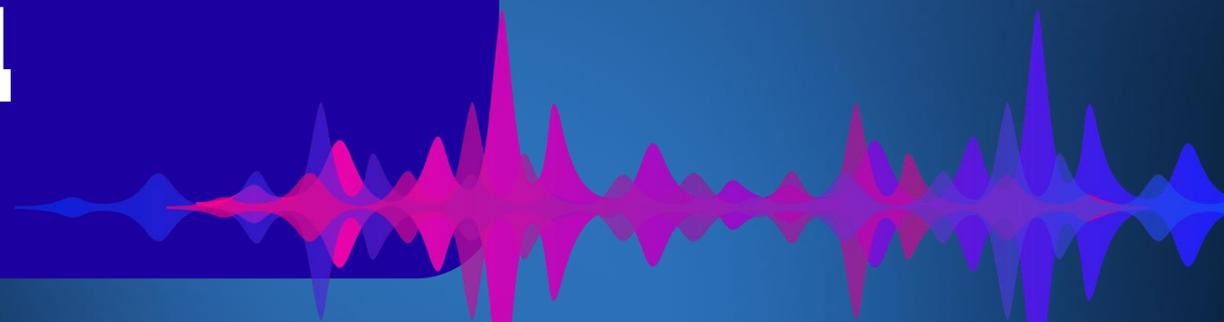


**BSS**

Groteck  
Business Media

**ПРАКТИЧЕСКИЕ КЕЙСЫ  
ПОВЫШЕНИЯ КРІ КЦ  
с помощью речевой аналитики**



**BSS**



MANAGEMENT

**8 лет в работе над улучшением клиентского опыта**

**5 лет в направлении речевой аналитики**

**Более 100 проектов с экономическим эффектом на десятки млн. рублей**

ANALYST

# BSS

# CUSTOMER

## АНАЛИЗ CJM

- 01 Аналитика тематик обращений в разрезе каждого продукта и/или услуги компании
- 02 Сегментация на причины в хронологическом порядке пользования продуктом, от этапа первого обращения после получения, до последнего контакта с клиентом и выявления причин оттока.
- 03 Выделение процессов вызывающих негативные эмоции у клиента, условное разделение причин обращений на информационные и негативные с точки зрения эмоционального состояния
- 04 Динамический анализ негативных тематик на временном отрезке от 3 месяцев, оценка влияния выявленных алгоритмов с негативом клиента на показатели KPI КЦ





# BSS

# CJM

## ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОВОД ОБРАЩЕНИЯ

### Несовершенство в процессах

- ✓ Нет предупредительных механизмов
- ✓ Процессы инициируют обращение (после СМС)

### Клиент не находит информацию

- ✓ Нет информации в источниках
- ✓ Отсутствие функционала в личном кабинете

### Клиент не ищет информацию

- ✓ Внедрение механизмов формирования привычек клиентов
- ✓ Обучающие материалы, рубрики «вопрос – ответ»

### Изменения современных реалий

- ✓ Алгоритм опережения возможных сложностей клиентов в периоды пандемии, мобилизации

# BSS

# CSI

# СJM

## НЕГАТИВНЫЙ ПОВОД ОБРАЩЕНИЯ

01

Формирование эффективных моделей диалогов с претензионными клиентами. Контроль соблюдения алгоритма операторами после обучения

02

Анализ упоминания конкурентов и пожеланий клиентов к продукту. Проверка масштаба гипотез в динамическом периоде

03

Поиск инсайтов для изменения процессов, с последующей оценкой влияния на показатели KPI (жалобы, комментарии к низким оценкам CSI и т.д.)



# BSS



# FCR

**01** Аналитика причин повторных обращений в разрезе каждого продукта и/или услуги компании, с дальнейшим разделением на причины обращений в рамках одного алгоритма

**02** Анализ алгоритма с фокусом на внедрение процесса консультации в формате «единого окна».  
Расширение полноты получаемой информации в первом звонке, на основании аналитики вопросов в повторных обращениях

**03** Расширение функционала не голосового | IVR информирования клиента, для самостоятельного решения вопроса клиентом

FIRST CALL

RESOLUTION



# BSS

## ОПТИМИЗАЦИЯ РЕСУРСОВ

Совокупное влияние  
на показатели:

# АНТ

## ОБЪЕМ ЗВОНКОВ В КЦ

## SERVICE LEVEL

## РОСТ КОЛИЧЕСТВА ВЫДАЧ

# changing

### INSIDE

- ✔ Сокращение количества переводов в рамках звонка
- ✔ Выявление звонков с полным молчанием клиента | оператора
- ✔ Внедрение предиктивной маршрутизации звонка
- ✔ Сокращение % тишины | HOLD в разрезе тематик
- ✔ Внедрение «продающих» моделей диалога с клиентом

### OUTSIDE

- ✔ Выявление мошеннических звонков под видом клиента
- ✔ Мониторинг и блокировка звонков автоботов в КЦ
- ✔ Внедрение алгоритмов предупреждающих обращение
- ✔ Отказ от ручного рассмотрения обращений клиентов
- ✔ Автоматизация контроля качества 100% звонков

# processes



## ЦИКЛ ВНЕДРЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

### ОЦЕНКА И АНАЛИЗ

- 01** Аккумуляция данных FCR, CSI, AHT, данные речевой аналитики, жалобы, обращения клиентов и т.д.
- 02** Выявление корреляции и оценка влияния на показатели  
Анализ корневых драйверов, взаимосвязей и паттернов
- 03** Формирование 3D модели каждого процесса  
Всесторонний анализ каждого алгоритма, со стороны клиента, сотрудников, целей компании и имеющихся ресурсов

### ВНЕДРЕНИЕ И ЗАМЕР ЭФФЕКТА



**BSS**

Groteck  
Business Media



@ALENA2303

**ТАРАТОРКИНА АЛЕНА**

Аналитик

Управления голосовых  
цифровых технологий

8 (927) 089-50-45