Warszawa, 20.09.2022 r.

**Przemyślana automatyzacja kontaktów z klientem sposobem na wyższą konwersję i ROI**

**W 2019 roku 25% wszystkich interakcji z klientami zostało zautomatyzowanych dzięki sztucznej inteligencji i uczeniu maszynowemu, a w 2023 roku ta liczba ma wzrosnąć do 40%. Jak automatyzacja wpływa na zwiększenie zwrotu z inwestycji?**

Konwersacyjna sztuczna inteligencja to grupa technologii, która wykorzystuje przetwarzanie języka naturalnego i uczenie maszynowe, aby umożliwić rozmowy między ludźmi a systemami komputerowymi. Technologia ta ma na celu upodobnienie rozmów do interakcji międzyludzkich. Voicebot oparty na sztucznej inteligencji (AI) to oprogramowanie służące do automatyzacji komunikacji i powiązanych z nią procesów. Dzięki czemu następuje automatyzacja komunikacji, zarządzania systemem CRM, HRM i raportowania. Można także dodać gamifikację i personalizację, aby poprawić tę komunikację.

Co warto automatyzować na punktach styku czyli na różnych etapach, w których marka wchodzi w interakcję z potencjalnymi lub aktualnymi klientami, na tzw. ścieżce zakupowej klienta? Reklamy w masowych kampaniach generowania leadów (przed zakupem), porzucone koszyki w sklepach internetowych, powiadomienia i potwierdzenia o statusie zamówienia i dostawy (po zakupie), powiadomienia o promocjach sezonowych (po zakupie), a także wsparcie klienta (po zakupie). Masowe kampanie lead generation często borykają się z problemem odpowiadania na leady w odpowiednim, krótkim czasie. Im szerszy jest lejek sprzedażowy, czyli im więcej jest potencjalnych klientów, tym więcej zasobów i czasu zajmuje odpowiadanie na każdy lead. A jak wynika z badań, **potencjalni klienci są nawet 9 razy bardziej skłonni do konwersji, jeśli firma skontaktuje się z nimi w ciągu pierwszych 5 minut**. Dodatkowo, jest jeszcze problem z czasem traconym na przetwarzanie tzw. śmieciowych leadów, które nigdy nie zrealizują zakupów. Proces przetwarzania leadów przychodzących, w którym telemarketer oddzwania do klienta, aby go zakwalifikować, może być także zautomatyzowany.

- *Jeden z naszych klientów, duża platforma e-learningowa Foxfort z ponad milionem zarejestrowanych użytkowników z całego świata, przeprowadził kampanię generowania leadów na dużą skalę, a voicebot pomógł mu sprawdzić 5292 potencjalnych klientów. Przed wdrożeniem naszego voicebota, szybkość reakcji platformy na nowego lead'a wynosiła około 5 minut. Również podobny czas zajmowało managerowi zakwalifikowanie potencjalnego klienta i aktualizacja danych na jego temat w systemie zarządzania klientami. Zintegrowaliśmy voicebota z CRM, dzięki czemu zoptymalizowaliśmy przepływ pracy: inteligentny asystent głosowy dzwoni do leadów minutę po tym, jak zostawią zapytanie, wstępnie kwalifikuje prospektów, odpowiada na pytania i aktualizuje CRM, od razu przypisując lead do konkretnego menedżera z działu sprzedaży. W ciągu dwóch miesięcy statystyki voicebotów pokazały wyraźnie, że aż 38% leadów było nieosiągalnych. Co oznaczało, że w bazie było 2500 nieważnych numerów telefonów lub takich, z którymi nie można było się skontaktować, uzyskać pozytywnej odpowiedzi, itd. Ta liczba pomnożona przez 5 minut na każdego potencjalnego klienta, daje ponad 13 tysięcy kosztów. Nasz klient, dzięki voicebotowi, zaoszczędził czas, koszty i pozwolił pracownikom działu sprzedaży skoncentrować się na bardziej wymagających zadań, co przyczynia się do poprawy zwrotu z inwestycji (ROI). -*  mówi Bartosz Malinowski, Head of Voicebot Department w Apifonica.com.

Powiadomienia o sezonowych promocjach i rabatach mogą być także zautomatyzowane przez inteligentną asystenta głosowego zarówno dla nowych odbiorców, jak i dla aktualnych klientów. W przypadku bazy danych klientów, z którymi firma już współpracuje, voiceboty może automatycznie reagować na tzw. wyzwalacze w systemie CRM. W tym celu wykorzystuje tzw. webhooki, które są odpowiednimi algorytmami, które przesyłają dane z voicebota do odpowiednich systemów IT i odwrotnie. Co ważne, inteligentni asystenci głosowi firmy Apifonica, bezproblemowo integrują się z dowolnym CRM-em. Dzięki temu, firma jest w stanie zautomatyzować punkty styku klientów na każdym etapie zakupowym. Przykładowo, **klient ma urodziny i voicebot może do niego samodzielnie zadzwonić i zaproponować spersonalizowany rabat jako prezent z tej okazji. W jaki sposób? Inteligentny asystent głosowy w oparciu o algorytmy, webhooki, zrealizuje takie akcje. Dzięki czemu szanse na zwiększenie sprzedaży rosną aż o 49%.** Z badań wynika, że **blisko połowa kupujących jest skłonnych do zakupów impulsowych po otrzymaniu bardziej spersonalizowanego oferty, która przekłada się na pozytywne doświadczenia. A to wszystko prowadzi do wzrostu współczynnika ROI.**

Następnie mamy porzucone koszyki, który właściwie nie są niczym nowym poza zastosowaną technologią. Istnieje wiele sposobów na automatyczne kontaktowanie się z klientami, którzy nie dokończyli swoich zakupów. Ale który kanał sprawdzi się najlepiej? Współczynniki otwarcia e-maili są najniższe - między 10 a 20%, SMS-y są 4-5 razy wyższe, a połączenia głosowe mają najwyższe wskaźniki zaangażowania. Stosując voiceboty dla porzuconych koszyków, firmy uzyskują wyższe zaangażowanie i nieograniczony zasięg, gdyż **sztuczna inteligencja może przetwarzać 1000+ połączeń w jednym czasie. Dodatkowo, voicebot dotrze do klienta, który porzucił swój koszyk i zapyta o powody, może zaoferować zniżki lub alternatywne i uzupełniające produkty. Po realizacji konwersji, inteligentny asystent głosowy sam wyśle SMS z linkami i niezbędnymi szczegółami.** A co więcej, wszystkie te informacje zostaną wysłane do firmowego CRM-a.

Doświadczenie po zakupie jest jeszcze bardziej kluczowe i zależy w dużej mierze od obsługi klienta. Tutaj jest wiele powtarzalnych zadań, których automatyzacja może podnieść jakość obsługi - wstępna kwalifikacja zapytań klienta, odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania, powiadamianie i potwierdzanie statusu zamówienia/dostawy, infolinia, badania satysfakcji, itp. Automatyzacja tych touch pointów – punktów styku może poprawić średni czas obsługi, oczekiwania klienta, a także obniżyć koszty samej firmy.

Voicebot odpowiada na każde zapytanie klienta 24/7 w momencie, gdy zostawi on zapytanie i może obsłużyć 1000+ połączeń w jednym czasie, dzięki czemu czas oczekiwania będzie praktycznie zerowy. Inteligentny asystent głosowy rozumie naturalną mowę dzięki uczeniu maszynowemu i NLP, dlatego może zrozumieć problem niezależnie od tego, jak mówią o nim klienci.

*- Osoba dzwoniąca do działu obsługi klienta banku w sprawie zablokowanej karty kredytowej, może powiedzieć o swoim problemie na różne sposoby, np. moja karta nie działa, moja karta jest zablokowana, nie mogłem dokonać płatności, coś jest nie tak z moją kartą, dlaczego nie mogę dokonać płatności i tak dalej. Voicebot rozumie różne warianty językowe takiej sytuacji, w tym wtrącenia. Może rozwiązać problem lub zebrać wszystkie informacje i przekazać je menedżerowi. Kierownik nie otrzyma tylko przekazanego połączenia, ale także wszystkie szczegóły na jego temat, w efekcie czego dzwoniący klient do banku nie usłyszy ponownie "proszę opowiedzieć mi o swoim problemie jeszcze raz". Skróci to czas obsługi, przez co obniży koszty firmy. A to z kolei przełoży się na wzrost ROI. -* mówi Bartosz Malinowski z Apifonica.com

Dzięki voicebotowi, firma zaoszczędzi również czas na zarządzaniu i uzupełnianiu danych w systemie CRM, ponieważ inteligentny asystent głosowy automatycznie doda tam wszystkie informacje na temat klienta i sprawy, zaktualizuje status zgłoszenia i stworzy raport na podstawie wybranych celów, tzw. KPI-ów. A to wszystko powoduje, że automatyzacja zwiększa zwrotu z inwestycji, tj. ROI.

Więcej na ten temat znajdziesz [tutaj](https://www.apifonica.com/pl/)

\*\*\*

O APIFONICA

Rozwiązania Apifonica pomagają firmom zautomatyzować komunikację w działach HR, sprzedaży i obsługi klienta. Rozwiązania te można dostosować do każdej skali działalności i specyfiki firmy: od podstawowej automatyzacji powiadomień głosowych i tekstowych po kompleksowe rozwiązania w pełni zintegrowane z systemem IT, wyposażone w Voicebota napędzanego przez sztuczną inteligencję, inteligentne raportowanie i automatyzację przepływu pracy.