

РОБОТИЗАЦИЯ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА

Е. А. Мелькова (Компания КРОК)

Сеть ювелирных магазинов «585*Золотой» успешно внедрила чат-бот для общения с клиентами в соцсетях. В качестве решения использовалась платформа для роботизации коммуникаций на основе нейросетевого ядра AutoFAQ, внедрением занялась ИТ-компания КРОК. Благодаря установке единого омниканального¹ решения с искусственным интеллектом и механизмам фильтрации запросов, ювелирной сети удалось увеличить скорость ответа на вопросы пользователей в четыре раза, обрабатывать в два раза больше обращений без расширения штата, а также повысить лояльность клиентов.

Ключевые слова: чат-бот, искусственный интеллект, нейросеть, клиентский сервис.

Сеть ювелирных магазинов «585*Золотой» насчитывает 1 тыс. салонов в 420 городах России и Казахстана. Численность персонала, включая франчайзинговую сеть, составляет 8,5 тыс. человек. Штаб-квартира находится в Санкт-Петербурге.

В 2019 г. у компании была одна группа в соцсети «ВКонтакте», в которую поступало несколько десятков сообщений в день. На обработку запросов один человек тратил около часа в день.

К 2020 г. средства коммуникации с покупателями развивались, и появились уже 12 комьюнити в девяти соцсетях. У каждого из них минимум по одному аккаунту в Instagram и в VK. Развивается TikTok. У некоторых брендов есть сообщества в Facebook, «Одноклассниках» и Telegram. Задача одна — чтобы покупатели возвращались в магазины. Подписчиков стало почти 4,4 млн человек. От них ежемесячно поступает более 200 тыс. сообщений. Самые популярные вопросы — о размерном ряде, об адресах ближайших магазинов, о том, как потратить баллы.

Коммуникацией с клиентами стали заниматься 16 сотрудников в две смены. Однако даже такое многочисленное подразделение с трудом справлялось с пиками активности. Во время акций и рассылок на Новый год или 14 февраля число запросов возрастало в 10 раз. Страдало качество и скорость ответов, даже если подключался весь штат операторов, а не одна смена. Заставлять клиента ждать — значит потерять его. Если клиент не получает ответ моментально, его интерес к бренду пропадает. Компания начала искать новые способы повышения эффективности без потери качества и скорости. Первоначально рассматривался вопрос увеличения штата колл-центра. Но было найдено другое, более современное решение — чат-бот для оптимизации клиентского сервиса.

Три месяца ушло на изучение рынка. Компании «585*Золотой» требовалась система, которая объединила бы запросы из всех каналов в одну очередь, в каждой настроила чат-бота по определенным параметрам. Разработчики предоставляли демоверсии своих продуктов. Недостатком большинства систем стала невозможность подключить одновременно несколько каналов, например, Instagram и «Одноклассники»; или несколько групп одного канала, например, пять аккаунтов в «ВКонтакте». Не было

единой очереди сообщений, было сложно добавить двух и более операторов.

В результате для роботизации коммуникаций выбор был сделан в пользу Low-Code решения AutoFAQ на основе нейросетевого ядра. Платформа Low-Code — это среда (или, как иногда ее называют, язык), с помощью которой люди с небольшим опытом программирования могут создавать и разрабатывать программное обеспечение. Вместо сложного внутреннего кода и библиотек Low-Code использует визуальные шаблоны и фреймворки на основе механизма «перетаскивания» элементов.

В 2020 г. с помощью сервиса для роботизации служб поддержки AutoFAQ была разработана единая система коммуникации с клиентами, и подключен «умный» бот. Реализация проекта была доверена ИТ-компании КРОК.

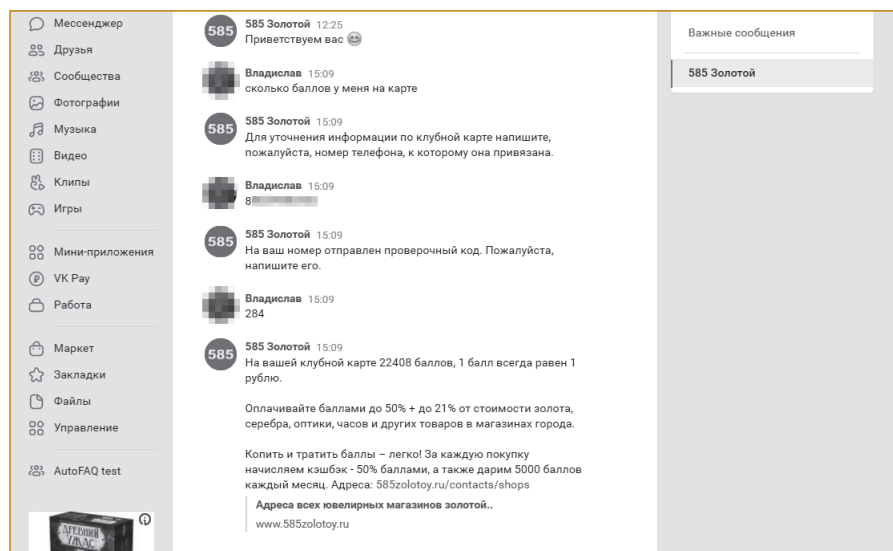
Проект стартовал с подготовительной операции по созданию базы знаний и тестированию бота. Настроить робота, заполнить базу знаний, создать ключевые сценарии и управлять системой может сотрудник без ИТ-образования. На это ушло 2 месяца. В тоже время, первые клиентские группы были подключены уже через одну неделю после старта проекта для работы операторов с обращениями.

Под нужды ювелирной компании был реализован ряд доработок. Например, функция фильтрация «шума» социальных сетей — она позволила максимально быстро отвечать на запросы клиентов, желающих приобрести украшения. Также, было реализовано отображение дополнительной информации о постах и клиентах из социальных сетей. Необходимость в такой функциональности связана с тем, что при ответе на вопрос «Сколько стоит это кольцо?» важно понимать, о чем именно идет речь, чтобы быстрее и корректнее помочь клиенту.

Сообщения из всех каналов аккумулируются на одной платформе. Программа обрабатывает несколько сотен тысяч запросов ежемесячно. Ни одно сообщение не остается без ответа. Скорость ответов больше не страдает.

Была настроена приоритетность бота и людей. Сначала робот классифицирует сообщения на содержательные и бессодержательные. Например, вопрос требует ответа, а смайлик — аналогичной реакции.

¹ Омниканальность (omni-channel) — это настройка бесшовной коммуникации с клиентом через разные каналы. При этом вся история общения или покупок сохраняется.



Если бот может ответить — отвечает. Если нет — переводит запрос на оператора. Это снимает с оператора нагрузку. Он не листает вручную сотни комментариев под постом, чтобы среди смайликов найти запрос. Человек сразу видит в своей очереди только те вопросы, на которые нужно реагировать. Оператор в основном обрабатывает сложные, нестандартные запросы.

Робот умеет объяснить, как потратить баллы, сколько стоят украшения, как определить размер кольца, где купить подарочные сертификаты, как сделать заказ на сайте и пр. Причем подготовка для этого ему не нужна.

Каждый месяц компания получает более 50 тыс. содержательных запросов клиентов, которые подразумевают сложный ответ, — на них отвечают операторы.

Для бота установлены разные правила работы в разных аккаунтах. В каждом сообществе свой формат общения. Например, в имиджевом аккаунте бренда бот напишет: «Добрый день» или «Здравствуйте», а в аккаунте о детских украшениях: «Привет».

К платформе подключено более 20 групп в социальных сетях, три виджета, телеграм-бот и электронная почта — это позволило на основе работы операторов «обучить» базы знаний искусственного интеллекта, чтобы тот самостоятельно вел диалог с клиентом. Обучение происходит по формулировкам и скриптам в полуавтоматическом режиме. Формулировки проходят модерацию и редактуру у человека. Например, бот может развернуто ответить на вопрос: «Что делать, если доставленное курьером украшение мне не подойдет?»

Также разработаны подсказки системы. Например, оператор берет в работу запрос, на который бот не смог ответить. Система выдает подсказки —

скрипты с похожими формулировками. И он либо отправит ответ клиенту в неизменном виде, либо внесет туда коррективы. Если система не предложила нужную подсказку, оператор также может ее найти через расширенный поиск.

До реализации проекта компания пропускала около 5% сообщений, особенно если они были написаны под более ранними постами, таким образом ювелирная сеть теряла клиентов. Умный бот решил эту проблему.

Запросы в пиковые дни прогнозируемы: на что потратить баллы, какие подарки можно получить в магазине, как рабо-

тает промокод, как воспользоваться подарочным сертификатом. Бот закрывает 80...90% таких запросов (рисунок).

Между сотрудниками, обрабатывающими сообщения, была равномерно распределена загрузка, что позволило повысить их работоспособность. Служба клиентского сервиса обрабатывает 80% запросов за 15 мин силами семи-восьми сотрудников в смену. Если вернуться к ручной обработке сообщений, то пришлось бы увеличить штат до 30 человек — почти в два раза больше, чем сейчас.

В дальнейшем ювелирная сеть планирует увеличение числа on-line каналов. Например, сейчас разрабатывается аккаунт, посвященный восточным украшениям. К концу 2021 г. запланирован запуск еще пяти новых проектов в соцсетях. Согласно прогнозам, к концу года совокупная аудитория сообществ превысит 5 млн человек.

Таким образом, благодаря установке единого омниканального решения с искусственным интеллектом и механизмам фильтрации запросов, ювелирной сети удалось увеличить скорость ответа на вопросы пользователей в четыре раза, обрабатывать в два раза больше обращений без расширения штата, а также повысить лояльность клиентов.

Современные пользователи все охотнее используют чат-боты и голосовые роботы как для совершения покупок, так и консультаций с магазинами. Поскольку эта тенденция только усиливается, в том числе и из-за пандемии, многие компании продолжают внедрять новые технологические подходы с использованием искусственного интеллекта в службы поддержки. Решение AutoFAQ способно интегрировать большинство цифровых каналов коммуникаций в единую систему, внедрение занимает несколько недель, а его использование интуитивно просто и эффективно.

Мелькова Екатерина Андреевна - руководитель группы продуктовых инноваций ИТ-компании КРОК.
[Http://croc.ru](http://croc.ru)