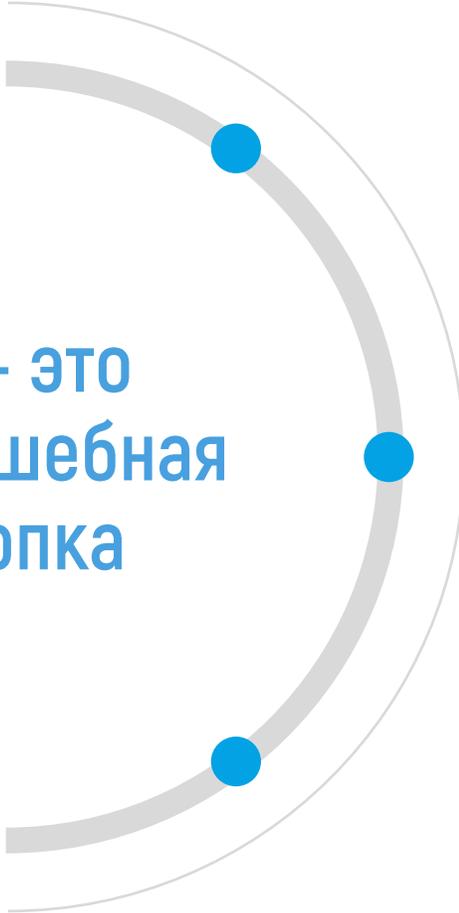


**РА – это  
не волшебная  
кнопка**



**1**

основной первичный результат (output) работы РА –  
новые знания, которые необходимо применять



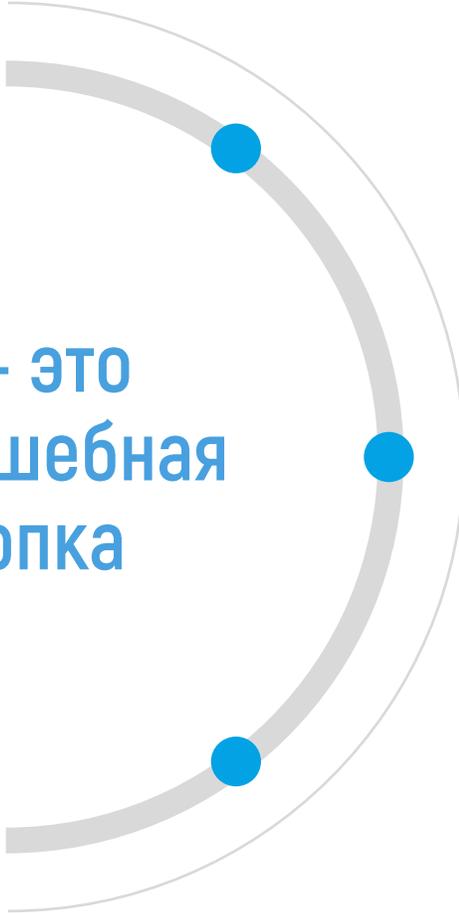
**РА – это  
не волшебная  
кнопка**

1

основной первичный результат (output) работы РА – новые знания, которые необходимо применять

2

менеджеры должны быть тесно вовлечены в процессы внедрения и применения РА



## РА – это не волшебная кнопка

1

основной первичный результат (output) работы РА –  
новые знания, которые необходимо применять

2

менеджеры должны быть тесно вовлечены в  
процессы внедрения и применения РА

3

вовлекайте контролируемых сотрудников  
в работу с РА



Хотите узнать больше?  
Приходите к нам на стенд  
и участвуйте в круглом столе!

Дмитрий Макаренко

Директор по развитию

[makarenko.d@3itech.ru](mailto:makarenko.d@3itech.ru)

+7(926) 203 56 10

