



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 городов⁴

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.

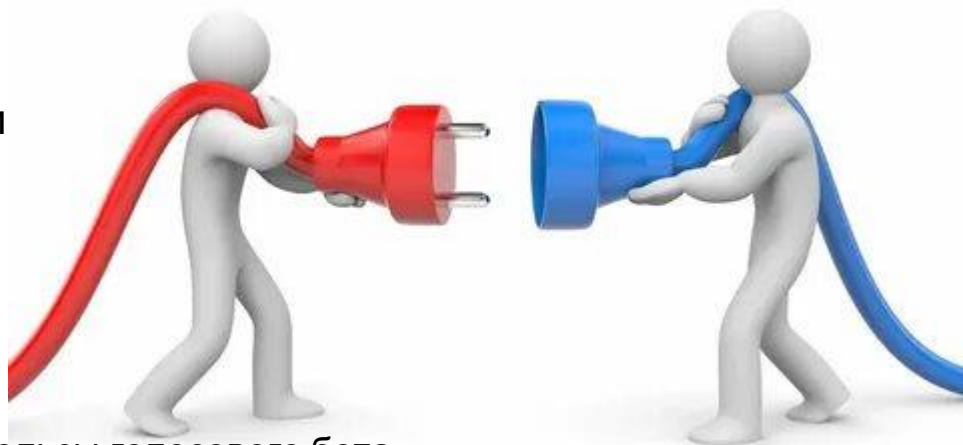
Причины?

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».