



МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР

**ОН КЛИНИК**

# Голосовые роботы в контакт-центрах: помогают или мешают бизнесу?



Операционный директор  
ММЦ «ОН КЛИНИК»  
Королева Ирина Сергеевна



МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР

**ОН КЛИНИК**

## ГОЛОСОВЫЕ БОТЫ: ЦЕЛИ ПРИМЕНЕНИЯ В БИЗНЕСЕ



Вести  
полноценную  
беседу

Распознавать  
голос

Анализировать  
полученные  
данные и  
принимать  
решения

## Что умеют голосовые боты?

Обучаться

Имитировать  
речь

# Голосовые боты для бизнеса

## ИСХОДЯЩИЕ ЗВОНКИ

Подтверждение прихода/покупки, информирование о доставке товара, напоминания и т.д.

Исходящий обзвон с решением бизнес-задач

Исходящие рекламные предложения

Обучение, тестирование

Сбор данных, опрос

Голосовой помощник: навигатор, меню

Техническая, сервисная поддержка

Справочная информация

## ВХОДЯЩИЕ ЗВОНКИ



# Недостатки голосовых ботов

Для клиентов	Для бизнеса
Когнитивные проблемы – раздражают непониманием или некорректными действиями	Дорогостоящий проект, нуждается в постоянном анализе эффективности и доработке
Потеря времени – невозможность решить вопрос быстрее и вне маршрутов, заложенных в алгоритме бота	Дольше внедряются изменения
Люди не могут получить от бота совет и сопереживание	Ниже уровень ответственности клиентов, чем перед человеком

## Устраняем недостатки

Мониторинг обратной связи от клиентов, доработка алгоритмов, обучение робота

Внедрение проекта по методологии Agile

Дольше, зато качественно

Диалог с клиентами – презентация пользы голосовых ботов



# Преимущества голосовых ботов

Для клиентов	Для бизнеса
Исключается человеческий фактор в части ошибок и негативных эмоций	Существенное повышение пропускной способности входящего и/или исходящего канала коммуникации по данному функционалу
Не стесняются бота	Экономия на организации и поддержании рабочих мест, инфраструктуры
В ряде случаев экономия времени клиента	Экономия на аренде площадей
Некоторые боты подстраиваются под темп речи собеседника, распознают речь с дефектами	Экономия затрат на персонал: ФОТ, обучение, наставничество, развитие, контроль
	Исключение или минимизация ошибок, некорректного тона и слов
	Проще анализировать и контролировать результаты работы бота
	Разгрузка операторов от рутинных задач, фокус на экспертных задачах
	Использование для неприятных функций



МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР  
**ОН КЛИНИК**

## НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГОЛОСОВЫХ БОТОВ





# Кому нужны голосовые боты?

Голосовые боты помогают оптимизировать коммуникации с клиентами в любых сферах бизнеса. Лучше всего бот показывает себя в крупных b2c-ориентированных организациях:

**Службы такси и доставки:** подтверждение заказов, информирование о спецпредложениях, сбор обратной связи после выполнения заявки.

**Фитнес-центры:** информирование об акциях, маршрутизация звонков, контроль качества услуг.

**Салоны красоты:** запись клиентов к мастерам, подтверждение/перенос/отмена записи.

**Страховые компании:** актуализация базы контактов, определение заинтересованности клиента в продлении страховки, информирование о предложениях.

**Интернет-магазины:** подтверждение заказа, статус доставки, сбор обратной связи.

**Event-компании:** назначение встречи и мероприятий, напоминание и подтверждение участия, опрос клиентов о впечатлениях.

**Медицинские центры:** запись пациентов на услуги, предоставление справочной информации, информирование о спецпредложениях, подтверждение/перенос/отмена записи.

**Банковские организации:** обеспечение клиентского самообслуживания, информирование о непогашенных задолженностях, маршрутизация звонков.



МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ ЦЕНТР

**ОН КЛИНИК**

## Кейс Международного медицинского центра ОН КЛИНИК

Голосовой бот как замена  
части функций операторов  
контакт-центра и  
администраторов клиник



# Международный многопрофильный медицинский центр ОН КЛИНИК:

- ✓ 29 лет в России
- ✓ 7 клиник для взрослых и детей в Москве, Санкт-Петербурге и Рязани
- ✓ 5 стационаров, 6 операционных
- ✓ 35 койко-мест, в т.ч. VIP-палаты
- ✓ Собственная клинико-диагностическая лаборатория



## Более 40 медицинских направлений

- ✓ амбулаторно-поликлиническая и стационарная помощь, вызов на дом
- ✓ Диагностические отделения: эндоскопическое, МРТ, КТ, рентгенология, маммография, УЗИ, функциональная диагностика
- ✓ Центры пластической хирургии, офтальмохирургии, женского и мужского здоровья, травматологии и ортопедии, эндопротезирования суставов, патологии кисти, подологии, проктологии, флебологии, косметологии, стоматологии



## Проект ОН КЛИНИК

Голосовой помощник  
(маршрутизатор в зависимости от повода обращения)

Полная замена IVR

Справочная информация по запросу (подготовка к процедуре, адреса клиник, проезд, документы для справок и т.п.)

Исходящие звонки с подтверждением явки\*

Москва

Санкт-Петербург

Рязань

\*не по всем специализациям и услугам: пластическая хирургия и другие операции, врачи с «красной записью», эндоскопические исследования

Первичный этап обработки заявок

Исходящие звонки с рекламными предложениями

Внешняя база

Внутренняя база

# Голосовой бот. Кейс ОН КЛИНИК

## Предпосылки:

### Кадровая нехватка операторов и администраторов

## Цели:

- повысить конверсию звонков и записей в приход
- повысить уровень сервиса в клиниках за счет высвобождения времени администраторов для очного общения с пациентами, в т.ч. реализации функции сопровождения
- оптимизировать численность сотрудников контакт-центра и администраторов, что даст экономию на организации и поддержании рабочих мест, затратах на найм и подготовку персонала
- убрать функцию контроля количества попыток и результата исходящего обзвона для подтверждения явки
- решить проблему кадровой нехватки операторов и администраторов

# Голосовой бот в ОН КЛИНИК

## Этапы подготовки проекта:

1. Определение целей, составление первичного Технического задания.
2. Переговоры с несколькими потенциальными подрядчиками.
3. Интервьюирование ключевых представителей заказчика выбранным подрядчиком.
4. Составление финального технического задания по результатам п.3.
5. Разработка.
6. Техническое тестирование.

Реализация пп.1-6 – 3 месяца.

## Внедрение:

1. Тестовый запуск проекта на нескольких клиниках – 2 недели.
2. Запуск проекта на весь холдинг в Москве. Анализ обратной связи от пациентов, сбор статистики, по результатам – доработка скриптов.

Проведены 4 существенные доработки за 3 месяца: замена голоса, изменение темпа речи, изменения в маршрутизации пациентов и в скриптах.

Доработка «наживую» в течение 3 месяцев.

3. Запуск проекта в клиниках других городов<sup>4</sup>

## Запуск проектов в регионах:

- Санкт-Петербург
- Рязань



## Результаты в сравнении с Москвой:

- ниже % дозвона бота\*
- выше % перевода на оператора\*
- выше % недослушанных звонков\*
- ниже % подтверждения записи роботу\*

\*Практически все показатели по Санкт-Петербургу меньше отличаются от Москвы, чем в Рязани.

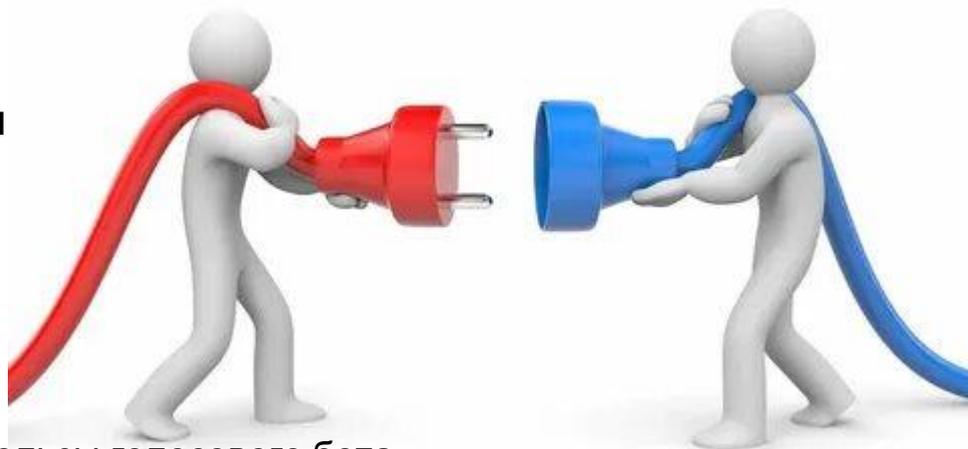
## Причины?

Разные поведенческие модели в разных городах – разное восприятие голосового бота (отношение, готовность к диалогу с роботом, ожидаемые функции).

## Предпринятые действия:

1. Операторы и администраторы предупреждают о звонке бота при записи пациента

- повысился % дозвона бота
- снизился % перевода на оператора
- сократился % недослушанных звонков
- повысился % подтверждения записи боту



При необходимости происходит презентация пользы голосового бота.

2. При нежелании пациента получать звонки от голосового бота делается отметка в карточке пациента и в дальнейшем исходящие звонки осуществляют операторы или администраторы.

# Результаты внедрения голосового бота

- Рост конверсии записи в приход на 6-12% в зависимости от города и специализаций
- Сокращение темпов роста численности персонала и сопутствующих затрат, как следствие, повышение доходности контакт-центра как бизнес-единицы
- Высвобождение времени операторов на экспертное консультирование
- Снижение количества пропущенных звонков до 3,5% (было 4,7% в Москве и до 12% в региональных клиниках)
- Повышение уровня удовлетворенности пациентов от посещения клиник в связи с фокусом в работе администраторов на очное общение с пациентами



# Как определить – нужен голосовой бот или нет?

Проанализировать задачи для решения голосовым ботом

Оценить степень важности удобства и позитивного отношения к беседе с ботом клиента

Оценить готовность региона (специфика менталитета) к взаимодействию с голосовым ботом

Рассчитать экономию от замены по данной функции людей на голосовых БОТОВ (аренда, затраты на персонал, рабочие места, ПО, инфраструктуру, другое)

Оценить наличие внутреннего ресурса для разработки, внедрения и постоянного развития проекта



## Зачем нужны голосовые боты?



Любой бренд (компания, продукт) приобретают эмоциональную оценку клиента. Наибольшее влияние на нее оказывает коммуникация «человек-человек».