

# Мониторинг удовлетворенности обслуживанием

---

Удовлетворенность клиентов обслуживанием в контакт-центре является определяющим показателем качества и эффективности его работы.

Группа компаний ЦРТ предлагает комплексный подход к построению системы мониторинга удовлетворенности обслуживанием в контакт-центре на основе своих достижений в области голосового самообслуживания, регистрации телефонных переговоров, анализа эмоционального состояния и речевой аналитики.

---

## Зачем отслеживать удовлетворенность?

---

Качество обслуживания клиентов в контакт-центре является тем фактором, который влияет на общее восприятие клиентом компании, ее продуктов и услуг, ее отношения к нему. Качество обслуживания способствует росту вовлеченности клиента в бизнес компании.

Чем лучше он воспринимает качество обслуживания, тем больше его лояльность. Тем больше вероятность того, что он простит компании ее огрехи. Тем больше вероятность того, что он повторит свою покупку в случае, если ему снова понадобится товар или услуга, предлагаемые компанией. Тем больше вероятность того, что он предложит компании свое видение на то, как улучшить товар или услугу.

Все это идет на благо бизнеса компании, ее финансовой стабильности и рыночным перспективам. По этим причинам так важно управлять степенью удовлетворенности клиента.

---

## Что препятствует внедрению системы мониторинга?

---

Ключевой вопрос, на который стоит ответить руководителю, решившему отследить динамику качества обслуживания – как наиболее безболезненно внедрить этот процесс? Такая постановка вопроса связана со многими причинами.

Во-первых, существует несколько подходов к оценке удовлетворенности клиентов. Например, можно контролировать процесс обслуживания и по заранее определенным формальным признакам регистрировать реакцию клиентов на работу оператора в частности и контакт-центра в целом. Или же можно опросить клиентов с целью оценить их удовлетворенность обслуживанием.

При этом каждый из этих методов имеет свои сложности. Работа супервайзеров по оценке операторов, к примеру, не может охватить 100% записанных фонограмм переговоров с клиентами, просто по той причине, что прослушивание и оценивание одной фонограммы занимает гораздо больше времени, чем длительность самой фонограммы.

Опрос клиентов о качестве обслуживания также не является тривиальной задачей. С одной стороны, опрос клиентов – всегда выборочное исследование. И здесь возникает вопрос о репрезентативности ответов полученной выборки. С другой стороны, проведение опроса создает определенные неудобства для самого клиента.

Во-вторых, внедрение подобных систем оценок требует определенных затрат – на организационно-управленческие и технологические инновации, связанные с этим внедрением.

То есть для организации эффективного мониторинга удовлетворенности клиентов обслуживанием в контакт-центре необходимо комплексное решение, учитывающее все вышеназванные аспекты.

---

## Как создать эффективную систему мониторинга удовлетворенности?

---

Как уже было отмечено, для создания эффективной системы мониторинга необходимо соблюсти баланс между выборочным и сплошным оцениванием и обеспечить простоту и удобство использования, а также экономическую эффективность – с организационной.

Опыт «Центра речевых технологий» в области создания систем голосового самообслуживания на базе технологий синтеза и распознавания речи, а также записи телефонных переговоров и их комплексного речевого анализа позволяют решить эти задачи.

1. Внедрите систему мониторинга реакции клиента на качество обслуживания с помощью записи и речевой аналитики
  2. Внедрите post-call-опрос клиентов о качестве обслуживания с помощью голосовой платформы
-

# Инструмент 1: Внедрите систему мониторинга реакции клиента на качество обслуживания с помощью записи и речевой аналитики

Речевая аналитика представляет собой мощный инструмент для анализа «голоса рынка» – так можно образно охарактеризовать все то, что говорят клиенты, обращаясь в контакт-центр. Мониторинг удовлетворенности клиентов качеством обслуживания может осуществляться в процессе непосредственного взаимодействия с клиентом. Здесь можно выделить несколько этапов.



**Этап дозвона и маршрутизации вызова.** Использование системы голосового самообслуживания на базе VoiceNavigator позволяет вести мониторинг воспринимаемого качества работы процесса, задачей которого является обеспечение удобной и комфортной маршрутизации вызовов. Это связано с возможностью осуществления записи речи клиентов в процессе голосового самообслуживания, а, следовательно, и анализа их эмоционального состояния и используемых речевых оборотов. Чего нельзя сказать о традиционных DTMF-IVR: пользователи мобильных телефонов убирают трубку ото рта для ввода тональных команд. А это в свою очередь делает процедуру записи и анализа речи невозможной.



**Этап непосредственного общения с операторами контакт-центра.** Именно на данном этапе осуществляется удовлетворение потребностей клиента. Эффективность этой работы можно оценить с помощью инструментов комплексного анализа записанных фонограмм переговоров. Для оценки фонограмм супервайзерами применяются различные формальные критерии. Чтобы оценить по этим параметрам работу одного оператора в рамках одной фонограммы, необходимо затратить время, кратно превышающее длительность самой фонограммы. По этой причине отсеивание фонограмм, не требующих вмешательства супервайзера, представляет собой весьма актуальную задачу.

Эффективный отсев обеспечивается за счет возможности сквозного анализа информации об обращении, извлекаемой из самой фонограммы, и данных, поступающих от СТИ-сервера и CRM-системы контакт-центра. Извлечение данных осуществляется в рамках:

Smart Logger II решает задачу сплошного мониторинга удовлетворенности клиентов обслуживанием



- ✓ анализа количественных и временных параметров звонка (например, клиент положил трубку в процессе ожидания перевода на агента 2 уровня);
- ✓ лексико-семантического анализа разговора (например, клиент использовал слова с явно негативной окраской);
- ✓ анализа эмоционального состояния клиента (например, клиент перешел от спокойного тона разговора к повышенному).

Таким образом, Smart Logger II создает для супервайзера возможность построения модели фонограммы «удовлетворенного обслуживанием клиента». Она строится на основе вводимых в



карточку задания необходимых параметров автоматической оценки фонограмм и порогов чувствительности для построения выборки явно требующих внимания записей диалогов с клиентом. Теперь супервайзеру достаточно прослушать только такие фонограммы. Автоматизация процесса дальнейшей обработки достигается за счет формализации оценки фонограмм в формате оценочных карт. Текущие приоритеты или стратегия контакт-центра в области управления удовлетворенностью клиента определяют, какие шаблоны оценочных карт для дальнейшей регулярной работы с отфильтрованными записями необходимо подготовить заранее. **Результатом описанного процесса являются те выявленные слабые стороны в компетенциях агентов контакт-центра, на устранение которых следует направить основные усилия. Результатом внедрения такой системы мониторинга решается задача сплошной оценки удовлетворенности клиентов.**

## Инструмент 2: Внедрите post-call-опрос клиентов о качестве обслуживания с помощью голосовой платформы

Использование системы мониторинга реакции клиента на качество обслуживания позволяет выявить неиспользуемые возможности и зоны неудовлетворенности. Однако для получения полной картины, существует потребность в проведении опросов, позволяющих задавать клиентам вопросы из той области, которую они, возможно, не оценивали или не упоминали в своих обращениях.

Для этих целей оптимальным инструментом является post-call-опрос на базе голосовой платформы VoiceNavigator. Применение технологий синтеза и распознавания речи имеет ряд ключевых преимуществ над использованием в аналогичных целях DTMF-платформы. Сюда можно отнести:



- 1. скорость** настраивания системы гораздо выше благодаря отсутствию необходимости отдельно записывать фразы под каждый опрос;
- 2. гибкость** системы гораздо выше благодаря более низким затратам на индивидуализированный опрос (достаточно просто написать тексты вопросов для каждой группы опрашиваемых);
- 3. распознавание** ответов гораздо **удобнее**, чем предложение клиенту использовать тональный набор для выбора варианта ответа, при этом также повышается гибкость системы опросов.



Добровольное участие в опросе по завершению общения с оператором также располагает клиента к компании, поскольку не тратит в обязательном порядке его время (как например, в случае использования опросов в процессе решения его проблемы, побудившей обращение в контакт-центр, или до общения с оператором). **Поэтому выборка будет представлять собой клиентов с достаточно высокой степенью вовлеченности, удовлетворение потребностей которых приведет к существенному положительному эффекту для компании с точки зрения лояльности клиентов и укрепления рыночных позиций.**

Совместное использование системы мониторинга реакции клиентов на обслуживание и post-call-опросов позволяет отслеживать ответы на вопросы клиентов с привязкой к фонограммам

VoiceNavigator позволяет дополнить систему мониторинга периодическими разноплановыми опросами для более полной оценки удовлетворенности клиентов



---

разговоров, что, в свою очередь, может помочь выявить ключевые факторы существующего воспринимаемого качества обслуживания.

Подбор опросников для различных групп клиентов может строиться на различных принципах. Например, с учетом уже заполненных ранее анкет или на базе существующих графиков опроса (рекомендуется распределять опросы во времени и по темам, во избежание негативной реакции со стороны лояльных клиентов).



Результатом совместного использования описанных инструментов на базе речевых технологий является непрерывно работающая, экономящая ресурсы компании и дающая полную и объективную картину система мониторинга удовлетворенности клиентов.

## О КОМПАНИИ

---

Группа компаний ЦРТ — глобальный разработчик продуктов и решений на основе разговорного искусственного интеллекта, машинного обучения и компьютерного зрения с 30-летним опытом. Технологически эксперт в области речевых технологий, лицевой и голосовой биометрии.

В России решения ЦРТ работают в крупнейших банках, телеком-компаниях, ТЭК, госсекторе, применяют для реализации концепции Safe&Smart city.

---



---

### КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

[www.speechpro.ru](http://www.speechpro.ru)

---

#### Санкт-Петербург

194044, Выборгская наб., 45, лит. Е  
Тел.: +7 812 325 8848  
Факс: +7 812 327 9297  
[stc-spb@speechpro.com](mailto:stc-spb@speechpro.com)

---

#### Москва

109004, Земляной Вал, 59, стр. 2  
Тел.: +7 495 669 7440  
Факс: +7 495 669 7444  
[stc-msk@speechpro.com](mailto:stc-msk@speechpro.com)