

**Применение ботов и виртуальных ассистентов в управлении клиентским сервисом: улучшение обслуживания, снижение нагрузки на персонал и повышение удовлетворенности клиентов**

**The use of bots and virtual assistants in customer service management: improved service, reduced staff workload and increased customer satisfaction**

**Гунин Никита Алексеевич**

*Студент Санкт-Петербургского Государственного Экономического Университета, факультет управления, направление международный менеджмент, г. Санкт-Петербург*

**Танцюра Валентин Олегович**

*Студент Санкт-Петербургского Государственного Экономического Университета, факультет управления, направление финансовый менеджмент и управления инвестициями, г. Санкт-Петербург*

**Nikita Gunin**

*Student of St. Petersburg State University of Economics, Faculty of Management, International Management, St. Petersburg*

**Valentin Tantsiura**

*Student of St. Petersburg State University of Economics, Faculty of Management, International Management, St. Petersburg*

**АННОТАЦИЯ**

В статье анализируются актуальные для современного клиентского сервиса инструменты улучшения обслуживания и снижения нагрузки на персонал, взаимодействующий с клиентами – чат-боты и виртуальные ассистенты.

Авторами рассмотрены темпы развития информационных инструментов – чат-ботов и виртуальных ассистентов – на современном рынке.

Основная часть статьи посвящена анализу применения чат-ботов и виртуальных ассистентов в клиентском сервисе на конкретных кейсах из сферы банковских услуг и телекоммуникации.

**Ключевые слова:** чат-бот; виртуальный помощник; клиентский сервис; обслуживание; информационные инструменты.

## ABSTRACT

The article analyzes the tools relevant to modern customer service to improve service and reduce the burden on staff interacting with customers – chatbots and virtual assistants.

The authors consider the pace of development of information tools – chatbots and virtual assistants – in the modern market.

The main part of the article is devoted to the analysis of the use of chatbots and virtual assistants in customer service on specific cases from the field of banking and telecommunications.

**Keywords:** chatbot; virtual assistant; customer service; maintenance; information tools.

## Введение

Известнейший экономист, считающийся отцом-основателем маркетинга, Филип Котлер, говорил о потребителе следующее: *«Сегодня мы живем в мире, которым правит потребитель... Они [потребители] — главный актив компании»* [2, с. 140-141]. Экономист и один из самых влиятельных теоретиков менеджмента прошлого столетия, Питер Друкер, указывал на корреляцию между заботой о клиенте и успехом бизнеса [4, с. 47-49].

Сегодня, в эпоху быстрых перемен — когда новинки становятся доступным товаром массового потребления, а товары и услуги, так или иначе,

становятся идентичными и мало дифференцированными (если говорить про одну группу товаров или услуг) — в сервисе, ориентированном на клиента, заключается суть успешного бизнеса.

Со стремительным развитием цифровизации связаны и изменения в бизнесе: компании используют новые технологии для улучшения качества и скорости оказания услуг клиентам, поскольку этот живой актив позволяет бизнесу расти. Как справедливо отметил Филип Котлер: *«Сегодня в дефиците потребители, а не товары или услуги»* [2, с. 140-141], качественная работа клиентского сервиса — залог успешного будущего компании.

### **Анализ литературных источников**

Основным триггером актуальности ботов и виртуальных ассистентов сегодня принято считать пандемию COVID-19, которая в значительной степени повлияла на клиентский сервис. Бизнес, традиционно принимающий клиентов в своих офлайн офисах, был вынужден искать новые пути удовлетворения запросов клиентов: так, основными направлениями совершенствования бизнеса стали разработка и внедрение новых информационных инструментов в виде чат-ботов с виртуальными ассистентами и голосовыми помощниками.

Сегодня, когда угроза пандемии COVID-19, так или иначе, прошла, экономическая система начала перестраиваться и активно использовать эти новые инструменты в клиентском сервисе. Бизнес понял: новые технологии значительно упрощают работу с клиентами и снижают нагрузку на персонал, поскольку боты и виртуальные помощники работают всегда, и, в отличие от людей, не нуждаются в отдыхе или больничных днях. Более того, новые инструменты позволяют избегать затрат на персонал, что может значительно оптимизировать расходы компании.

Говоря о тенденциях развития рынка чат-ботов и виртуальных ассистентов, приведем аналитику аналитического агентства PLUSworld: в 2016 году данный рынок оценивался в 200 млн руб., к 2018 году рынок увеличился в

двое, а к 2023 году, по подсчетам аналитиков, рынок мог вырасти до 33 млрд руб [5].



**Рисунок 1. Рынок чат-ботов и виртуальных ассистентов в цифрах [там же]**

Концептуализируем основные понятия данной статьи для разграничения понятий «чат-бот» и «виртуальный ассистент».

Чат-боты представляют собой «автоматизированную систему, которая ведет диалог с потенциальным клиентом, выявляет его пожелания, предпочтения и потребности и предлагает варианты удовлетворения потребительского запроса» [3, с. 265]. Проще говоря, чат-бот представляет собой автоматическую систему общения с клиентами, построенную на сценарии (то есть чат-бот может отвечать только на вопросы, заложенные в бот по ключевым словам).

Виртуальные ассистенты – более сложная автоматизированная система, которая, в отличие от чат-ботов, способна действовать более или менее самостоятельно: давать рекомендации и советы или задавать дополнительные

вопросы по теме [1, с. 53]. Более того, виртуальных ассистентов можно интегрировать в различные приложения и системы.

### **Улучшение обслуживания и повышение удовлетворенности клиентов**

Согласно масштабному исследованию Call Center Guru, направленному на изучение рынка чат-ботов и виртуальных ассистентов, клиенты предпочитают их людям: 62% клиентов предпочли бы ботов из-за скорости обслуживания по несерьезным вопросам и еще 65% чувствуют себя комфортнее без вмешательства людей [10].

Действительно, поскольку чат-боты необходимы для решения небольших проблем, они позволяют быстрее и эффективнее обслуживать клиентов для повышения их удовлетворенности. Это подкрепляется, например, различными психологическими причинами и актуальной клиенту обстановкой: некоторые люди испытывают стресс и напряжение при общении с людьми для решения проблем или вопросов, более того, в случаях необходимости быстрого получения ответа на запрос, возникает определенный уровень тревожности, что также влияет на самочувствие человека при общении с консультантом-человеком.

Хорошим примером качественного чат-бота на рынке банковских услуг является бот банка ВТБ – Помощник ВТБ. Бот банка может самостоятельно обрабатывать более 86% запросов (легких и сложных) клиентов, давая ответ с первого раза без просьбы переформулировать вопрос, а также ответы не склонны к повторениям [6].

Бот банка Тинькофф также является хорошим примером чат-ботов и виртуальных помощников, поскольку единственный на рынке [там же] отвечает на все актуальные интенды (интент – задача, которую хочет решить клиент при поиске по словам/запросу) из сложных блоков (например, из таких разделов как «Жалобы» или «Выполнение действий»).

## Снижение нагрузки на персонал

Одной из важных особенностей использования чат-ботов и виртуальных ассистентов является автоматизация контактного-центра (колл-центра / клиентской службы), поскольку именно автоматизация привычных, типовых задач сотрудников – ключ к успеху (повышение эффективности и минимизация затрат).

Так, внедрение чат-ботов и виртуальных ассистентов в работу контакт-центров позволяет перераспределить нагрузку на персонал и, в том числе, ускорить решение задач, связанных с ключевыми метриками (показателями) контакт-центров:

1. Service Level (или Уровень сервиса) – качество обслуживания клиентов;
2. Lost Call Rate (коэффициент «недозвона» – ситуация, в которой клиент не дождался ответа и самостоятельно отменил звонок). Для подсчета коэффициента используются показатели общего количества звонков и звонков, которые получили ответ от оператора

$$\text{LCR} = 100\% (\text{calls handling} / \text{calls offered} \times 100\%)$$

**calls handling** - звонки, получившие ответ

**calls offered** - общее число поступивших звонков

### Рисунок 2. Формула расчета Lost Call Rate [7]

Общепринятым стандартным показателем Lost Call Rate – 10% (при большем показателе бизнесу необходимо пересмотреть свою работу и стратегию в области клиентского сервиса);

3. Average Speed of Answer (средняя скорость ответа; время, которое абонент ждал ответ от оператора). Данный показатель является ключевым для сотрудника клиентского сервиса. При подсчете Average Speed of Answer

используются показатели автоматического приветствия, автоматического приветствия в случае занятости всех операторов, время от передачи клиента оператору до фактического ответа оператора. Таким образом, формула подсчета выглядит так:

$$\mathbf{ASA = (IVR Welcome + IVR Busy + Ring Time) / (Calls Handled)}$$

**IVR Welcome** - автоматическое приветствие

**IVR Busy** - автоматическое приветствие в случае занятости операторов

**Ring Time** - время от передачи клиента оператору до фактического ответа оператора

### **Рисунок 3. Формула расчета Average Speed of Answer [8]**

В идеальном варианте IVR Busy равен 0 секунд, а Ring Time не более 5 секунд.

В пример можно привести опыт телекоммуникационной компании ПАО «Мегафон»: на первом этапе внедрения виртуального помощника он «учился» и совершенствовался на реальных диалогах операторов с абонентами.

В последствие и, в том числе, сегодня виртуальный помощник подсказывает операторам, когда может или не может обслужить клиента. В случае, если виртуальный помощник не может «выручить» оператора (если интент в него не заложен), последний открывает огромную базу знаний по различным интентам и иным блокам по возможным вопросам абонента, с помощью которой виртуальный помощник в кратчайшие сроки находит необходимую для клиента информацию.

Особенно интересно в кейсе ПАО «Мегафон» то, что виртуальный помощник имеет особенную функцию – «Уверенность», которая состоит в следующем: если виртуальный помощник уверен в своем ответе менее, чем на 70-75%, то он передает клиента оператору, а если более, чем на 75%, то отвечает клиенту самостоятельно [9].

## **Выводы**

Таким образом, сегодня с уверенностью можно говорить о том, что использование чат-ботов и виртуальных ассистентов является одним из главных трендов клиентского сервиса для современного бизнеса – от крупного (банки, телекоммуникации, государственные услуги, индустрия красоты и так далее) до мелкого (локальные образовательные курсы и спортивные центры, кофейни и тому подобное).

Можно с уверенностью говорить о том, что чат-боты и виртуальные ассистенты значительно улучшают клиентский сервис: позволяют быстрее и эффективнее обслуживать клиентов по легким и более сложным интендам, что ведет к высокой удовлетворенности обслуживания.

Более того, данные технологии позволяют компаниям не только оптимизировать расходы на сотрудников служб поддержки и колл-центров, но и значительно разгружать чаты и звонки.

### **Список литературы:**

1. Ахмаева Л.Г. Пользовательский опыт и возможности использования голосовых ассистентов в интерактивных маркетинговых коммуникациях: Amazon Alexa, Google Home, Apple Siri, Яндекс Алиса//Вестник университета. 2020. № 5. С. 49-57.
2. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, который должен знать каждый менеджер / Филип Котлер ; Пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2024. – 242 с. – (Серия «Альпина.Бизнес»).
3. Стороженко В.А. ЧАТ-БОТЫ И ГОЛОСОВЫЕ ПОМОЩНИКИ КАК ИНСТРУМЕНТЫ КАСТОМИЗАЦИИ И ОПТИМИЗАЦИИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА // Вестник науки. 2023. №7. С. 265-269.
4. Drucker, Peter F. Management: Tasks, Responsibilities, Practices. New York: Harper & Row, 1973.



5. РЫНОК ЧАТ-БОТОВ В ЦИФРАХ И ФАКТАХ. ИНФОГРАФИКА // PLUSworld URL: <https://plusworld.ru/daily/tehnologii/403076-2/> (дата обращения: 12.03.2024).
6. Chatbot Rank 2023 // Markswebb URL: <https://www.markswebb.ru/report/chatbot-rank-2022/?ysclid=ltsmema35i385989474#formation> (дата обращения: 12.03.2024).
7. Lost Call Rate // Chat2Desk URL: <https://chat2desk.com/slovar-terminov/lost-call-rate> (дата обращения: 12.03.2024).
8. ASA / AVERAGE SPEED OF ANSWER // телеконтакт URL: <https://clck.ru/39TJSR> (дата обращения: 12.03.2024).
9. Голосовой робот с естественной речью // МегаФон. ПроБизнес URL: [https://moscow.megafon.ru/corporate/services/golosovoy\\_robot](https://moscow.megafon.ru/corporate/services/golosovoy_robot) (дата обращения: 13.03.2024).
10. Большое исследование рынка чат-ботов // Call Center Guru URL: <https://callcenterguru.ru/cc365/news/1238> (дата обращения: 14.03.2024).