

Mystery shopping mezi voiceboty

Ipsos testoval, jak funguje setkání s hlasovým asistentem na infolince z pohledu zákazníka

Text TEREZA BALOUŠKOVÁ
Ipsos

Do „tajemného volání“ agentury Ipsos bylo zařazeno šest společností z různých sektorů. Nedávno totiž nahradily původní tlačítkovou volbu IVR virtuálním hlasovým asistentem a jsou tak o kus „technologičtější“ než jejich konkurenti. Jedná se o ČSOB, innogy, O2, Samsung, AAA Auto a Zásilkovnu.

Pět testovaných společností zvolilo pro svého voicebota mužský hlas, pouze volající do O2 přivítá virtuální asistentka Eva. U žádného hlasového robota není na mluvě poznat, že jde o technologii, hovoří plynulou češtinou. Možná i proto některé zákazníci na první dojem překvapí, že se nejedná o živého operátora a neví, jak s voicebotem správně komunikovat.

Lidské jméno má voicebot vedle O2 také v Innogy, kde je zákazníkům nápomocen Aleš. V Zásilkovně přivítá volající asistent „Z“. Ačkoli Zásilkovna dává zákazníkovi ještě stále na výběr mezi voicebotem a klasickou tlačítkovou volbou, ostatní testované firmy už se spoléhají na to, že jejich hlasový asistent požadavek

správně rozklíčuje a vyhodnotí. Voicebot dokáže nabídnout i komunikaci v angličtině (u O2, ČSOB a Zásilkovny), zvládne také souhlas s nahráváním a umí se zeptat na požadavek zákazníka, ten stačí formulovat krátkou větou nebo říct klíčová slova.

Zde ale „hladká“ konverzace končí, s porozuměním požadavku to totiž může být komplikovanější. Záleží na tom, zda je na spojení slov voicebot „vycvičen“. Pokud ne, poprosí o zopakování, nebo o formulaci požadavku jinými slovy. U některých společností se zákazníci domluvili na první dobrou, jinde bylo třeba požadavky opakovat. Když si s volajícím voicebot nerozumí ani po pár opakováních, většinou ho přepojí na živého kolegu. Jen se může stát, že zrovna netrefí toho správného operátora. Například v Zásilkovně umí voicebot odpovědět na různé dotazy a většinou nepřepojuje: třeba poradí, jak poslat zásilku nebo jaké maximální rozměry může balík mít. Problém ale nastává, když

asistent „Z“ problém vyřešit neumí, zákazník se nemile zacyklí a přepojení na živého kolegu poměrně dlouho nepřichází.

I přes prvotní nesnáze, které musejí společnosti ještě v implementaci této technologie vyřešit, jsou voiceboti do budoucna určitě výhodní, šetří náklady a kapacity operátorů. „Na základě naší zkušenosti můžeme říct, že zákazníci komunikaci s voiceboty akceptují až kvitují. Věřím tedy, že se s nimi budeme potkávat stále častěji. Na společnostech teď je, zda zvládnou voiceboty správně implementovat do svých procesů, vyškolit operátory ve spolupráci s nimi, a nastavit je tak, aby jim reálně pomohli s optimalizací zákaznické zkušenosti. To jsou témata, se kterými našim klientům aktuálně pomáháme nejvíce. Obslužení většího počtu zákazníků bez čekacích lhůt a snížení interních nákladů jsou pak už jen výsledkem přijetí voicebota za svého nového kolegu,“ uzavírá Jakub Bareš, výkonný ředitel Ipsos Channel Performance. 



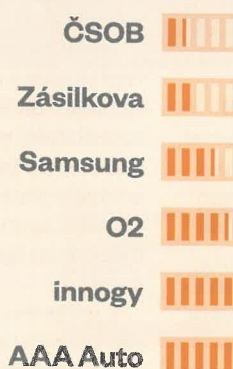
Jací jsou voiceboti

- Mluví převážně **mužským hlasem**, jen v O2 vás přivítá hlas ženský.
- Mluví o sobě jako o **virtuálním asistentovi** nebo hlasovém průvodci.
- Mají dokonce jméno. U Zásilkovny asistent „Z“, u innogy **Aleš** a v O2 **Eva**.

5 ze 6
voicebotů
zmínilo souhlas
s nahráváním
(všichni kromě ČSOB)

3 ze 6
uměli
komunikovat
v angličtině
(O2, ČSOB,
Zásilkovna)

Míra porozumění požadavku



„Nezákazník“
byl vždy
přepojen na
operátora

voicebot
nedokázal jeho
požadavek
vyřešit.