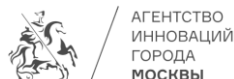
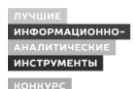




# Речевая аналитика: мифы, реальность и практика

**3iTech** – ведущий российский разработчик речевых технологий и решений для обработки и анализа больших объемов неструктурированных данных.



**17 ЛЕТ**

ИССЛЕДОВАНИЙ  
И РАЗРАБОТОК

**100%**

СОБСТВЕННЫЕ  
ТЕХНОЛОГИИ

**> 33 000**

КОНТРОЛИРУЕМЫХ  
ОПЕРАТОРОВ/МЕНЕДЖЕРОВ

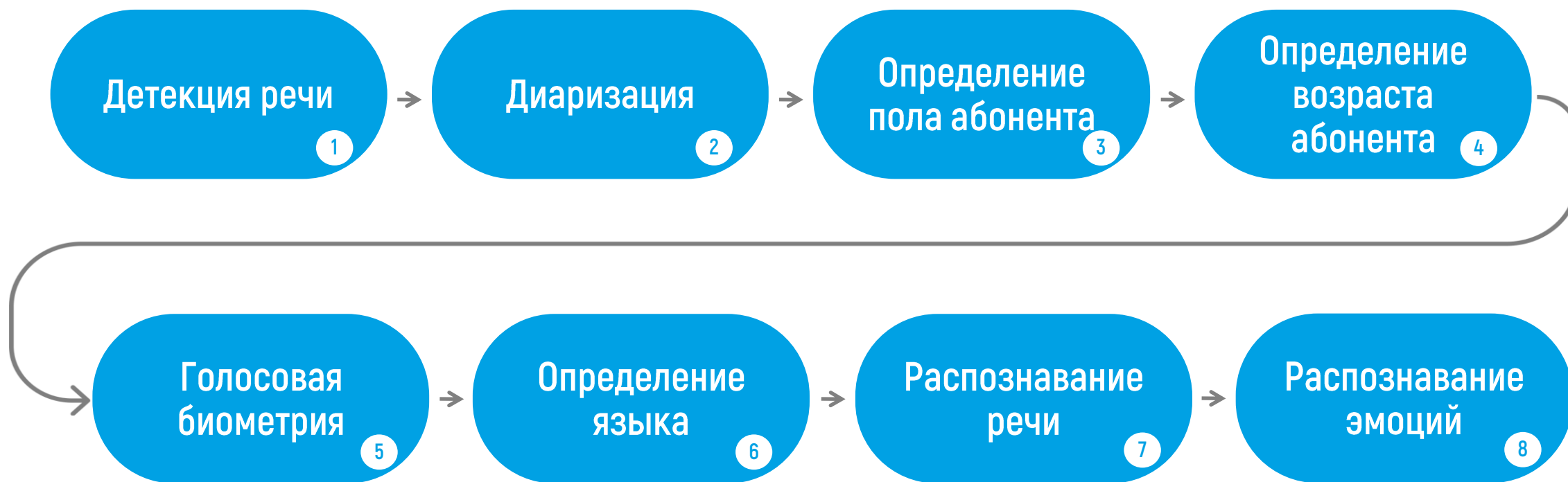
**> 15 МЛН** МИН.

РЕЧИ ОБРАБАТЫВАЕТСЯ  
ЕЖЕДНЕВНО

МИФ 1

Речевая аналитика – это технология  
распознавания речи

Распознавание  
речи

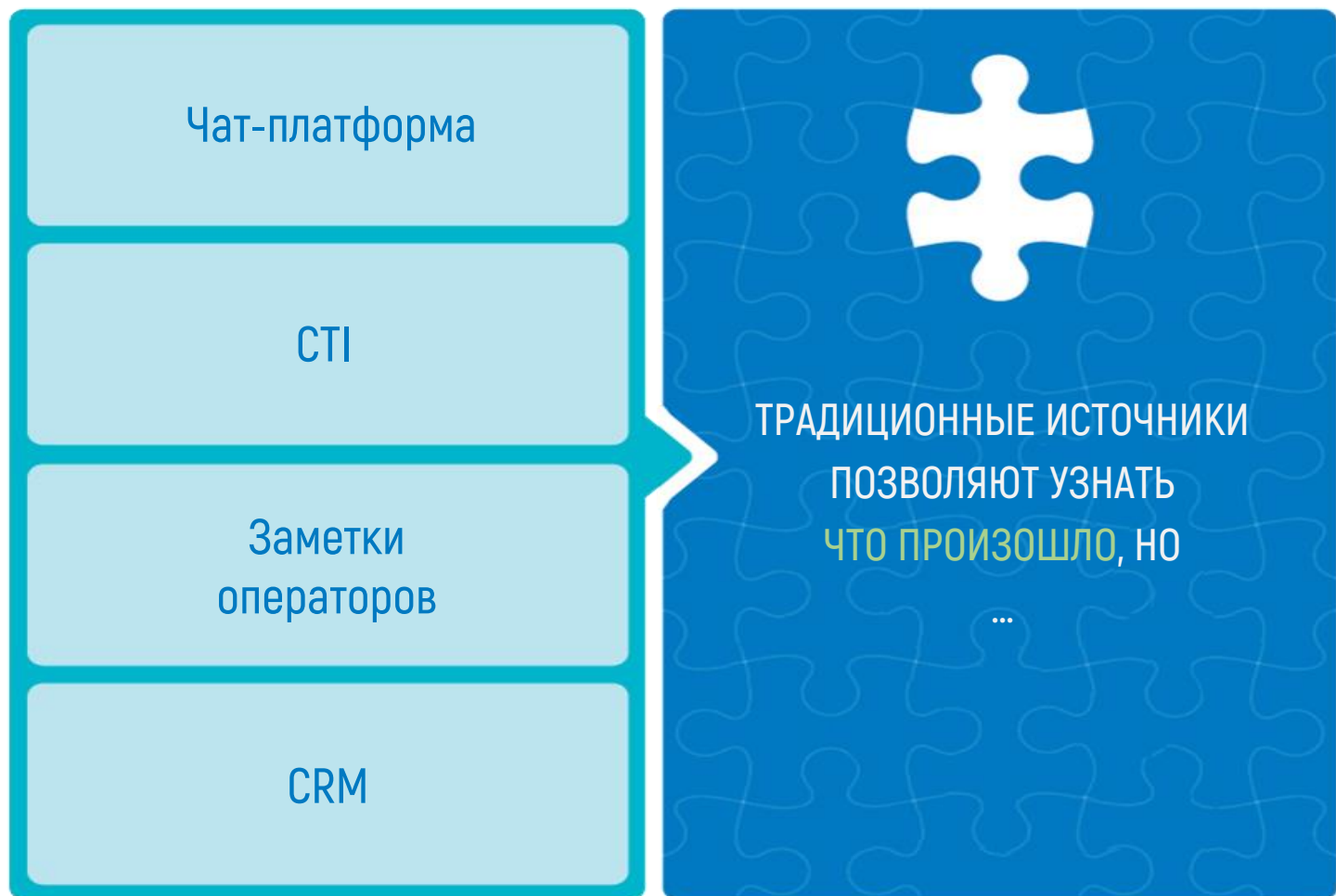


...инструментарий (технологии + методики),  
позволяющий извлечь новые - ценные для бизнеса – знания  
из диалогов (голосовых, текстовых) сотрудников (операторов  
КЦ, менеджеров и пр.) с клиентами и друг с другом

АНАЛИТИКА В КОНТАКТНОМ ЦЕНТРЕ ...  
ЧЕГО НЕ ХВАТАЕТ?



# АНАЛИТИКА В КОНТАКТНОМ ЦЕНТРЕ ... ЧЕГО НЕ ХВАТАЕТ?

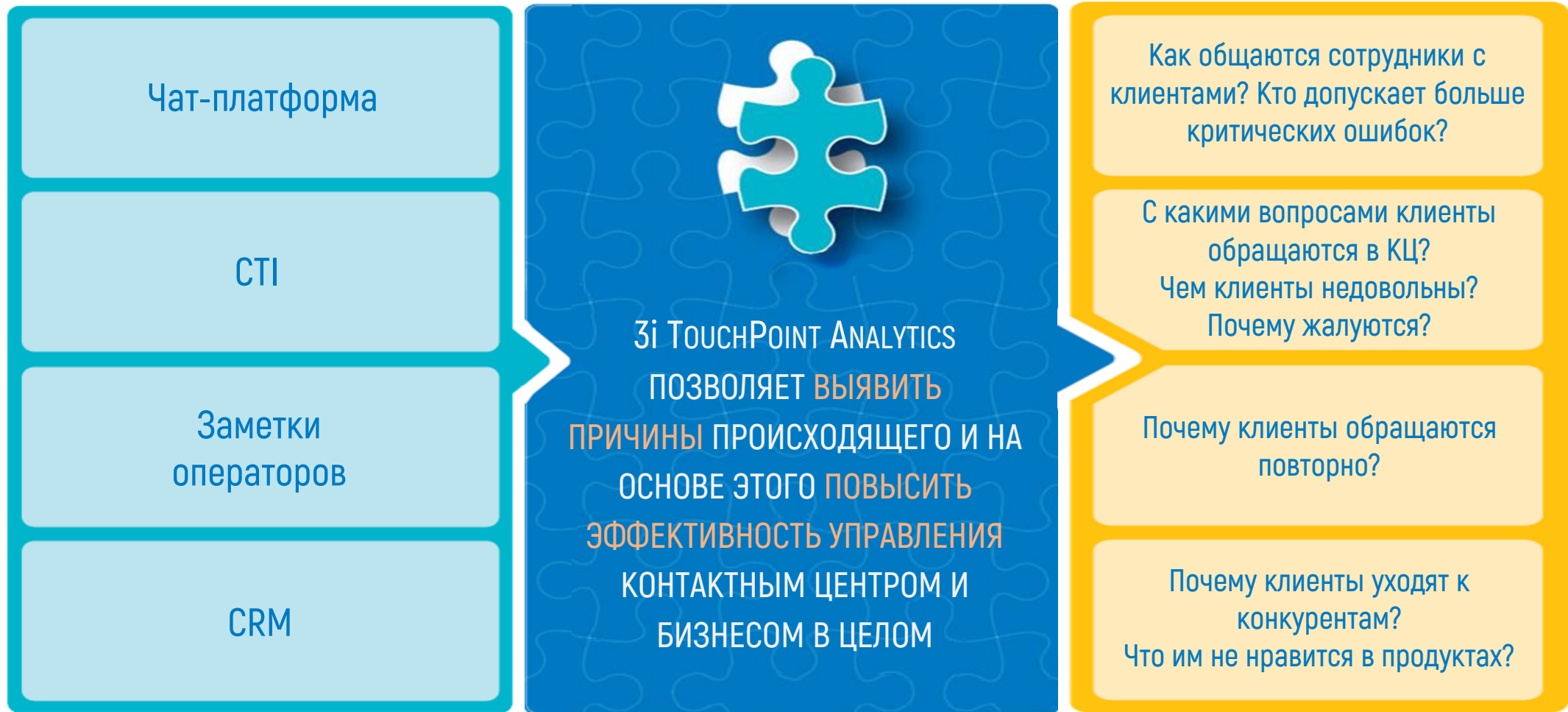




# АНАЛИТИКА В КОНТАКТНОМ ЦЕНТРЕ ... ЧЕГО НЕ ХВАТАЕТ?



# АНАЛИТИКА В КОНТАКТНОМ ЦЕНТРЕ ... ЧЕГО НЕ ХВАТАЕТ?



## МИФ 2

Речевая аналитика – интересное технологическое решение, но нам она не нужна, – у нас и так все хорошо

> 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

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

- 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



# Модель зрелости организаций в отношении CX



Источник: ICMI (International Customer Management Institute)

- 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

## МИФ 3

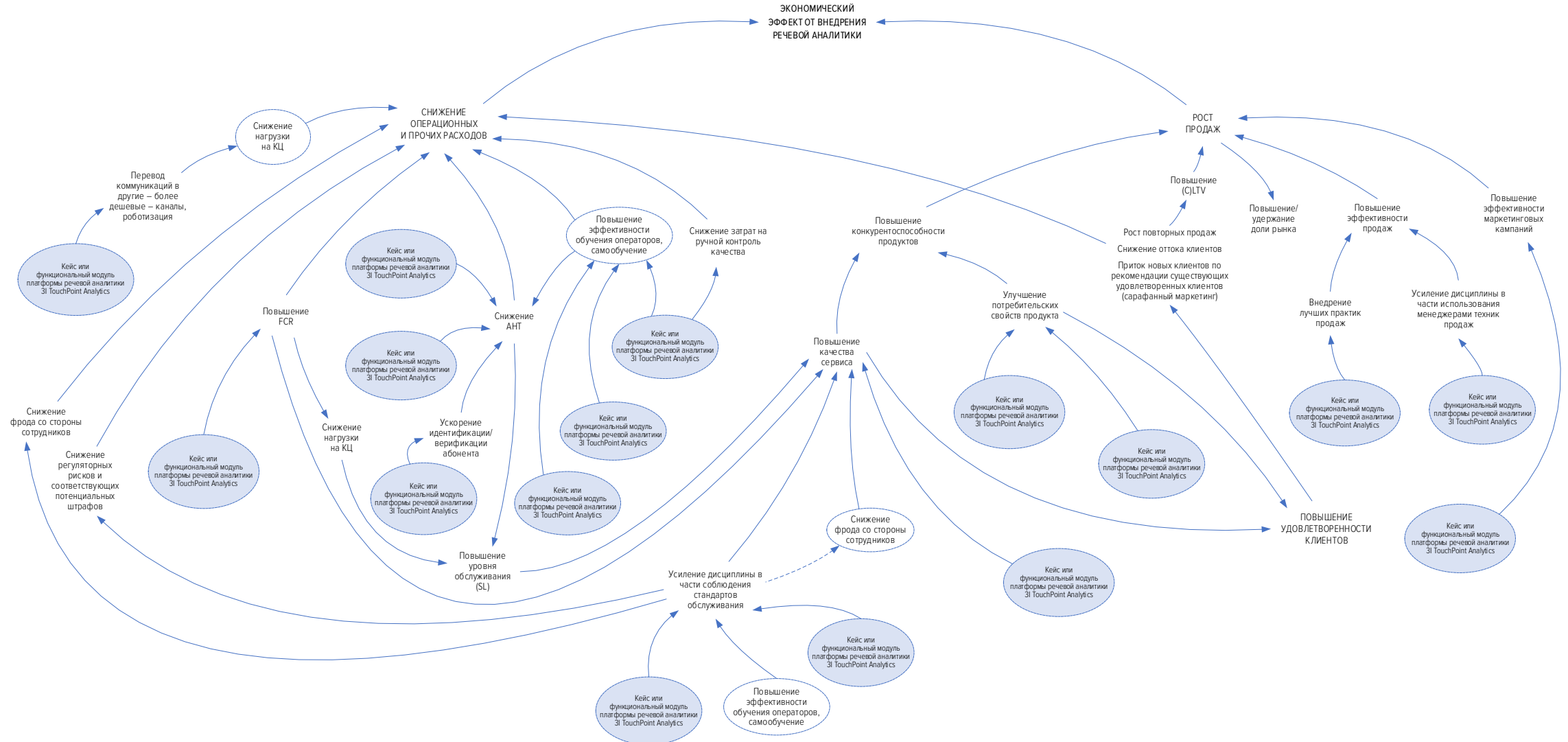
Речевая аналитика окупается  
очень долго или не окупается вовсе



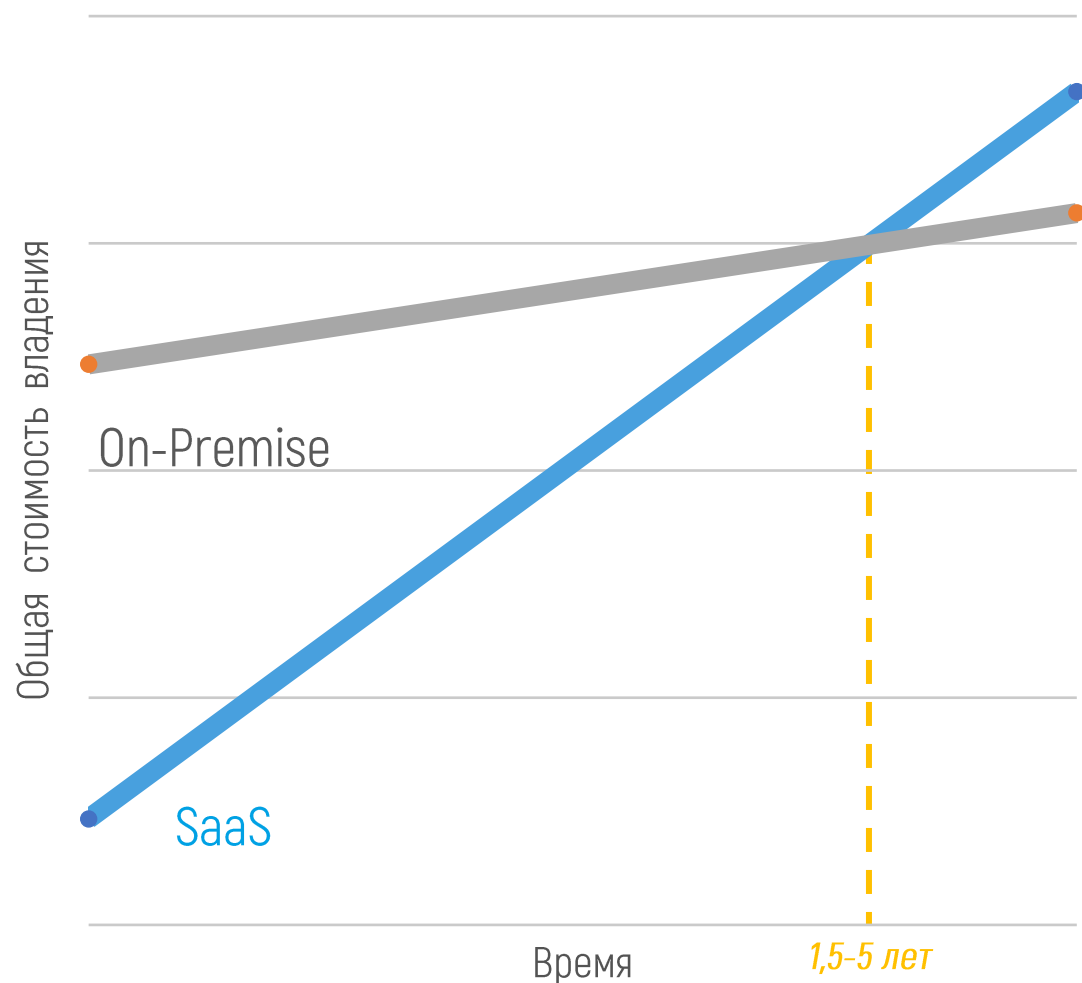
## КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

	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		•		•	•	•	•	•

# КАРТА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ ВНЕДРЕНИЯ РА



# SaaS vs ON-PREMICE



Быстрый запуск



Отсутствие капитальных вложений



Минимум внутренних ресурсов 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)

**-10%**

среднее время  
обработки вызова

**x2**

конверсия продаж

**+34%**

эффективность взыскания  
просроченной задолженности

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


МИФ 4

Речевая аналитика – это  
волшебная кнопка






**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



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



**Хотите узнать больше?  
Приходите к нам на стенд!**

