

Применение речевой аналитики ANALYZE в бизнесе

Классификация звонков

Компания задает список слов, который определяет принадлежность звонка к определенной категории, например:

{купите, скидка, счет, оплата} - звонки, связанные с продажами

{отказ, плохо, недоволен, надоело, неправ} - звонки, связанные с проблемами

{конкурент, цена ниже, альтернатив} - звонки с проявлением конкурентной борьбы

{товар/услуга 1, товар/услуга 2, товар/услуга 3, ...} - звонки по определенному товару компании

{инструкция, помогите, подключить} - сервисное обслуживание

Далее можно сопоставлять частотность звонков той или иной категории, передавать каждую из категорий в соответствующий аналитический центр, сравнивать показатели за различные периоды работы компании. Также можно делать отчеты в разрезе по конкретному клиенту и понимать, как часто он обращается по тому или иному вопросу.

Выгода - новые знания о трендах в бизнесе, повышение эффективности анализа общей ситуации и по конкретному клиенту/группе клиентов.

Анализ эффективности маркетинговых инициатив

Компания определяет товарные категории, которые следует рекламировать при разговоре с клиентом с учетом текущих маркетинговых акций, и затем отслеживает эффективность исполнения операторами задачи продвижения данных продуктов/услуг, например:

{Panasonic, Безлимитный Интернет, Ипотека, Бесплатная установка}

Далее в разрезе по каждому отделу/менеджеру система речевой аналитики поможет отследить процент звонков, где услуга/товар были предложены и сопоставить с эффективностью продаж отдела/менеджера.

Выгода - оцифрованный анализ эффективности отдела продаж.

Автоматический контроль качества обслуживания

Компания определяет набор (или последовательность) слов, которые обязательно должны быть употреблены оператором при обслуживании заказчика, например:

{Добрый день, меня зовут, “компания X”, спасибо, до свиданья}

Система речевой аналитики автоматически отслеживает звонки, где данные слова НЕ были употреблены, и отмечает такие случаи, в случае превышения определенного порога супервизор получает уведомление и может проверить вручную проблемные звонки для дальнейшего повышения качества обслуживания конкретным оператором. Возможна интеграция данной информации в scorecard каждого оператора, что делает возможным объективное сопоставление эффективности работы и выявления узких мест в работе каждого сотрудника и построение индивидуальных планов обучения.

Выгода - анализ всех (а не случайно отобранных) звонков, выявление проблем в обслуживании, повышение качества обслуживания.

Предотвращение оттока клиентов

Компания определяет слова, которые могут свидетельствовать о недовольстве заказчика, например:

{“Конкурент X”, низкое качество, недоволен, ужасно, отказ}

Далее система автоматически выявляет проблемные звонки и информирует супервизора. Возможна работа в режиме реального времени. В этом случае система может подсказать оператору список из предусмотренных в компании предложений, которые следует использовать для удержания клиента.

Выгода - сокращение оттока клиентов. Особенно важно для компаний, оказывающих услуги в модели ежемесячной подписки.

Онлайн помощник менеджера продаж

Компания определяет список продаваемых товаров и услуг, например:

{Panasonic, электролобзик, видеонаблюдение}

Во время разговора с заказчиком система речевой аналитики автоматически распознает запрашиваемый товар/услугу и выводит на экран менеджера сопроводительную информацию, которую менеджер может использовать в дальнейшем диалоге. Например, может быть приведена информация о наличии товара на складе, его характеристиках, цене и т.п.

Выгода - экономия до 30 секунд на каждом звонке (при 60 звонках в день это 30 минут экономии в день, 10 часов в месяц на 1 менеджера)

Увеличение продаж конкретному клиенту

Компании требуется оценить готовность клиента приобрести определенную услугу/товар. Она определяет матрицу товарных предпочтений клиента (усредненную корзину покупок).

Система речевой аналитики “заполняет” эту корзину путем анализа всех разговоров с данным клиентом и дает менеджеру возможность увидеть недостающие в “корзине” товары и обсудить с клиентом их приобретение.

Выгода - повышение объема продаж конкретному клиенту. Повышение удовлетворенности клиента за счет рекомендации нужных именно ему услуг и товаров.

Экспресс-поиск в архиве

Компании требуется выбрать из архива все разговоры, связанные с определенной темой, например, все упоминания определенной товарной позиции в течение прошедших трех месяцев.

Система речевой аналитики дает мгновенный доступ к звонкам, где упоминался искомый товар.

Выгода - экономия времени в ситуации, когда необходимо быстро найти нужную информацию.