

М.Видео обрабатывает до 60% клиентских обращений с помощью искусственного интеллекта

16 июня 2021 года, Москва, Россия

Бренд М.Видео (входит в Группу М.Видео–Эльдорадо, ПФГ САФМАР Михаила Гучериева) «нанял» виртуального помощника Алёну, которая самостоятельно обрабатывает до 60% обращений клиентов. Технологии речевой обработки позволили компании снизить нагрузку на специалистов контакт-центра, сократить время ответа на запросы и повысить уровень удовлетворённости и лояльности клиентов.

Сеть М.Видео внедрила систему роботизированной поддержки клиентов с использованием искусственного интеллекта на сайте, в приложении и наиболее популярных мессенджерах (WhatsApp, Telegram, Viber). Искусственный интеллект в лице виртуального помощника Алёны распознает до 98% запросов и симулирует живое общение в формате вопрос-ответ. Общий уровень автоматизации обработки входящих запросов в мае 2021 года превысил 40% - более 60 000 обращений ежемесячно. По некоторым сценариям Алёна закрывает более половины обращений, например, предоставление статуса заказа автоматизировано на 52%, сервис по продлению или отмене резерва - на 60%.

В основе решения лежит набор сервисных и рекомендательных сценариев. Алёна интегрирована с внутренними ИТ- и CRM-системами компании и способна подсказать статус заказа или обращения, рассказать о правилах программы лояльности и текущих акциях, уточнить наличие товара, график работы магазинов, детали доставки, процедуры обмена, возврата и оформления кредита. Она также может получить доступ к корзине клиента, истории его предыдущих заказов и просмотров, чтобы помочь в оформлении заказа, подборе необходимых аксессуаров, сервисов или расходных материалов.

Более того, центр компетенций по речевой аналитике М.Видео–Эльдорадо разрабатывает для Алёны сервисы по обработке естественного языка (NLP) - классификаторы, механизмы извлечения сущностей и построения оптимального сценария диалога и рекомендаций. Например, созданная модель позволяет в процессе общения выделить ключевые пользовательские термины и соотнести их с соответствующими атрибутами характеристик из товарных спецификаций. Таким образом чат-бот понимает, какое устройство и с какими характеристиками ищет клиент и может посоветовать наиболее подходящие варианты из каталога.

Уровень удовлетворённости клиентов (CSI) от общения с ботом выше, чем от общения с оператором и составляет в среднем 85%. Наиболее эффективной Алёну считают в решении вопросов по статусу заказа (91%), предоставлении справочной информации (90%), уточнении правил программы лояльности (85%).

Директор по управлению клиентским сервисом Группы М.Видео–Эльдорадо Станислав Горшенин:

«Мы начали развивать направление речевой аналитики год назад и уже добились значительного результата. В условиях развития мобильных технологий и перевода всех процессов в диджитал клиенты ждут от нас все более высокой скорости. Мы оправдываем эти ожидания, обеспечивая почти мгновенный доступ к поддержке, а также эффективность в решении вопросов, с которыми к нам обращаются. Группа совершенствует каналы коммуникации, технологии автоматизации и анализа речи. Мы видим огромный потенциал в развитии этого направления - там, где оператору контакт-центра требовалось 2-3 минуты для получения информации о клиенте, его заказах, возможных рекомендаций по услугам или товарам, цифровой консультант справляется за секунды и при этом более точно. Компания планирует и дальше расширять функционал чат-бота, развивать его зону ответственности, например, в создании обращений, и учить его лучше понимать клиентов. Специалисты контакт-центра при этом смогут сосредоточиться на решении более сложных вопросов».

О Группе

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. Общие продажи (GMV) Группы превышают 500 млрд руб. с НДС по итогам 2020 года. Группа М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

По состоянию на 31 марта 2021 года Группа объединяет 545 магазинов под брендом М.Видео, 553 магазина под брендом Эльдорадо в почти 300 городах Российской Федерации. Общая площадь магазинов Группы составляет 2 020 тыс. м кв.

Пресс-служба:

Валерия Андреева

Руководитель департамента по связям с общественностью

valeriya.andreeva@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 978 02 10

Андрей Петров

pr@mvideo.ru