

# ГОЛОСОВЫЕ РОБОТЫ

Как лучшие компании сократили расходы на контакт-центр и улучшили клиентский сервис, внедрив AI голосовых и чат-ботов.

<b>Утконос</b>	<b>1</b>
<hr/>	
Как в УТКОНОС ОНЛАЙН УБРАЛИ ПИКОВЫЕ НАГРУЗКИ С ВХОДЯЩИХ ЛИНИЙ С ПОМОЩЬЮ ЧАТ-БОТА	
<b>2GIS</b>	<b>7</b>
<hr/>	
Как актуализировать данные сотен тысяч клиентов	
<b>GTD</b>	<b>14</b>
<hr/>	
Как добиться, чтобы более 90% входящих звонков обрабатывал робот?	
<b>ПЭК</b>	<b>19</b>
<hr/>	
Как быстрее выдавать заказ и снижать затраты на склад	
<b>Shop&amp;Show</b>	<b>24</b>
<hr/>	
Как создать эффективный автоматизированный магазин на диване	
<b>Payoffer</b>	<b>30</b>
<hr/>	
Как продавать недвижимость на супер конкурентном рынке	
<b>Рязанская ОКБ</b>	<b>33</b>
<hr/>	
Как автоматически принимать все входящие обращения граждан в областной клинической больнице	
<b>X5 Group</b>	<b>37</b>
<hr/>	
Как в X5 Group в разы сократили затраты на NPS опросы	
<b>Тануки</b>	<b>41</b>
<hr/>	
Как в Тануки с помощью голосового робота Twin сняли нагрузку с входящей линии	
<b>Ростелеком</b>	<b>44</b>
<hr/>	
Как увеличить продажи для действующих B2B клиентов и сохранять B2C клиентов с помощью голосового бота	

## **Уралэнергосбыт**

**49**

---

Как эффективно собирать долги за ЖКХ

## **ТрансТелеКом**

**52**

---

Как проводить десятки тысяч NPS опросов и качественно собирать данные

## **Domina's Pizza**

**55**

---

Как перейти от дорогого контакт-центра на аутсорсе к роботам



&



# КАК В УТКОНОС ОНЛАЙН УБРАЛИ ПИКОВЫЕ НАГРУЗКИ С ВХОДЯЩИХ ЛИНИЙ С ПОМОЩЬЮ ЧАТ-БОТА

Результаты внедрения Twin в Утконосе

В целом, наша миссия заключается в автоматизации, бизнес процессов, которые остаются за кадром. Например, за кулисами любого интернет-магазина стоят люди, которые сопровождают сделку до момента, когда клиент получает товар или услугу. Голосовые продавцы могут справляться с этой работой быстрее и эффективнее. Мы считаем, что через 5-7 лет голосовые чат-боты будут внедрены в каждой крупной компании. Наша цель — научить бота помогать наполнять корзину, вести диалог с клиентом отдельно от сайта: например, предоставить возможность сделать заказ в мессенджере.



**Игорь Калинин**  
Генеральный директор twin

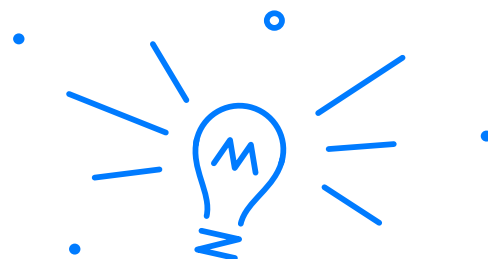
## Задача

Утконос ОНЛАЙН-один из крупнейших игроков российского рынка e-grocery. На фоне пандемии спрос на онлайн доставку, особенно продуктов питания, демонстрировал феноменальные темпы роста, нагрузка на службу поддержки и операторов контактного центра увеличилась многократно. Чтобы поддерживать уровень сервиса на высоком уровне и обрабатывать как можно больше и быстрее поступающие запросы, было необходимо автоматизировать часть операций, тогда и было принято решение в компании о скорейшем внедрении чат-бота, который способен обрабатывать диалоги сразу нескольких пользователей за пару секунд, выдавать необходимую информацию о товарах, проводить консультацию о доставке и многое другое

Необходимо было найти такой инструмент для коммуникации с клиентом, который позволил бы максимально интерактивно, быстро и удобно обеспечить получение информации о статусе заказа и решении стандартных вопросов

## Решение

Чат-бот, отвечающий на более 50 разных тематических вопросов.



## Как это устроено?

Создавать такой сложный продукт собственными силами было нерационально. Поэтому решение было запущено на базе готовой платформы twin. Twin - бизнес платформа для автоматизации каналов коммуникации компаний с клиентом при помощи голосовых и чат-ботов. Были проанализированы тысячи реальных запросов клиентов по телефону и составлены классические скрипты для диалогового бота. Каждый из диалогов был протестирован в оперативные сроки. Основной акцент сделан на создании такого бота, который был бы действительно полезен пользователям и мог снять нагрузку с контакт-центра.

Задачам компании Утконос отлично подошел чат-бот для обработки входящих обращений и увеличения уровня лояльности в обслуживании клиентов.

Например, первые запросы, которые начал обрабатывать бот были:

- 1) Статус заказа
- 2) Что с моей жалобой
- 3) Не могу авторизоваться /зарегистрироваться
- 4) Не могу оформить заказ
- 5) Не могу редактировать заказ
- 6) Верните деньги
- 7) Хочу скидку

.. Здравствуйте!  
Я бот-помощник, я отвечу на ваши вопросы.  
Спрашивайте:)

привет

.. Здравствуйте, еще раз!

гречка есть

.. Вы не можете найти на сайте нужный товар, да?

могу

.. Давайте разберемся. Задайте, пожалуйста, вопрос.

когда будет доставка моего товара

.. Для продолжения диалога мне нужно узнать вас получше.  
Мне потребуется:  
- номер вашего телефона

- номер заказа  
Поделитесь информацией?

.. Эм...нужны цифры номера телефона

.. Напишите пожалуйста свой мобильный телефон

+79153628994

.. Теперь укажите номер заказа из 12 цифр. Номер должен был прийти вам ранее в SMS

123443754870

.. Секунду...

.. Данные (телефон или заказ) введены неверно, программа отвечает «Заказ не найден».  
Давайте попробуем ввести заново

Попробовать снова    Оператор

Помимо свободных формулировок бот имеет дополнительный вариант поддержки диалога с человеком (кнопки, меню).

## Управление чат-ботом

Twin работает по модели SaaS (Software-as-a-Service) и не требует сложной интеграции с другими ИТ-системами клиента, и готов к работе сразу после получения доступа к платформе. Утконос ОНЛАЙН решил запустить бот на сайте в личном кабинете и мобильном приложении, а также whatsapp, telegram каналах. Была произведена интеграция с внутренними системами заказчика для реализации приема и передачи данных, классификации и заведения обращений. Всего было произведено 15 точек интеграции системы. Также было проведено обучение ответственного менеджера для самостоятельной корректировки ключевых запросов, акционных предложений и другого маркетингового контента.



«При выборе подрядчика мы анализировали множество предложений. Для нас было важно не просто разработать ботов, но и уметь управлять ими самостоятельно, анализировать результаты, вносить оперативные изменения. Компания Twin отлично справилась с поставленными целями, были достигнуты KPI, как на этапе тестирования чат-бота, так и на внедрении, сейчас данные показатели только улучшаются. Благодаря внедрению такого инструмента, сотрудники были переключены на более интересные и сложные задачи, при этом качество поддержки клиентов не пострадало. Клиенты отмечают, что стали быстрее решать свои вопросы. Мы планируем развитие каналов коммуникации, подключения голосового бота на линию поддержки».

**Федотова Екатерина**  
директор по сервису

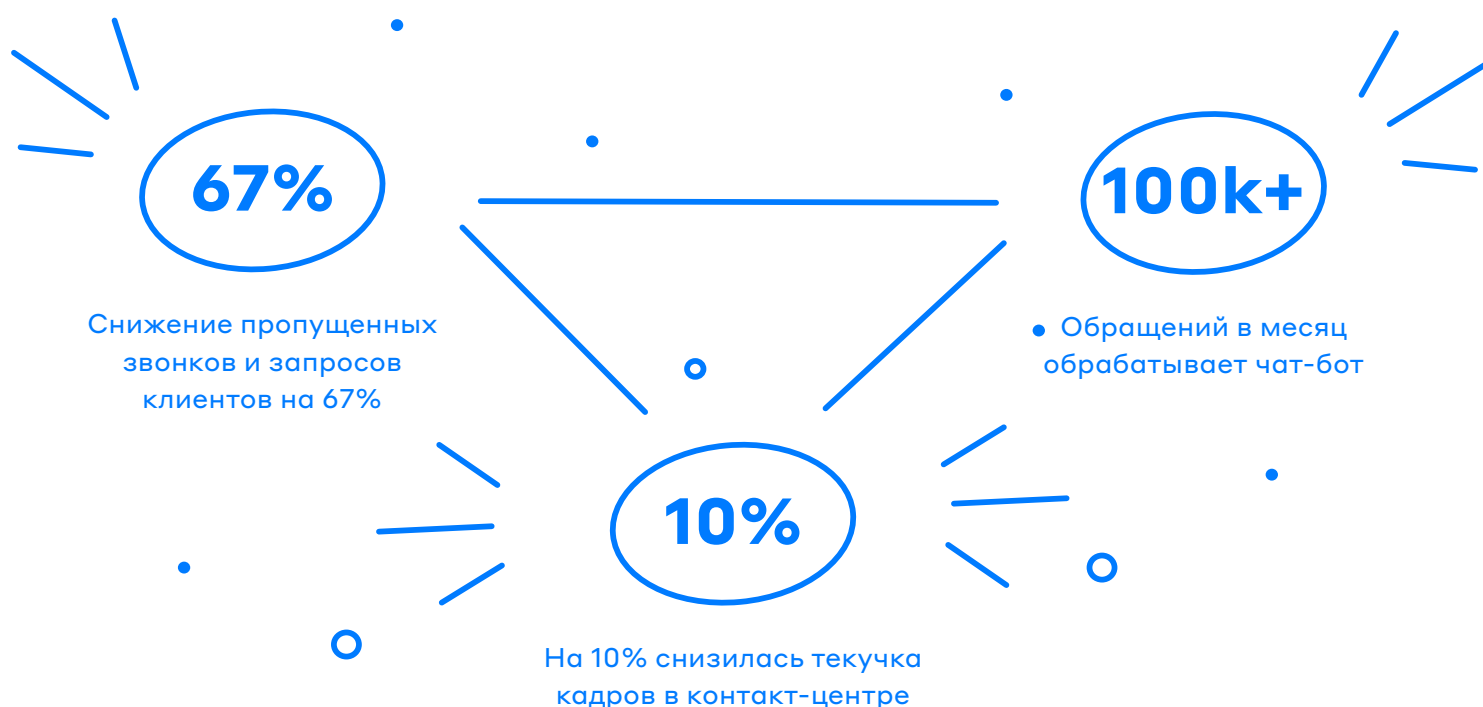


## Результаты

На фоне пандемии спрос на доставку вырос в 3-4 раза, заказы стали тяжелее более чем на 40% , на обработку заказов активно подключили бота Twin.

За 6 месяцев с момента запуска бота в продакшен, 80% вопросов результативно обрабатываются чат-ботом и только 20% переводятся на оператора.

- Каждый третий вопрос клиента обрабатывается чат-ботом.
- Платформа Twin позволила вносить изменения в контент, корректировать скрипты «день в день».
- Бот работает в режиме нон-стоп, это значит, что задав один вопрос, можно задавать следующий, не перезагружая сессию.
- Бот умеет обрабатывать более 50 тематик вопросов клиента.
- В компании видят потенциал развития внедрения ботов. В планах добавление обработки новых тематик, развития каналов коммуникации с клиентом, а также внедрение голосового бота.





## КАК АКТУАЛИЗИРОВАТЬ ДАННЫЕ СОТЕН ТЫСЯЧ КЛИЕНТОВ

Что делать, если постоянно открываются и закрываются новые офлайн бизнесы, а владельцы не торопятся актуализировать данные?

2ГИС — международная технологическая компания. Её главный продукт — геосервис 2ГИС, объединяющий карту, навигатор и справочник организаций. Сервис имеет детальные карты более чем для 730 городов 12 стран, работает офлайн в мобильных приложениях на Android и iOS и онлайн на 2gis.ru. В России на картах сервиса размещено 28 млн зданий и справочная информация о 3,5 млн организаций.

## Вызовы в сборе и актуализации больших данных

**Что оказывает влияние на данные в процессе актуализации:**

- **Компании закрываются**

По статистике больше половины компаний закрывается в первый год работы и еще половина в следующие 5 лет. Важно проверять, кто прекратил свою работу.

**Компании открывают**

- **новые точки**

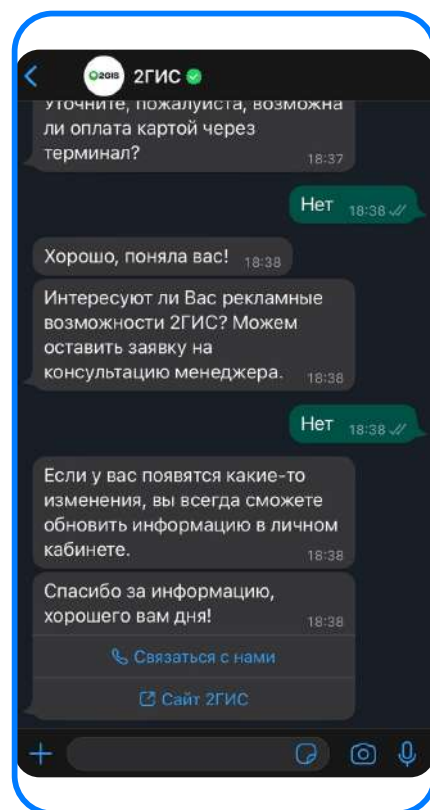
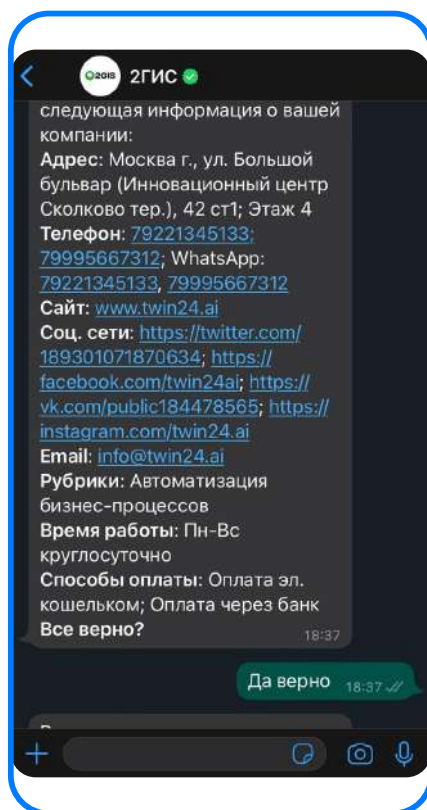
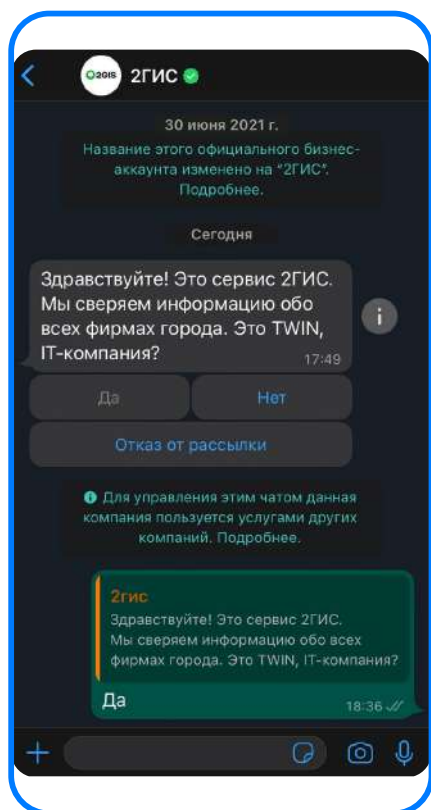
Сегодня у вас 1 пекарня, а за год успешной работы вы открываете еще 2 новые точки. Важно оперативно отображать новые точки на карте.

- **Компании переезжают**

Зачастую бизнес ищет более дешевые места для аренды с наибольшей проходимостью. Компания может переехать на другой конец города, но не обновить информацию в интернете о себе.

- **Меняются реквизиты**

Телефоны, email, ссылки на социальные сети, ФИО директора, юридические лица и другие реквизиты компании непостоянны. Если отображается неактуальный телефон и сайт, пользователь не сможет достучаться до компании и получить нужный товар или услугу.



## Что искал 2ГИС?

При выборе решения для актуализации данных в 2ГИС руководствовались 4 ожиданиями:

1

Стоимость актуализации должна быть существенно ниже услуг контакт центра и физической проверки (ногами можно прийти к точке).

2

Возможность актуализации данных, до 100 000 адресов в короткий период времени (день/неделя).

3

Самостоятельно работать над роботами, удобный интерфейс для построения сценариев, понятная логика работы.

4

Построение коммуникации с клиентом, отработка запросов.

## Почему Twin идеально подошел под задачи 2ГИС?

Платформа Twin дает возможность за короткие сроки создавать, внедрять и управлять голосовыми и чат-ботами. Что было важно:



AI (искусственный интеллект) - голосовые боты умеют учиться понимать намерения клиента и реагировать по ситуации



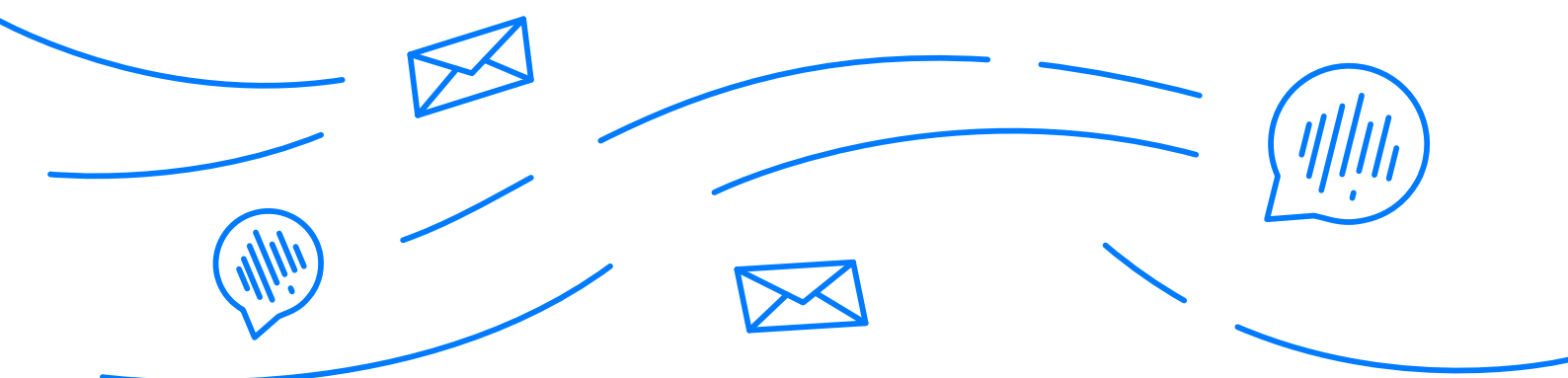
Параллельное ведение до миллиона чат-коммуникаций



Автоматическое внесение новых данных в систему 2ГИС



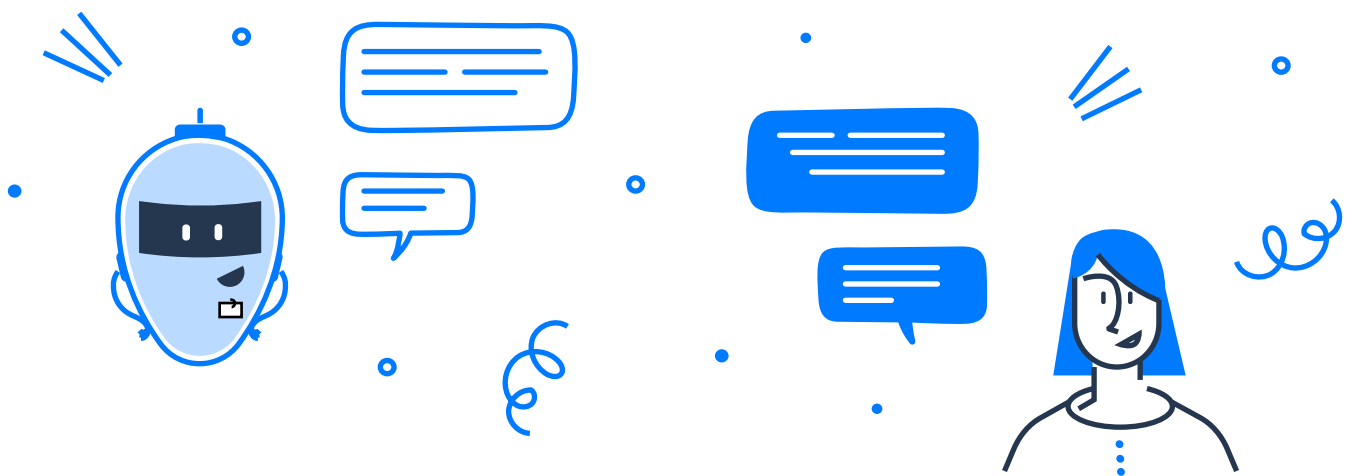
Быстрое развертывание и интеграция



## Как сейчас выглядит процесс актуализации данных?

- **Сделали чат-бота и интегрировали с системой 2ГИС:**

Был запущен процесс актуализации данных посредством чат-бота в мессенджерах, который показал хорошую конверсию. Специалистами Twin была проведена работа по обучению сотрудников 2ГИС, которые хотели самостоятельно написать скрипты и запустить работу на платформе. На протяжении пилота специалисты Twin курировали работу и помогали. За неделю совместно проанализировали реальные коммуникации живого человека, который актуализировал данные компаний и сделали чат-бота. Еще за неделю протестировали основные намерения клиентов и поправили скрипты.



- **Интеграция с 2ГИС**

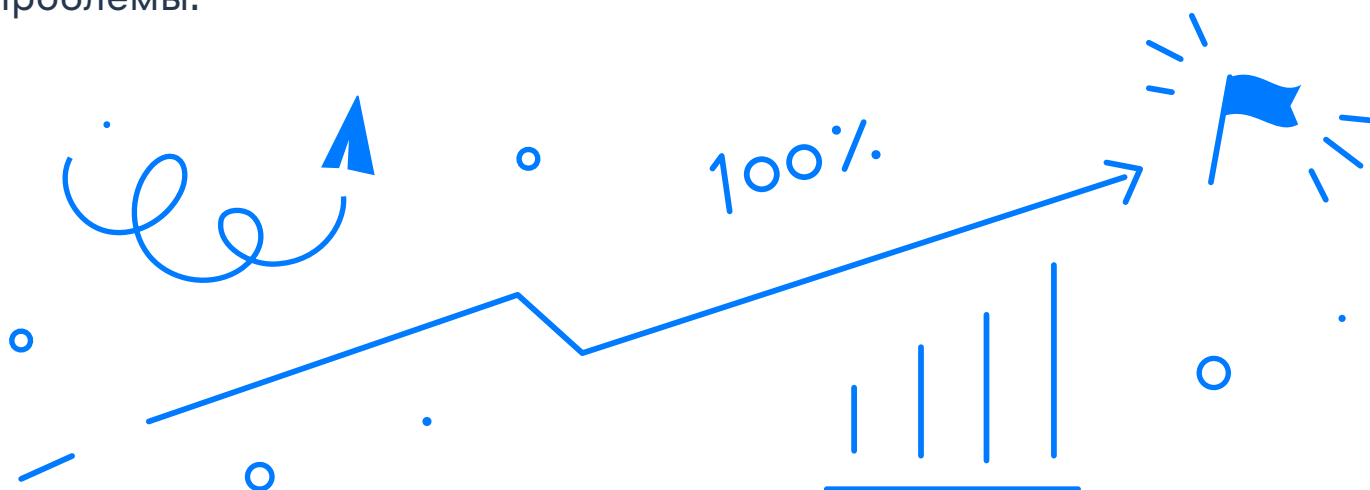
Сегодня сотрудники 2ГИС могут самостоятельно менять основные настройки бота на платформе, управлять, контролировать и работать. Платформа Twin легко интегрируется со всеми открытыми и закрытыми системами. Менее чем за месяц чат-бот умел самостоятельно обновлять полученную в разговоре информацию в базе данных 2ГИС.

### ○ Использование нейросети

В Twin мы используем собственную AI технологию анализа намерений, которая позволяет выявлять основные намерения из предложения и с высокой вероятностью (выше 80%) понимать суть того, что говорит клиент. Не нужно делать большое количество вариаций фраз, обыгрывать фразы, чтобы система отнесла их к одному намерению, достаточно одной фразы, система все возможные варианты учет самостоятельно. Ну например, если взять фразы: “вы знаете, мы переехали”, “знаете ли, мы переехали”, “мы переехали, знаете ли” - эти фразы нужно заложить ключевыми словами, нейронная же сеть позволяет сделать один пример этой фразы и все остальные похожие на эту фразу система сама отнесет к нужному намерению, тем самым время обучения платформы сокращается, можно быстрее создавать скрипты без потери точности, при этом скорость разработки скриптов быстрее в 7 раз, чем получение аналогичного результата с применением ключевых слов. Такие показатели являются результатом более 10 лет опыта и тренировки на реальных кейсах.

## Результаты внедрения

Сейчас 87% диалогов чат-бота приводят к сверке карточек из тех, что ответили при рассылке. Также налажена коммуникация с клиентом для обмена информацией в мессенджерах, почти 30% переводится на оператора. Twin позволил избавить операторов 2ГИС от рутины и переключить их на более важные и маргинальные проблемы.



## Какие цифры показывает чат-бот?



## Что будет дальше?

Планируется расширить каналы коммуникации чат-бота: подключить telegram, viber. для работы с пользователями, рекламодателями и обновления информации. С ростом бизнеса и увеличением базы клиентов, внедрение роботов является одним из факторов, позволяющих масштабировать бизнес и его капитализацию.





## **КАК ДОБИТЬСЯ, ЧТОБЫ БОЛЕЕ 90% ВХОДЯЩИХ ЗВОНКОВ ОБРАБАТЫВАЛ РОБОТ?**

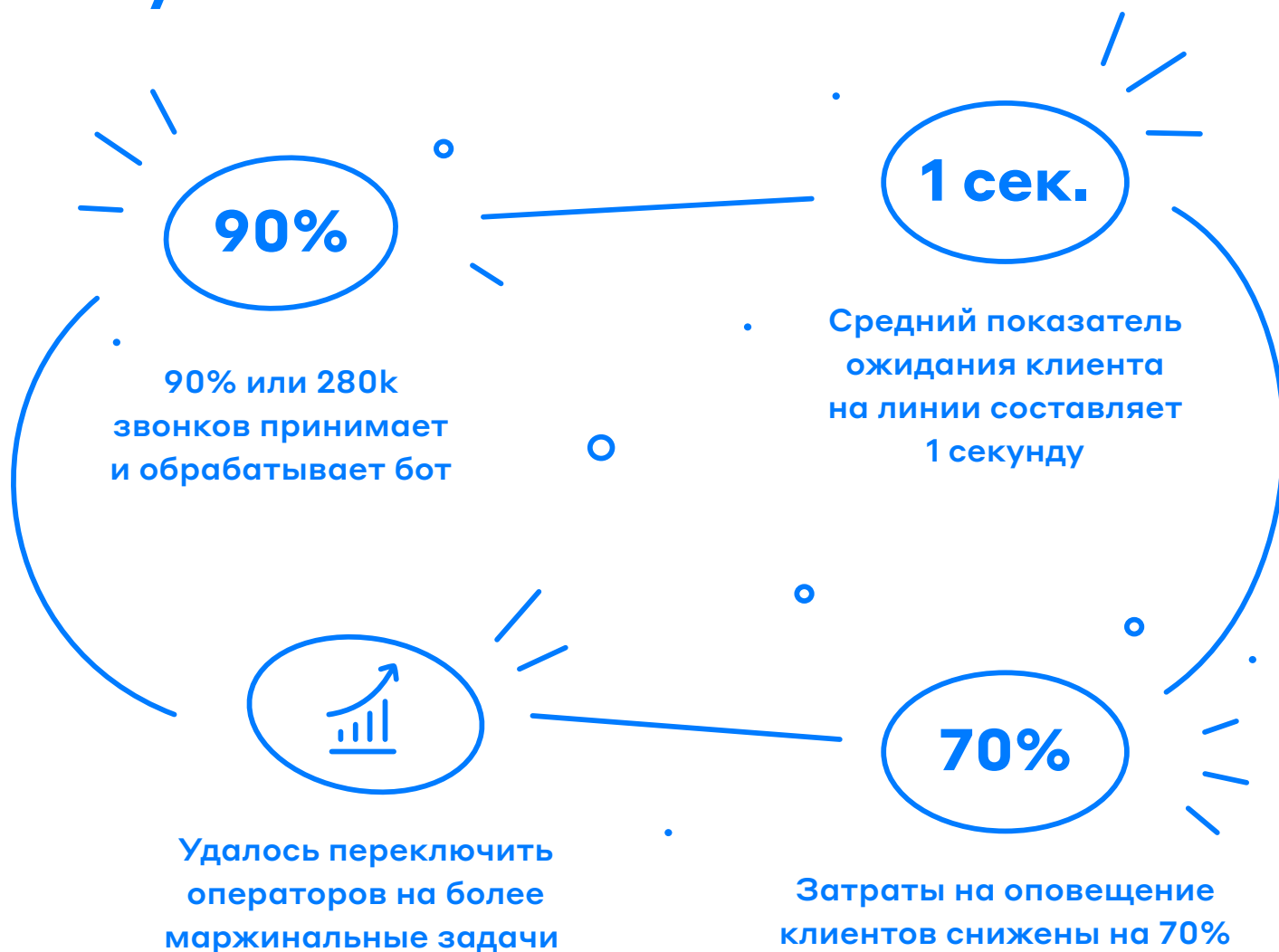
Результаты внедрения Twin в транспортной компании «GTD», которая осуществляет грузоперевозки.

## Голосовой робот в call-центре

В компании отмечают повышение нагрузки входящим трафиком за счет роста клиентской базы и превышения оборота в 4 млрд. рублей за 2020 год.

Представители GTD рассказали о проекте внедрения Twin с целью дальнейшего масштабирования бизнеса и повышения качества обслуживания клиентов.

## Результаты голосового бота



Twin начал работу с изучения бизнес-процессов для их дальнейшей оценки и улучшения качественных показателей.



На начальном этапе команда приняла решение о замене SMS на звонки от бота, что позволило снизить издержки — это трудоёмкий процесс разработки интеллектуального бота, тестирования всех его показателей на фокус-группах, обработки данных, внедрения в коммуникацию и контроля бота в дальнейшей работе. Интеграция с SAP клиента позволила внедрить различные виды уведомлений через разные каналы: push-уведомления, Viber, VK, Telegram.

Высокая отказоустойчивость позволяет обрабатывать голосовым ботом существенный объем входящего голосового трафика.

### Основное решение

Кейс помог снизить затраты call-центра транспортной компании GTD на **70%** и увеличить конверсию «из звонка в заявку на доставку» на **5%**. Также была решена проблема длительного ожидания на входящей линии — теперь оно составляет **1 секунду**.



снижены  
затраты  
на **70%**



увеличена  
конверсия  
из звонка  
в заявку  
на **5%**



ожидание  
на линии  
**1 сек.**

- Высокие результаты были достигнуты благодаря профессиональной команде разработчиков Twin. Реализовыван сложный кейс, который позволил закрыть ключевую проблему.

Мы показали уникальные результаты: **0 пропущенных звонков**, снижение затрат на оповещение клиентов на **70%**, а также участие бота в **90% заявок**.



**0 пропущенных  
звонков**



**участие бота  
в 90% заявок**

Главное отличие кейса и решения Twin — постоянное усовершенствование канала коммуникаций, GTD сможет наслаивать решение дополнительные возможности, словно конструктор. Например, сейчас происходит внедрение голосового бота для исходящих коммуникаций — информирования клиентов о статусе доставки груза.

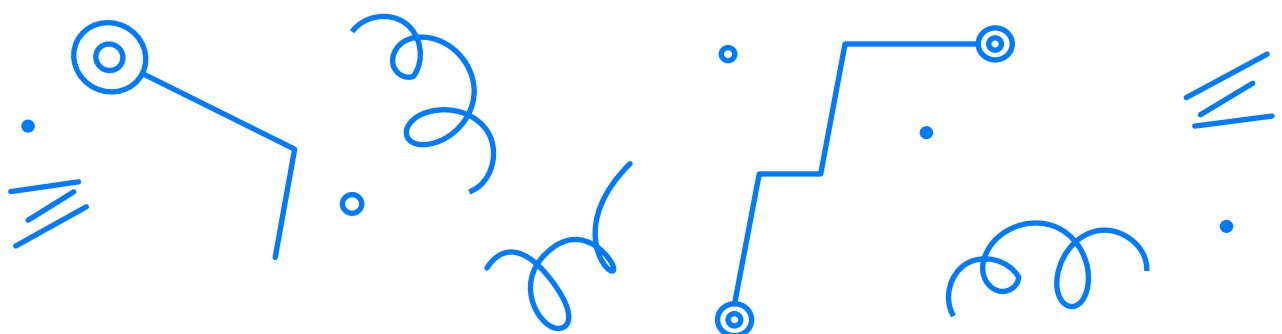
Суть кейса - в снижении затрат call-центра транспортной компании GTD за счет автоматизации коммуникации с клиентами с помощью решения Twin.

Транспортная компания GTD обратилась к Twin по ряду причин:

- 1) Нагрузка на операторов call-центра достигала 60% в пиковые моменты.
- 2) Из-за отсутствия свободных операторов клиентам приходилось долго ожидать ответа на линии, это время могло достигать 40 минут.
- 3) По оценкам компании на обработку заявок требовалось 400 новых сотрудников, обучение которых занимает длительный срок.

## Вывод

Рынок контакт центров растет, а роботы уже сейчас играют в нем большую роль. Стратегически важно внедрять и развивать компетенции в роботизации не только входящих запросов, но и быстрое развертывание и внедрение роботов на работу с исходящими звонками. Технологии Twin способны решать масштабные задачи на реальных кейсах уже сегодня.





## КАК БЫСТРЕЕ ВЫДАВАТЬ ЗАКАЗ И СНИЖАТЬ ЗАТРАТЫ НА СКЛАД

Как Twin снизил время нахождения заказа в пункте доставки на 25%

Компания «ПЭК» создана в 2001 году и сейчас является национальным экспертом в области транспортно-экспедиционных услуг. Помимо межтерминальной перевозки сборных грузов, компания обеспечивает транспортировку авто-, авиа-, железнодорожным и морским транспортом, оказывает услуги ответственного хранения и складской обработки, организует логистический сервис для интернет-магазинов. Ежегодно более 3 500 000 клиентов пользуются логистическими услугами «ПЭК»: частные лица, крупные производственные и торговые предприятия.

Для обеспечения эффективной работы тысяч офисов в разных странах и регионах РФ, ПЭК оптимизирует показатели ключевых параметров, например:



Количество возвратов



Стоимость и каналы уведомлений клиентов



Время ожидания выдачи груза



Количество пропущенных входящих звонков



NPS

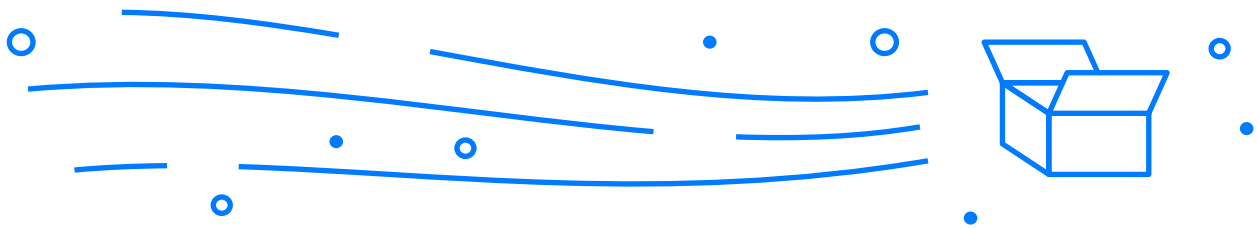


Маршруты курьеров



Более 2000 офисов были проанализированы ПЭК и выяснилось, что компания теряет деньги на том, что полки пунктов выдачи заполнены доставленными посылками. Операторы ПЭК и усилия франчайзи не справлялись с количеством накопленных товаров к выдаче. Необходимо было прорывное решение, позволяющее компании развиваться без увеличения площадей и расходов на новые склады и не раздувая штат контакт центра.

После анализа выяснилось, что бесплатно на складах хранится более 100 000 готовых к выдаче товаров, которые съедали маржинальность, создавали беспорядок на складах, загружали call-центр. Часто, получатели посылок забывали вовремя приехать на пункт выдачи или пропускали уведомления о выполненной доставке.



## Доставка курьером

Также ПЭК был не удовлетворен продажами курьерских услуг, ведь расходы на хранения большого количества посылок, можно было бы решить в пользу дохода компании, если бы часть залежавшихся заказов получилось доставить курьером. Допродажа курьерских услуг стала важной составляющей в разработке решения.

## Решение для уведомления клиентов и снижения времени выдачи заказа от Twin

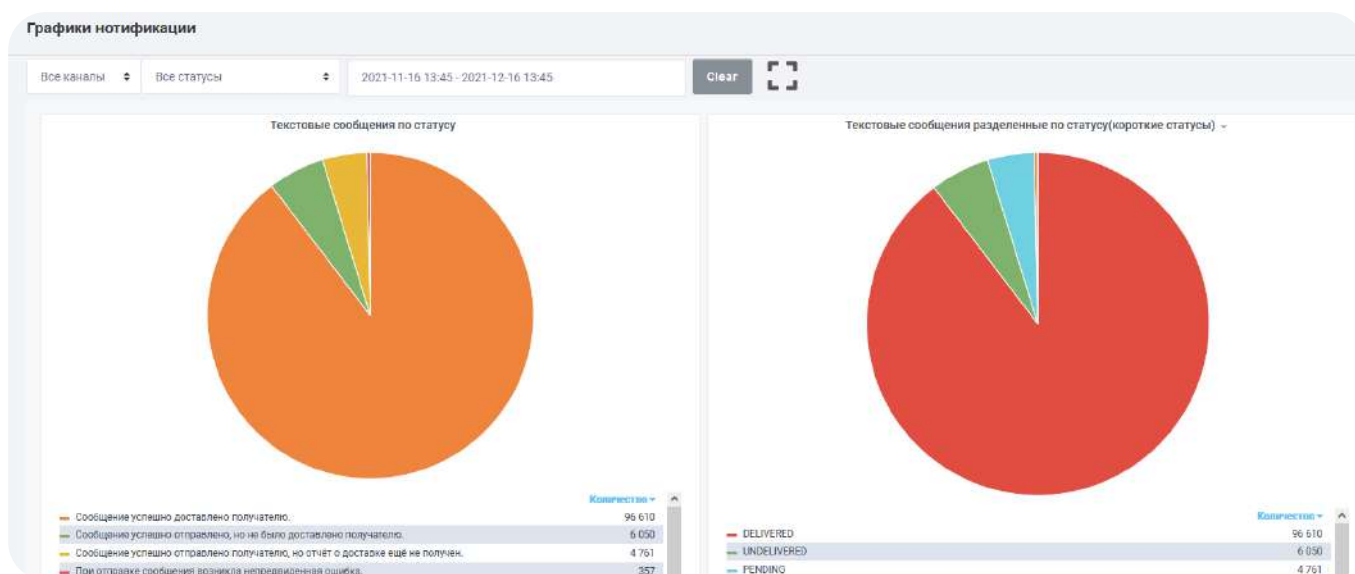
Для организации системы уведомлений тысяч клиентов по всей России требовалось AI решение, которое, с одной стороны, содержало бы большой объем заготовленных диалогов и намерений, а с другой, бесперебойно работало во всех часовых поясах, а в идеале, было бы доступно для быстрой настройки внутренними работающими системами ПЭК.



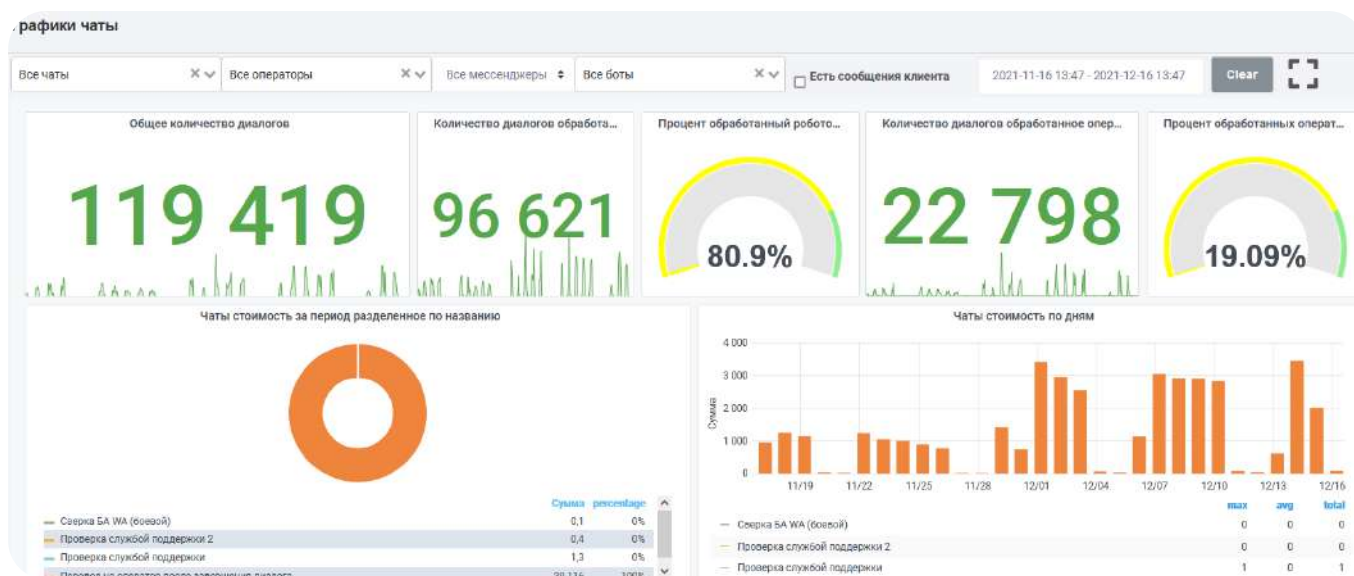
Для голосового робота нужно было создать оригинальный скрипт, соответствующий философии и ценностям ПЭК, ведь в момент звонка, робот является полноценным сотрудником и представителем компании. Для этой задачи мы выбрали записи звонков лучших сотрудников контакт центра и сделали цифровые копии, которые за доли секунды могут сориентироваться в выборе нужного ответа и помочь практически со всеми вопросами, будь то получение груза или/и организация курьерской доставки не хуже, чем человек.



Для самих сотрудников ПЭК процесс внедрения и управления новым роботом выглядел очень просто. Ответственный со стороны ПЭК открывал web-приложение со скриптами робота, выбирал пункт акции и вносил новые идеи от отдела маркетинга за считанные минуты.



Чтобы роботов легче было контролировать и анализировать, мы реализовали систему сквозной аналитики, которую вы можете видеть в виде дашбордов личном кабинете или интегрировать с вашими внутренними системами. В аналитике может содержаться инфографика, архивные записи звонков, переведенные в текст, действия с изменениями данных в системе, конверсии по достижениям ключевых результатов. Если на платформе у менеджера возникает вопрос, то онлайн поддержка помогала найти решение его прямо в web-приложении, не используя сторонние сервисы или сайты.



## Результаты

Согласно статистике, полученной в первые месяцы работы голосового бота, время нахождения груза на складе сократилось **на 25%**. Продажи услуги доставки груза в некоторых городах России и Казахстана выросли **в 6 раз**. Штат специалистов, работающих на продаже услуги «курьерской доставки по городу» был полностью расформирован и реформатирован под более маржинальные задачи.



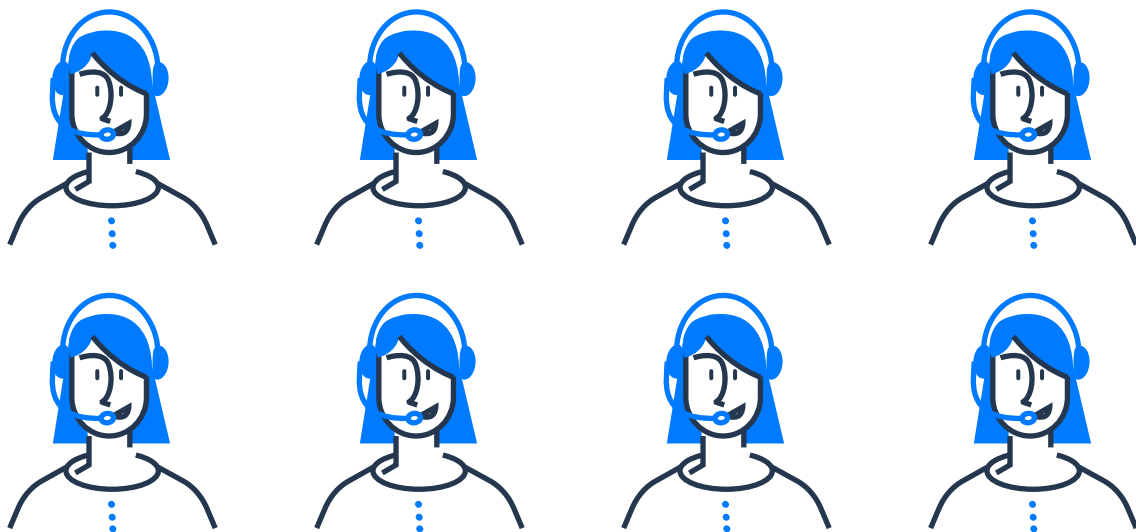
# КАК СОЗДАТЬ ЭФФЕКТИВНЫЙ АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ МАГАЗИН НА ДИВАНЕ

Результаты внедрения Twin в Shop & Show

## О проекте

Шоп Энд Шоу (Shop & Show) – это телемагазин нового поколения, который пришел на смену так называемым магазинам на диване, давно утратившим свое доверие телезрителя. Магазин работает в новом формате телевизионной торговли, основа которого — честная презентация в эфире и постоянно обновляемый ассортимент товаров.

На сегодняшний день это одна из наиболее известных торговых марок телевизионных продаж на рынке стран Восточной и Центральной Европы. Несколько лет назад канал совершил прорыв на российском рынке - запустил продажи в прямом эфире вместо роликов собственного производства (для чего была создана студия).



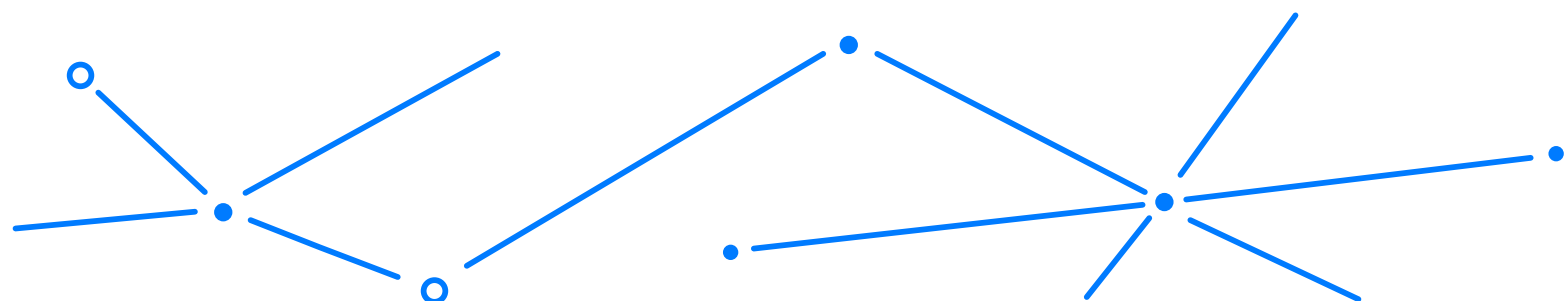
Для обслуживания клиентов компания использует собственный call-центр, в который ежемесячно обращается более 5 млн. клиентов с различными типами запросов, а так как каждый звонок обязан соответствовать корпоративным стандартам и политике, то диалогу с клиентом компания уделяет особое внимание.

В 2018 году руководством компании был определен план развития технологий на базе искусственного интеллекта, который в перспективе 2х лет позволял решить проблемы стихийного обслуживания звонков в прайм-тайм, а также перевести 100% сервисных направлений на голосовых и чат-ботов.

Первые попытки реализации начались практически сразу после утверждения плана, благо к тому времени на рынке услуг было достаточно предложений, а поставщики услуг по разработке ботов демонстрировали красивые презентации и делились многообещающими планами. На деле Shop & Show столкнулись с рядом проблем:

- ✗ API не интегрировалась с внутренними системами
- ✗ не получается достигать целевой конверсии
- ✗ недопонимания разработчиков и представителей Shop & Show (говорят на разных языках)

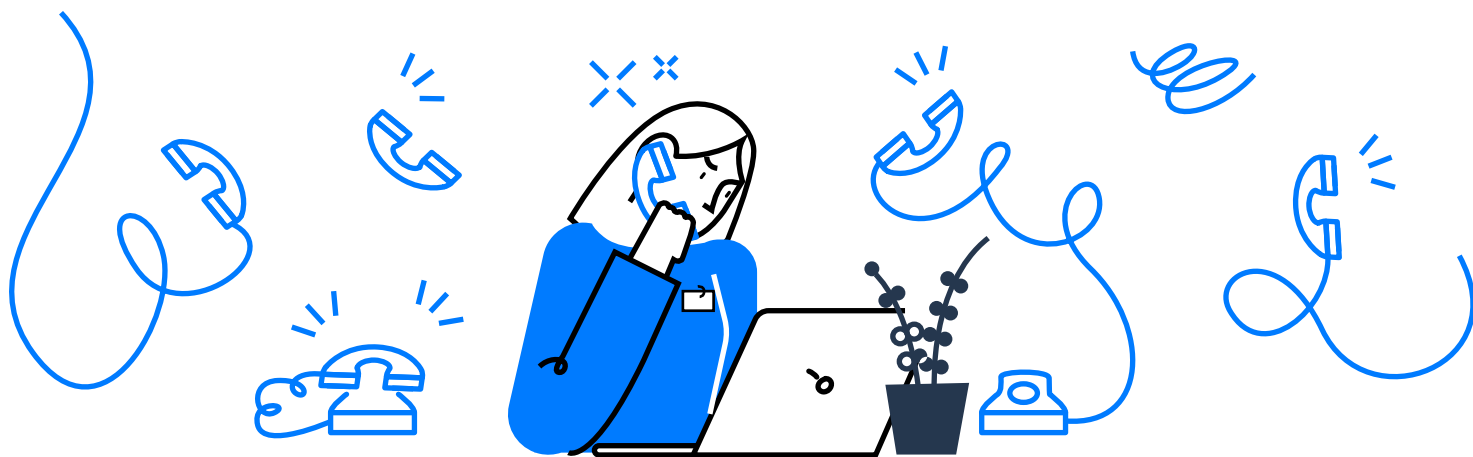
Наиболее ответственно к исполнению задачи подошел участник и действующий резидент Сколково - компания ООО «Уралинновация», которая в сжатые сроки провела глубокую интеграцию собственной омиканальной платформы twin с базой данных и телефонией компании.



## Постановка задачи

Стартовый кейс был выбран тот же, что и для предыдущих исполнителей - консультация в рамках текущего заказа клиента.

Доля звонков, по текущим заказам, в call-центре Shop & Show одна из самых высоких. Данное направление сильно конкурировало со звонками новых клиентов, которые заказывают товары в прямом эфире и не имеют возможности ждать, потому что время демонстрации лота ограничено. До внедрения бота менеджменту call-центра приходилось в буквальном смысле жонглировать операторами, что было неудобно всем и отражалось на качестве обслуживания, которое естественным образом снижалось.



## Технологии

Для распознавания речи Twin дополняет собственную систему распознавания речи разработками Google, Amazon, Tinkoff и «Яндекса». Именно эти усилия приводят к эффективному распознаванию на протяжении всего диалога — все сервисы используются одновременно и позволяют быстро подобрать релевантный вариант. В результате такой работы мы получаем 95% распознавания речи, что лишь немногим уступает показателям человека. Для примера еще в 2016 году, точность систем распознавания речи держалась на уровне не более 70-80%.

Сегодня каждый звонок сервисного направления, связанный с консультированием по текущему заказу, обрабатывает робот. По номеру звонящего робот производит идентификацию клиента в базе компании и получает **менее чем за 0,001 секунды** данные необходимые для продолжения диалога в рамках данного обращения.

Использование конкатенации голоса диктора и синтезированного голоса бота позволяет создать полную иллюзию общения с живым человеком, а не роботом, что особенно важно при обслуживании пожилых клиентов (80% всех клиентов магазина). По нашим данным только этот элемент дал необходимые 17% в достижение проходного значения - 80% диалогов бота должны быть завершены успехом.

В результате работы бота **92,6-95,5%** диалогов завершаются успешно.

Нам удалось перевести на работа объем времени, которое тратят **25 операторов** call-центра в месяц, что в денежном эквиваленте может дать экономию в виде **21 000 000 рублей** в год.



## Отчет по работе «Статус заказа»

Результат (по кол-ву)	26.06.2020	27.06.2020	28.06.2020	Общий итог	Корректность диалога	Выполнение KPI (80% корректных диалогов)
Подтверждение: невозможно обработать	477	453	204	1134	90,9%	113,6%
Подтверждение: один заказ	318	387	149	854	91,1%	113,8%
Подтверждение: два заказа	233	124	78	435	100,0%	125%
Подтверждение: более двух заказов	141	214	84	439	90,0%	112%
<b>Общий итог</b>	<b>1169</b>	<b>1178</b>	<b>515</b>	<b>2862</b>	<b>93,0%</b>	<b>116,3%</b>

Результат (по доле)	26.06.2020	27.06.2020	28.06.2020	Общий итог	Корректность диалога	Выполнение KPI (80% корректных диалогов)
Подтверждение: невозможно обработать	40,8%	38,5%	39,6%	39,6%	90,9%	113,6%
Подтверждение: один заказ	27,2%	32,9%	28,9%	29,8%	91,1%	113,8%
Подтверждение: два заказа	19,9%	10,5%	10,5%	15,2%	100,0%	125%
Подтверждение: более двух заказов	12,1%	18,2%	18,2%	15,3%	90,0%	112%
<b>Общий итог</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>93,0%</b>	<b>116,3%</b>

Распределение диалогов по результатам	26.06.2020	27.06.2020	28.06.2020	Общий итог
Подтверждение: невозможно обработать	40,8%	38,46%	39,61%	39,62%
<i>Другой вопрос</i>	22,58%	23,72%	26,6%	23,79%
<i>Заказы не найдены</i>	13,17%	9,76%	7,38%	10,73%
<i>Заказ еще не оформлен (в процессе)</i>	0,17%	0%	0%	0,07%
<i>Хочет отменить заказ</i>	3,08%	3,40%	3,88%	3,35%
<i>Молчат</i>	1,80%	1,53%	1,75%	1,68%
Подтверждение: один заказ	27,2%	32,85%	28,93%	29,84%
Подтверждение: два заказа	19,93%	10,53%	15,15%	15,20%
Подтверждение: более двух заказов	12,06%	18,17%	16,31%	15,34%
<b>Общий итог</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>





## КАК ПРОДАВАТЬ НЕДВИЖИМОСТЬ НА СУПЕР КОНКУРЕНТНОМ РЫНКЕ

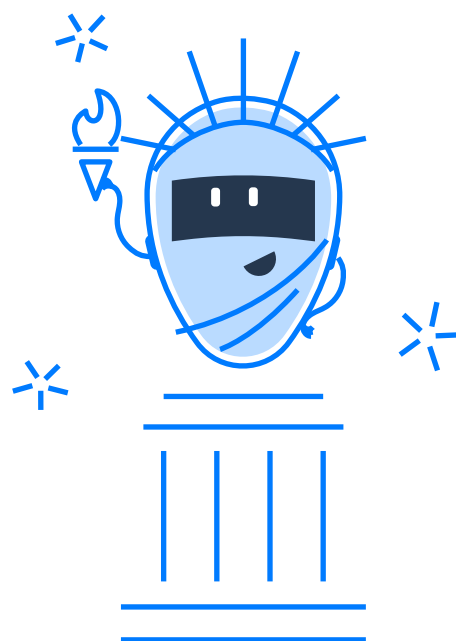
Лидогенерация на рынке недвижимости США с роботом Twin

## Задача

Payoffer крупная американская компания на рынке недвижимости. Регулярно необходимо совершать холодный обзвон по базе клиентов и получать на выходе запланированные встречи с клиентами (получить качественный лид) и информацию о состоянии объекта недвижимости. Обзвон необходимо производить по всем штатам США.

## Создание бота

Был проведен детальный анализ базы клиентов и под разные категории разработаны и сформированы триггеры поведения голосового робота. Мы детально изучили опыт сотрудников агентства недвижимости, разработали голосового бота, голос которого адаптирован к американской речи (интонация, акцент).



В тестовый период работы бота мы сравнили с человеком на небольшой выборке в 5000 человек. После обзвона мы получили 1% конверсии, который был равен конверсии человека при данной работе. Однако боту потребовалось на это несколько часов, а человеку, конечно же несколько дней, а может быть и недель.



Бот обзванивал клиентов, уточнял ценовое предпочтение, тем самым выявлял наш клиент или нет (до 200 тыс \$), предлагал услуги и назначал время встречи. А также собирал информацию об объекте недвижимости (состояние объекта, время владение, где находится, год постройки и т.д.).

## Преимущество Twin, почему именно мы:



У ботов Twin нелинейный диалог. Это означает, что мы можем создать диалог, который позволяет проигрывать несколько сценариев, и самое главное, бот сделанный на основе реальных диалогов, подобен человеку. Речь идет не о предварительных записях, а о «живом диалоге» бота и человека, у ботов Twin синтез речи составляет 93-95% — разница в 5-7% зависит от качества связи. Была синтезирована речь с американским произношением, которая была похожа на 99,9%.



Мы даем не только лиды, но и аналитику. В ходе разговора бот получал не просто готовый лид (*назначение встречи клиенту и менеджеру*), но и также собирал информацию об объекте недвижимости. На выходе получаем отчеты, удобные для пользования и дальнейшей работы.



Также в компании была внедрена платформа twin, которая значительно повысила эффективность работы, поскольку бот не только делал холодный обзвон, но и обрабатывал текстовые запросы. Клиенты могли написать из любого канала коммуникации (мессенджеры, социальные сети, сайт и т.д.), а робот обрабатывал запрос.



&

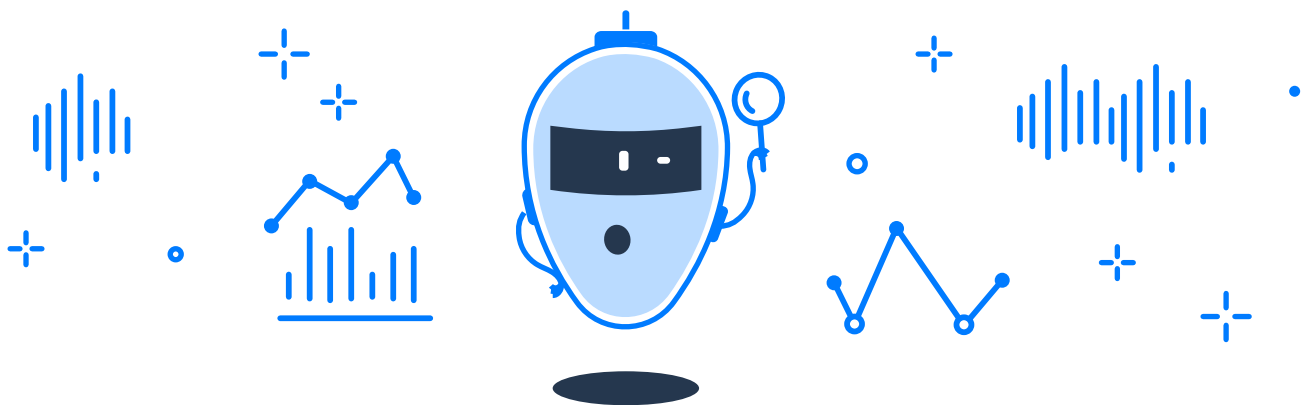


# КАК АВТОМАТИЧЕСКИ ПРИНИМАТЬ ВСЕ ВХОДЯЩИЕ ОБРАЩЕНИЯ ГРАЖДАН В ОБЛАСТНОЙ КЛИНИЧЕСКОЙ БОЛЬНИЦЕ

Интеграция роботов Twin в медицинских учреждениях

В областной клинике Рязани была поставлена задача - по телефону принимать 100% входящих заявок от граждан по вызову врача на дом, а также запись на вакцинацию. По обеим заявкам необходимо сформировать детальный отчёт и уведомление регистратора клиники. В заявке должно было отражаться:

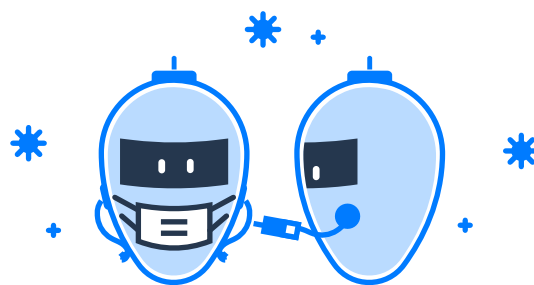
- ФИО пациента
- Адрес
- № участка
- Жалобы на здоровье
- Наличие больничного листа
- Были ли контакты с больным Ковид
- Организованность ребёнка



Партнёрами Twin был проведён детальный анализ записей разговоров операторов, принимавших заявки, изучен опыт сотрудников поликлиники, разработан голосовой бот. Также на начальном этапе был внедрен ВАС от Глобал Телеком для маршрутизации входящих обращений согласно, расписания работы клиники.

## Внедрение голосового робота

Сегодня бот принимает входящие звонки пациентов о вызове врача на дом и желающих пройти вакцинацию от Ковид-19, и передает их на электронную почту регистраторов каждой клиники отдельно.



Робот встроен в единый федеральный региональный номер 122 для оказания медицинских услуг для населения.

На первом этапе бот принимал лишь те звонки, на которые не успевали отвечать операторы. После адаптации, корректировок и обучения, бот принимает все обращения граждан по данным вопросам. В результате, положительный опыт одной клиники был масштабирован на все 37 клиник Рязанской области.



Таким образом, руководству клиник удалось решить вопрос с недовольством граждан, которые жаловались на невозможность дозвониться в клинику по вопросу вызова врача на дом. Кроме этого, освободилось время сотрудников, которые принимали звонки от населения. Теперь медицинские работники могут направить свои усилия на решение других важных вопросов и дел.

## Планы на 2022 г.

После анализа первых результатов, был разработан план по дальнейшему развитию в применении ботов:

- Интегрировать платформу Twin с программным продуктом Парус, в котором на данный момент работают врачи. Интеграция позволит по номеру полиса ОМС идентифицировать пациента при обращении и предоставить ему максимальный комфорт и доступ к услугам клиники во время звонка.
- Сделать доступным обращения пациентов через мессенджер Telegram, социальную сеть ВКонтакте и виджеты сайтов клиник с сохранением функционала голосового робота.
- Создать робота для мониторинга состояния здоровья пациентов, переболевших Ковид-19, с целью своевременного оказания мед. помощи.

## Преимущество Twin, почему именно мы:

- У ботов Twin нелинейный диалог, мы можем создать диалог, который позволяет проигрывать несколько сценариев при общении, которое выглядит как полноценный разговор двух людей.
- Twin всегда предлагает комплексное решение от собственного ВАС до интеграции в любую CRM систему клиента.
- Мы предоставляем не только услугу по автоматизации процессов коммуникаций, но и полную аналитику этих процессов. На выходе получаем отчеты, удобные для пользования и работы.



&



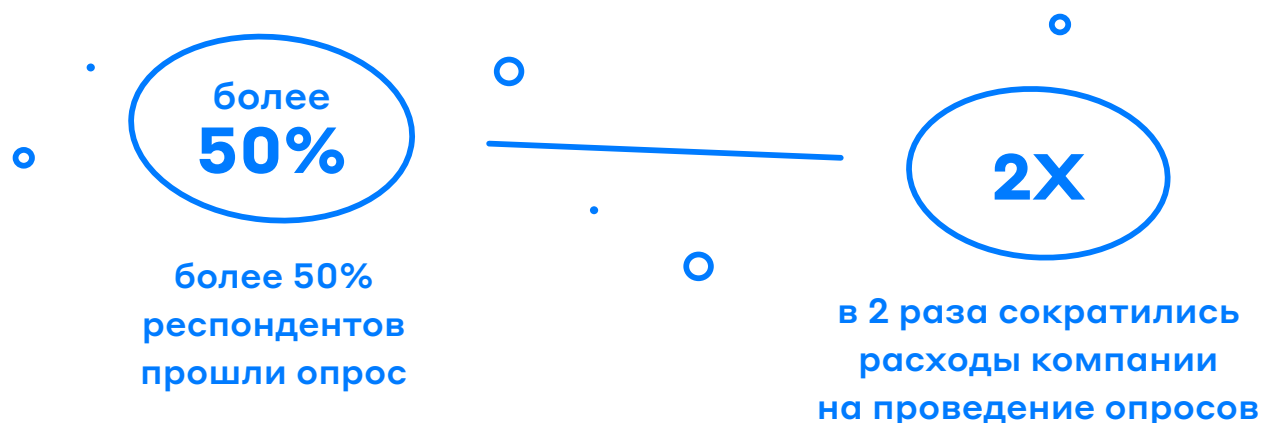
## КАК В X5 GROUP В РАЗЫ СОКРАТИЛИ ЗАТРАТЫ НА NPS ОПРОСЫ

Результат внедрения голосового робота Twin в X5 Group



## Коротко о результатах

Какой эффект удалось получить от внедрения голосового робота:



## О проекте

X5 Group один из крупнейших российских бизнесов. Компания занимает 1 место по выручке среди розничных компаний. Компания обслуживает миллионы клиентов, насчитывая более 16 000 магазинов.

В X5 Group постоянно работают над улучшением опыта клиентов (customer experience) и удовлетворенностью клиентов (NPS) и проводят опросы с помощью собственного многофункционального call-центра. В компании разработаны 5 вопросов, на которые отвечают постоянные клиенты и формируются данные в динамике, используемые для оценки работы отдельных подразделений компании.

При анализе выяснилось, что в работе задействуются высококлассные специалисты компании. При проведении опроса, сотрудники контакт-центра отвлекаются от более важных и маргинальных задач, погружаются в рутину NPS звонков. Все это приводит к падению уровня удовлетворенности сотрудников, увеличивается текучка кадров, снижается эффективность звонков.



Предыдущие решения, которые использовались в X5 Group, отвечали не всем необходимым параметрам. Нужно было найти новое решение, которое бы позволило компании сделать качественный скачок в процессе NPS опросов.

## Задача проекта

Запрос X5 Group был простым и сложным одновременно — найти новый инструмент получения обратной связи от клиентов, который:

- Показывает конверсию в заполнение анкеты не ниже текущей модели (*не ниже 50%*).
- Будет не дороже чем текущая модель.



## Решение: голосовой робот Twin

Для Twin создание сервисных роботов - одна из самых часто встречающихся задач. Каждую неделю мы внедряем до 50 голосовых помощников, которые работают исключительно с сервисом: статус заказа, входящие звонки на горячую линию, опросы и т.д.

Мы поставили задачу сделать копию лучшего менеджера X5 Group. Наши специалисты прослушали более 200 записей и основные сценарии диалогов. Затем в течении недели мы тестировали и вносили корректировки в сценарии и интегрировали работа с CRM Заказчика.

В течении месяца со дня работы мы запустили бота, обучили ответственного со стороны Заказчика вести дальнейшую настройку и управление обзвоном. Сейчас мы анализируем действующие скрипты и обновляем сценарии диалогов. 100% NPS звонков компания X5 Group осуществляет с помощью робота Twin.

## Первое обучение

- Загрузка диалогов
- Интервью с ML - специалистами Twin для донастройки

2 недели

## Тестирование

- Проверка корректности работы сценариев
- Интеграция с системами

1 неделя

## Запуск

- Внедрение проекта
- Импорт номер для обзвона

## Процесс

- Добавление новых сценариев
- Расширение функционала



## КАК В ТАНУКИ С ПОМОЩЬЮ ГОЛОСОВОГО РОБОТА TWIN СНЯЛИ НАГРУЗКУ С ВХОДЯЩЕЙ ЛИНИИ

Результаты внедрения Twin в Тануки

## Подтверждение заказа нового клиента компании

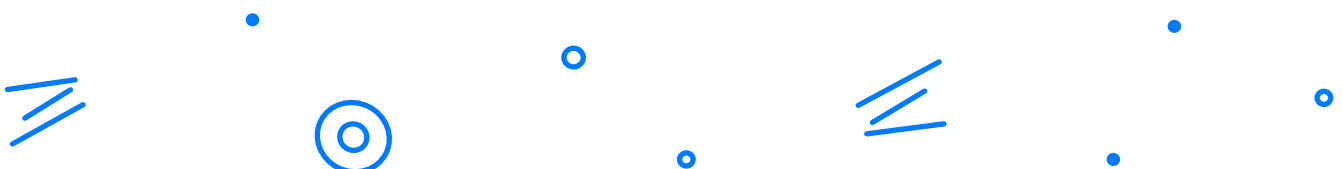
При первичном заказе от нового клиента, сеть ресторанов Тануки прозванивала новых клиентов и вручную и подтверждала заказ. Обзвон осуществлялся с помощью сотрудников службы доставки, что вызывало ряд проблем:

- ✘ Служба доставки часто перегружена заказами и пропускала или не вовремя реагировала на новые заявки.
- ✘ Не было единого стандарта ведения диалога с клиентом.
- ✘ Допускались частые ошибки в заказе.

Было принято решение систематизировать подтверждение первого заказа нового клиента с помощью голосового робота.

За 3 недели силами специалистами Twin был с нуля разработан и протестирован новый скрипт голосового робота. За 2 последующие недели бот был интегрирован с внутренними системами Тануки, проведено обучение ответственного менеджера со стороны Заказчика.

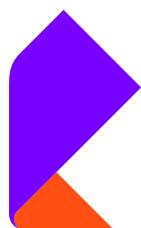
За время работы специалисты Twin несколько раз корректировали скрипты, добавили 7 новых веток и научили робота понимать дополнительно десятки новых намерений клиента. Сегодня все новые клиенты компании сначала общаются с голосовым ботом, который успешно справляется с задачей и перенаправляет звонки на оператора менее 1 раза на 100 звонков.







&

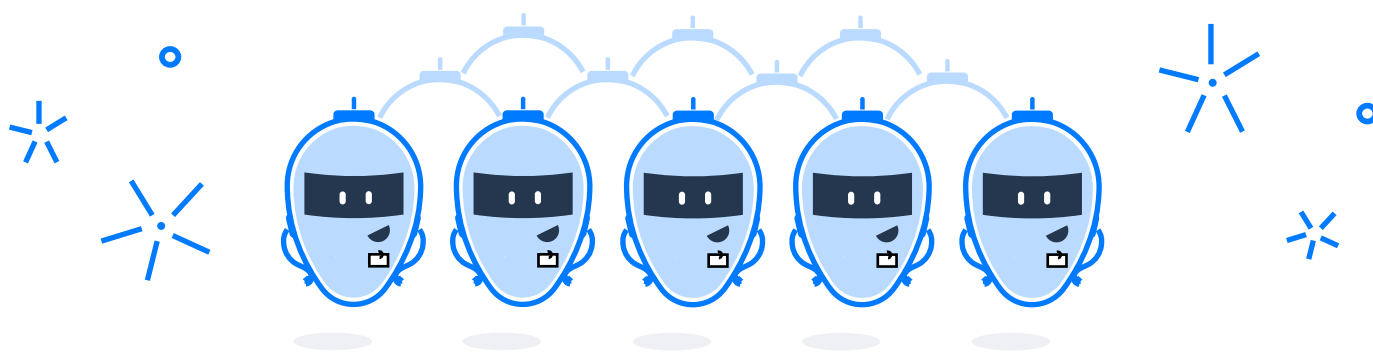


**Ростелеком**

# КАК УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ ДЛЯ ДЕЙСТВУЮЩИХ В2В КЛИЕНТОВ И СОХРАНЯТЬ В2С КЛИЕНТОВ С ПОМОЩЬЮ ГОЛОСОВОГО БОТА

Использование технологий Twin в экосистеме Ростелеком

Ростелеком – это крупнейшая российская телеком компания, которая ориентирована на новые технологии и обновления. В компании давно шли разговоры про будущее голосовых и чат-ботов и развитие компетенций в этом направлении. Однако развивать с нуля технологии голосовых и чат ботов - сложное и затратное дело. На формирование команды и разработку первых рабочих прототипов нужны годы и большие бюджеты. Поэтому было принято решение изучить рынок отечественных технологий.



## Выбор Twin

Из всех отечественных решений, Ростелеком выбрал Twin по ряду причин:

- ✓ Собственная разработка платформы и движка искусственного интеллекта
- ✓ Возможность интеграции с системами Ростелеком
- ✓ Партнерские условия по white label
- ✓ Большая библиотека готовых скриптов
- ✓ Команда управления и разработчиков Twin



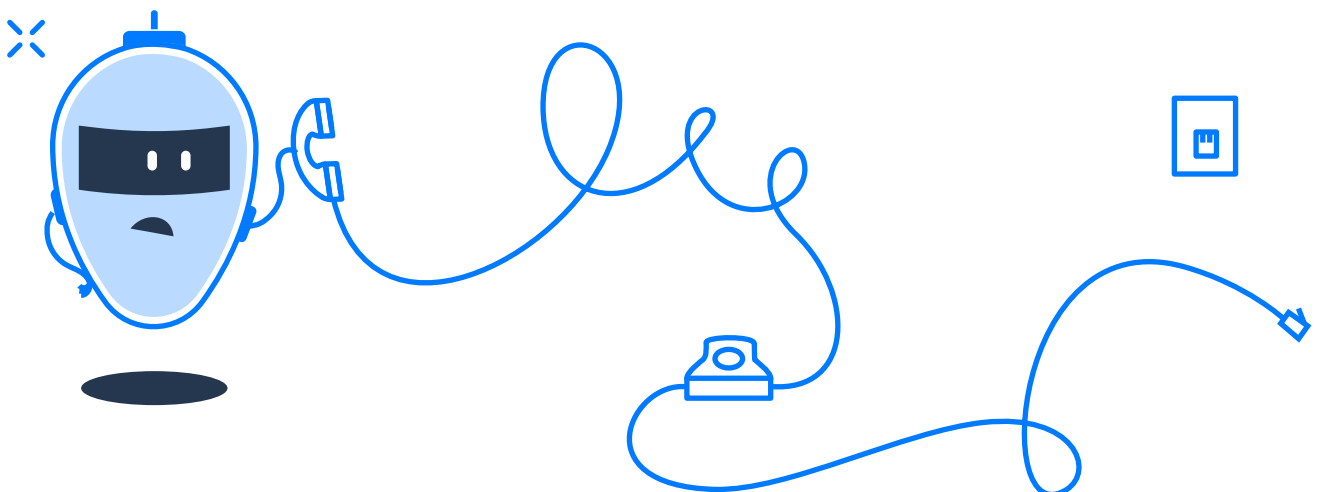
Ростелеком предложили работать по партнерской системе, чтобы использовать роботов Twin под своим брендом и перепродавать решение действующим корпоративным клиентам, а также самостоятельно интегрировать систему для внутреннего использования.

## Тестовое задание

Перед полномасштабным внедрением было решено показать робота в боевых условиях и решить поставленную задачу Ростелекома. Выбор остановился на автоматизации звонков по продлению услуги по использованию домашних телефонов.

Сегодня клиенты массово отключают домашние телефоны как устаревший способ коммуникации, для Ростелеком это достаточно большой стабильный ежемесячный поток, который нужно было максимально сохранить.

Для продукта домашний телефон с средним чеком 150-250 рублей в месяц стоимость звонка оператором была очень дорогой, поэтому было не выгодно удерживать от отключения телефона с помощью отдела продаж и контакт-центра (эти силы были использованы на более маржинальных продуктах).

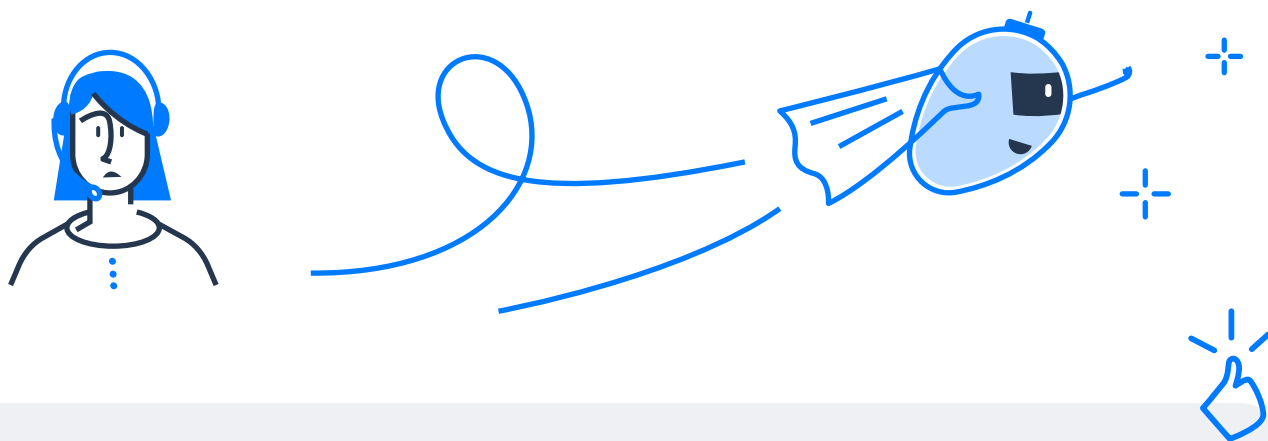


## Внедрение голосового робота

Мы взяли одного из лучших операторов Ростелеком и попросили сделать 100 звонков по предложению оставить услугу на использования домашнего телефона. По результатам менеджер показал конверсию 11% в продление услуги, что стало целевым показателем для работы команды Twin.

За 2 недели специалисты Twin создали копию оператора, оптимизировали скрипты, обучили понимать свыше 30 намерений протестировали на реальных кейсах.

Еще 1 неделя потребовалась после теста для оптимизации скриптов и добавления новых веток. Также за эту неделю обучили несколько менеджеров со стороны Ростелеком и интегрировали по API бота в CRM Заказчика.

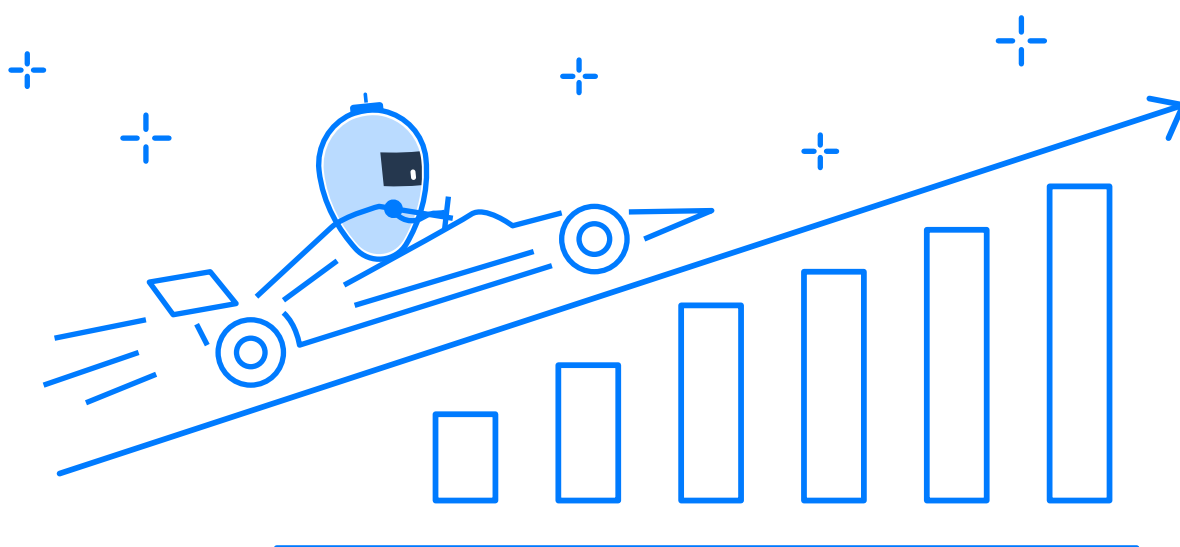


После месяца работы робот показал конверсию **свыше 15%** в продлении подписки, улучшив показатели оператора контакт центра. Стоимость работы бота в разы меньше стоимости работы человека, что позволило сделать такие звонки менее затратными и сохранить большой объем подписок на домашний телефон. Тест был успешно пройден и началась полномасштабная интеграция продуктов Twin.

## Развитие B2B-линейки продуктов

У Ростелеком наблюдалась проблема в продажах B2B клиентам: продать новые продукты старым клиентам становилось сложнее, а новые клиенты в условиях конкуренции чаще делали выбор в пользу другого оператора.

В Ростелеком было принято продавать стандартные продукты: корпоративные номера и связь, интернет, АТС и тд. Мы предложили интегрировать и продавать голосовых и чат-ботов в составе АТС Ростелеком или как новый отдельный продукт.



За первые месяцы совместной работы были заключены 3 контракта и более 10 намерений на подключение услуг Twin. Суммарная выручка по проектам превысила 10 млн рублей, а средний чек вырос в 2-3 раза.

Клиенты положительно отзываются о новых возможностях и ассоциируют Ростелеком с передовыми технологиями.



&



## КАК ЭФФЕКТИВНО СОБИРАТЬ ДОЛГИ ЗА ЖКХ

Результаты внедрения Twin в управляющие компании

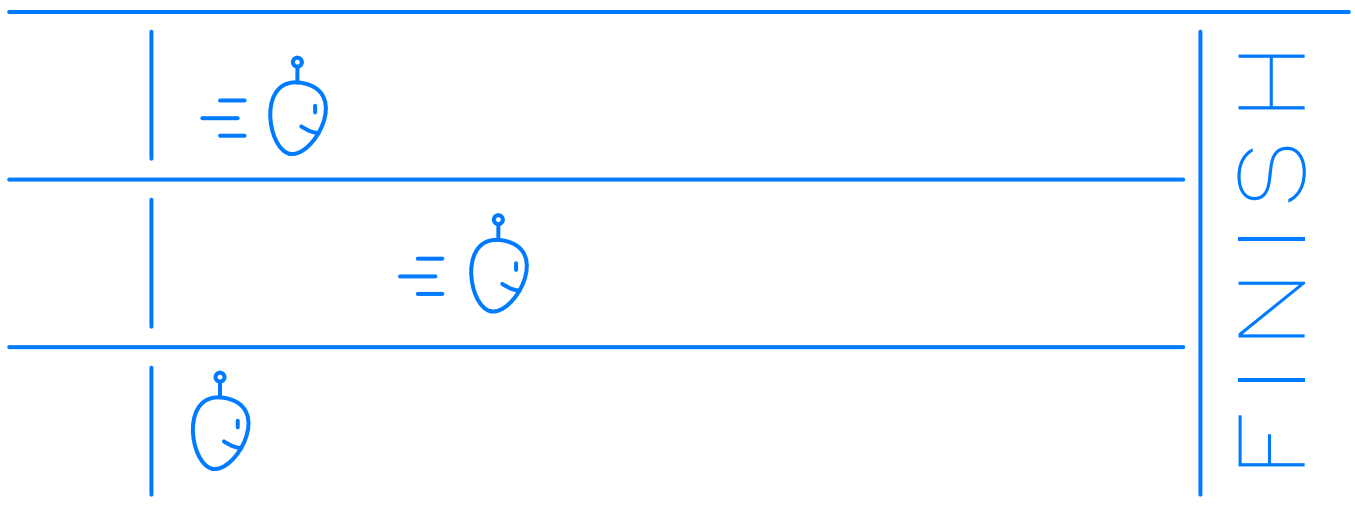
Уралэнергосбыт - крупнейший поставщик электроэнергии в Челябинской области. Для компании свойственна высокая дебиторская задолженность, потому что клиентами являются сотни тысяч человек, сбор задолженности очень трудозатратный процесс, который выстроить эффективно не всегда получается.

В компании использовали разные методы по борьбе с должниками: звонки операторами контакт-центра, смс-уведомления, e-mail письма, объявления по месту жительства и т.д.

Наибольшую эффективность показывали сотрудники контакт-центра, однако стоимость содержания большого количества операторов снижала маржинальность компании. В компании решили попробовать автоматизировать звонки должникам с помощью голосового робота.

## Соревнования роботов

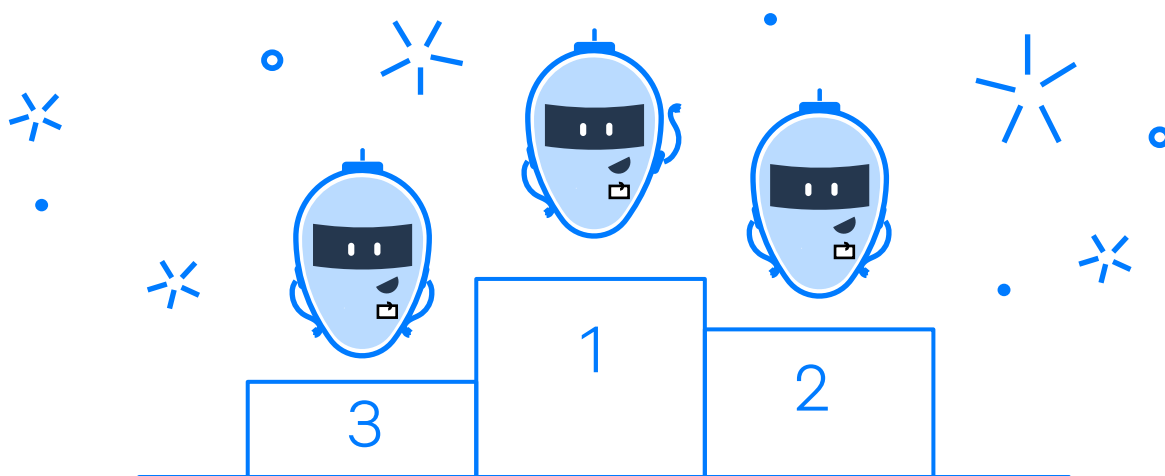
Чтобы проверить все решения доступные на рынке, Уралэнергосбыт выбрал сразу 7 компаний, а также собственный автоинформатор и попросил составить скрипт, провести пилотный обзвон 300 должников.



В Twin богатый опыт работы с банковскими отделами взыскания. Мы использовали наработки и намерения из предыдущих кейсов и на их основе за 1 неделю составили скрипт, который в вежливой, но настойчивой форме доносил до клиентов информацию по долгу.

По итогам пилота Twin показал аналогичный результат человеку по эффективности: из 300 звонков человек и робот смогли собрать каждый по ~15 млн. рублей.

Бот Twin обошел 6 других конкурентов (предлагающих ботов), автоинформатор и был приглашен принять участие в тендере. После победы в тендере специалисты Twin проделали большую работу по разработке голосового робота с различными сценариями ведения диалогов.



Сегодня 100% исходящих звонков делается роботом, нет очереди на обзвон (все должники вовремя и по графику проинформированы). Операторы контакт-центра теперь работают только на входящих звонках и подключаются к самым сложным кейсам.



&

**ТТК**

## **КАК ПРОВОДИТЬ ДЕСЯТКИ ТЫСЯЧ NPS ОПРОСОВ И КАЧЕСТВЕННО СОБИРАТЬ ДАННЫЕ**

Результаты внедрения голосового бота Twin

Компания ТТК входит в число крупнейших магистральных операторов связи и в пятерку компаний, предоставляющих услуги широкополосного доступа в интернет на территории РФ. Абонентская база ТТК составляет 1,8 млн абонентов.

При обширной базе клиентов важно поддерживать высокий уровень качества для каждого отдельно взятого пользователя и не пропускать ни один важный кейс.

В ТТК использовали труд сотрудников контакт центра для прозвона действующих клиентов и проведения опроса из 13 важных вопросов, ответы на которые должны были повлиять на принятие решений о дальнейшем развитии компании.

## Труд человека

Сегодня труд человека и время, потраченное на работу, оценивается очень высоко. Процесс поиска, отбора, обучения и вывода сотрудника на необходимый результат занимает месяцы и стоит несколько месячных окладов.



В ТТК столкнулись с тем, что высококлассные и дорогостоящие операторы внутреннего контакт-центра опустились до уровня рутинной работы. Это негативно сказалось на мотивации сотрудников, текучку кадров и качества смежной работы менеджеров контакт-центра.



## Копируем лучших

Наша задача была вывести рабочую версию бота и провести опрос 30 000 клиентов компании в течении 5 недель.



За первую неделю мы сделали скрипты по подобию лучшего менеджера ТТК и провели внутреннее тестирование.

За вторую неделю мы скорректировали бота и интегрировали по API платформу Twin с CRM ТТК.

За третью неделю мы прозвонили 5 000 абонентов, добавили 3 новых намерения и новую ветку в скрипт робота, обучили руководителя контакт-центра работать с роботом и самостоятельно вносить необходимые корректировки. На реальных кейсах бот показал конверсию более 40%, но пока не дотягивался до уровня лучших операторов контакт-центра Заказчика.

За четвертую и пятую неделю мы провели оставшиеся 25 000 звонков, незначительно скорректировали скрипт и добились результата выше лучших операторов ТТК.

## Результаты

**2,5x**

В 2,5 раза снизили  
стоимость проведения  
NPS опроса

**56%**

Добились конверсии  
56% в ответ  
(52% лучшая конверсия  
контакт-центра Заказчика)



&



## КАК ПЕРЕЙТИ ОТ ДОРОГОГО КОНТАКТ-ЦЕНТРА НА АУТСОРСЕ К РОБОТАМ

Цифровизация и автоматизация процессов с помощью роботов Twin

Domino's - мировая сеть пиццерий. Российский рынок - один из самых перспективных для компании. Качество обслуживания клиентов и высокий NPS - важные показатели оценки деятельности компании, поэтому компания тратила большие средства на качественный аутсорсинговый контакт-центр для собственной входящей линии.



### Было

Сайт и мобильное приложение, собственная горячая линия и услуги аутсорсингового контакт-центра.



### Боль

Высокие затраты на поддержку сервисных направлений и возможность продаж через все возможные способы оформления заказов.



### Решение

Twin предложил омниканальную идею цифровой трансформации - внедрение голосового бота на входящие линии и чат-бота в мессенджеры.



### Задачи

Повышение пропускной способности каналов коммуникации с клиентами и повышение доли автоматического обслуживания клиента. Передать на этапе MVP 30% коммуникаций на бота.



## Процесс работы

Domino's полностью доверили задачу команде Twin и создали условия для комфортной работы, отработке гипотез и проектированию бота. Команда Twin выступила как коуч-консалтинговая команда в автоматизации процессов.

### 1 Этап +

Отработка гипотез, написание скриптов.

### 2 Этап +

Тестирование на этапе MVP.  
Реализация оформления заказов на доставку пиццы по Москве.

### 3 Этап +

Подключение возможности заказа по акциям, которых более 50 в компании.

### 4 Этап +

Добавление функции консультирования по текущему статусу заказа.

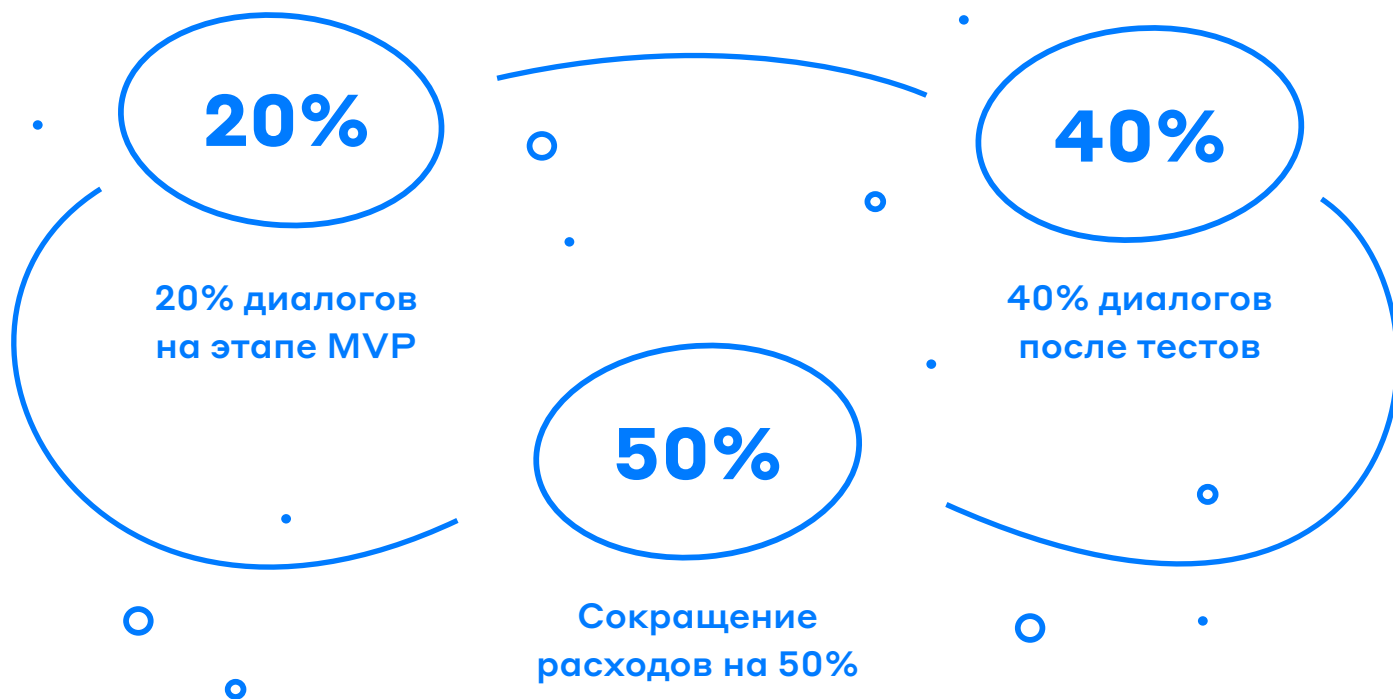
## Реактивное сопротивление

Twin пришлось делать 3 версии бота из-за проблемы реактивного сопротивления: 30% клиентов требовали перевести на оператора, доходя до оформления заказа, не смотря на корректную работу бота.

Twin реализовал подход, который используется в ресторанах быстрого питания, когда ты оказываешься перед кассиром: робот быстро и четко, без вопросов и не переспрашивая, брал подтверждение, которое было заложено заказчиком по скрипту.

Фиксацию заказа переместили в самый конец, сократили диалог от 2,5 мин до 1,5 мин. Это позволило воспринимать диалог более привычно и избавиться от реактивного сопротивления.

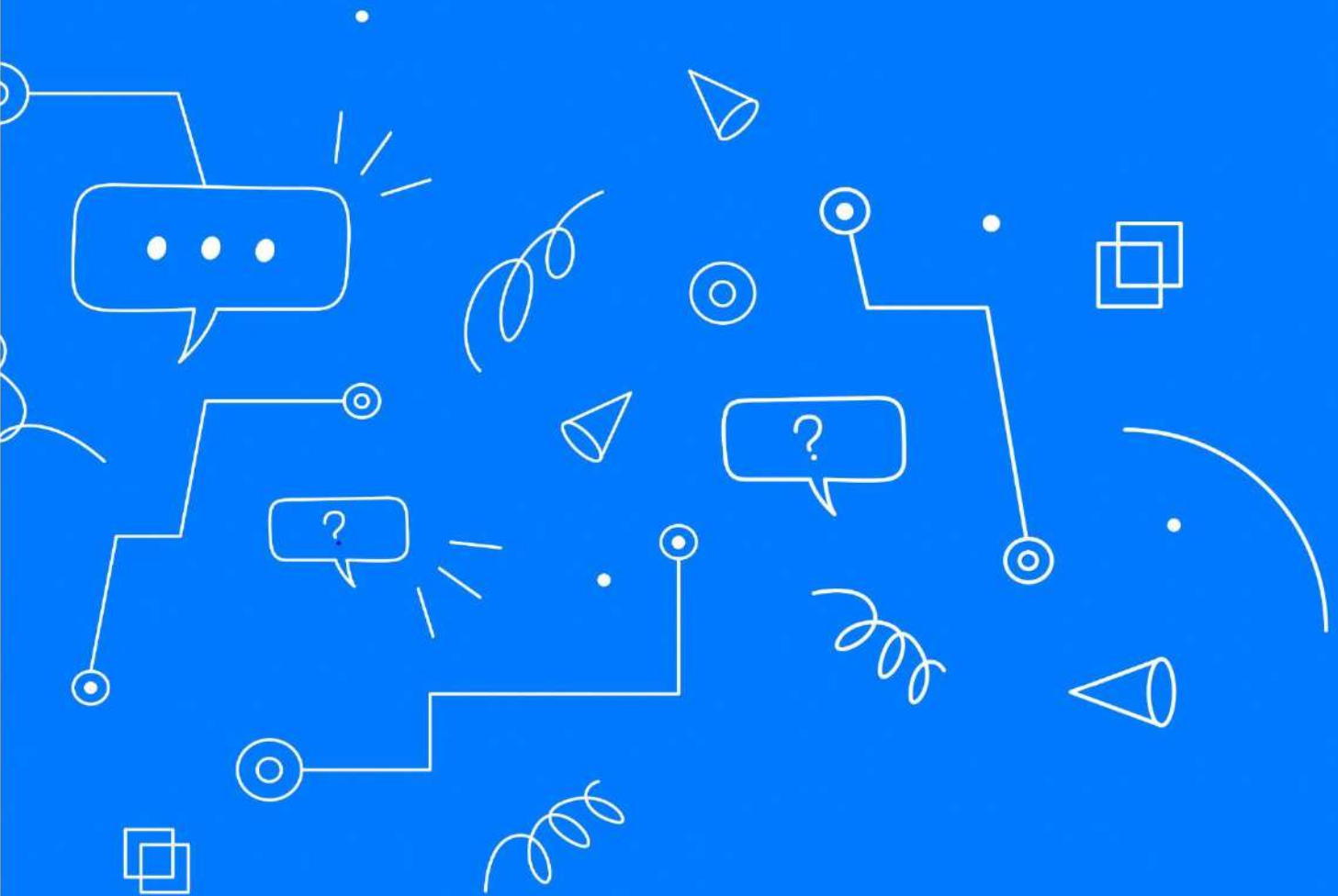
## Основные результаты



## Планы на 2022 год

Оформление заказов ботом и обработка чат-ботом в мессенджерах, к концу 2022 года затраты должны сократиться до 70%. Развитие чат-бота в мессенджерах как нового канала продаж.





# VOICE BOTS

Revolutionizing Cost Reduction and Enhancing Customer Service  
in Leading Companies through AI-powered Voice and Chat Bots

<b>Utkonos</b>	<b>1</b>
<hr/>	
How UtKonos Online Eliminated Peak Loads on Incoming Lines with the Help of a Chat Bot	
<b>2GIS</b>	<b>7</b>
<hr/>	
How to Keep the Data of Hundreds of Thousands of Clients Up-to-Date	
<b>GTD</b>	<b>14</b>
<hr/>	
Achieving Over 90% Call Handling by Robots	
<b>PEC</b>	<b>19</b>
<hr/>	
Faster Order Fulfillment and Reduced Warehouse Costs	
<b>Shop&amp;Show</b>	<b>24</b>
<hr/>	
Creating an Efficient Automated Store from the Comfort of Your Couch	
<b>Payoffer</b>	<b>30</b>
<hr/>	
Selling Real Estate in a Super Competitive Market	
<b>Ryazan Regional Clinical Hospital</b>	<b>33</b>
<hr/>	
Automatically Handling All Incoming Citizen Inquiries in Regional Clinical Hospital	
<b>X5 Group</b>	<b>37</b>
<hr/>	
Significantly Cutting NPS Survey Costs in X5 Group	
<b>Tanuki</b>	<b>41</b>
<hr/>	
Relieving the Incoming Line Burden with the Voice Robot Twin	
<b>Rostelecom</b>	<b>44</b>
<hr/>	
Boosting Sales for Existing B2B Clients and Retaining B2C Customers with a Voice Bot	

<b>Ural Energy Supply</b>	<b>49</b>
---------------------------	-----------

---

Efficient Debt Collection for Utilities

<b>TransTeleCom</b>	<b>52</b>
---------------------	-----------

---

Conducting Tens of Thousands of NPS Surveys and Collecting High-Quality Data

<b>Domina's Pizza</b>	<b>55</b>
-----------------------	-----------

---

Transitioning from Expensive Outsourced Contact Centers to Robots



The Intwin logo features a stylized blue icon of three vertical bars of varying heights on the left, followed by the word "intwin" in a lowercase, blue, sans-serif font.

&

The UtKonos logo consists of the word "UTKONOS" in a bold, black, uppercase, sans-serif font, followed by a yellow square icon containing two black dots.

AND.. AND.. ONLINE

HOW UTKONOS ONLINE ELIMINATED PEAK  
LOADS ON INCOMING LINES WITH THE  
HELP OF A CHAT BOT

Results of Intwin Implementation at UtKonos

*Our overall mission is to automate the behind-the-scenes business processes. For instance, behind every online store, there are individuals who manage transactions until the moment the customer receives the product or service. Voice bots can handle this work faster and more efficiently. We believe that within 5-7 years, voice chat bots will be implemented in every major company. Our goal is to teach the bot to assist in filling the shopping cart and engage in dialogue with customers independently of the website, such as enabling them to place orders through messaging apps.*

Nicolas Bobroff

CEO of Intwin

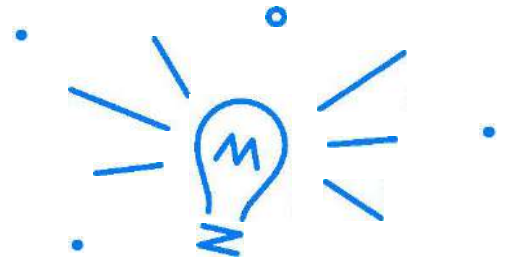
## Objective

Utkonos Online is one of the largest players in the CIS countries e-grocery market. Amidst the pandemic, the demand for online delivery, particularly for food products, has experienced phenomenal growth. Consequently, the workload on the support and contact center operators has multiplied. To maintain a high level of service and efficiently handle the increasing number of incoming requests, it became necessary to automate certain operations. Thus, the decision was made to swiftly implement a chat bot capable of handling simultaneous conversations with multiple users within a matter of seconds. The bot would provide essential information about products, offer delivery consultations, and much more.

The objective was to find a communication tool that would allow for maximum interactivity, speed, and convenience in providing information about order status and addressing common inquiries.

## Solution

A chat bot designed to respond to over 50 different thematic questions.



## How does it work?

Developing such a complex product from scratch would have been impractical. Therefore, the decision was made to implement a solution based on the ready-made Intwin platform. Intwin is a business platform for automating communication between companies and customers through voice and chat bots. Thousands of real customer inquiries received via phone were analyzed, and classic dialogue scripts for the chat bot were created. Each dialogue was rapidly tested and refined. The main focus was on creating a bot that would genuinely benefit users and alleviate the workload on the contact center.

The chat bot proved to be a perfect fit for UtKonos, enabling the processing of incoming inquiries and elevating the level of customer service and loyalty.

For example, the initial inquiries that the bot started handling were:

1) Order status;

2) What happened to my complaint;

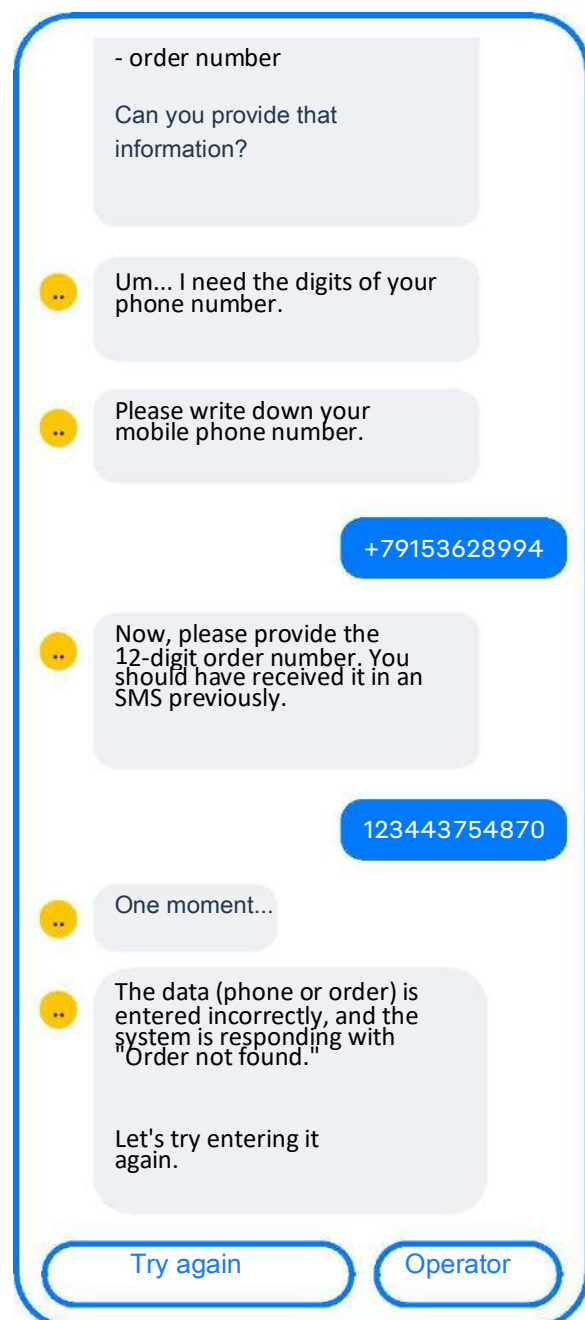
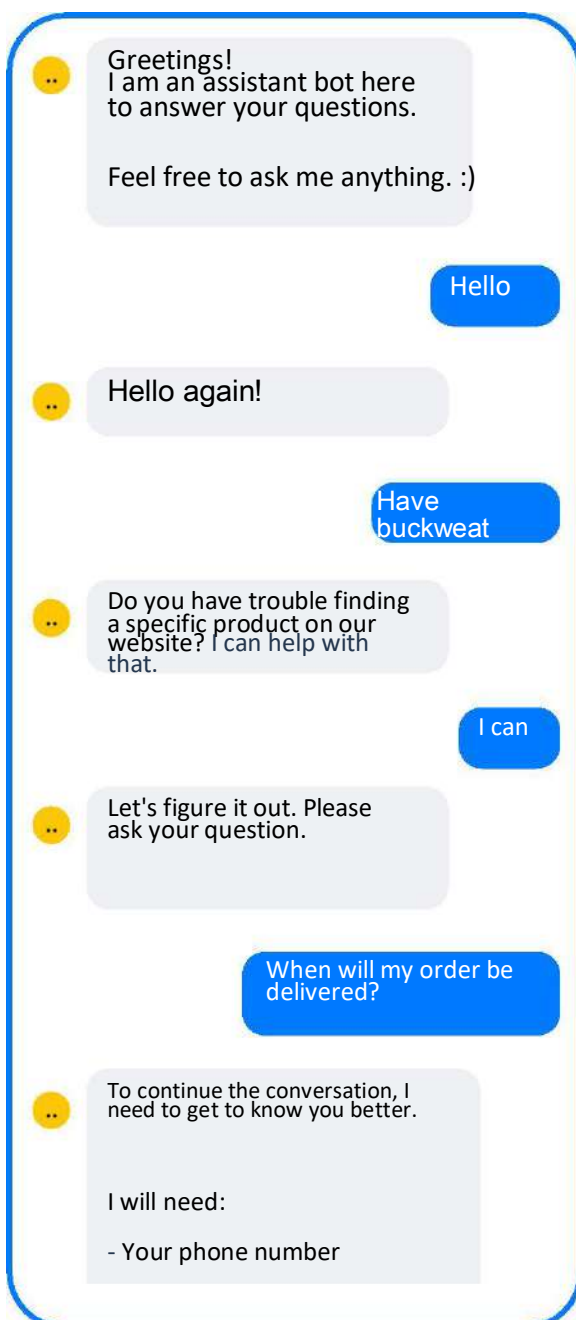
3) Unable to log in/register;

4) Unable to place an order;

5) Unable to edit an order

6) Refund request

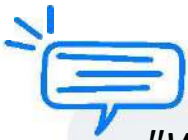
7) Requesting a discount



In addition to free-form conversations, the bot also offers additional dialogue support options with buttons and menus to interact with a human.

## Managing the Chatbot

Intwin operates on a Software-as-a-Service (SaaS) model, eliminating the need for complex integration with the client's existing IT systems. It is ready to work immediately upon gaining access to the platform. Utkonos ONLINE decided to deploy the bot on their website, personal account interface, mobile application, as well as WhatsApp and Telegram channels. Integration with the client's internal systems was carried out to facilitate data reception and transmission, classification, and case management. A total of 15 integration points were established within the system. Additionally, the responsible manager received training to independently adjust key queries, promotional offers, and other marketing content.



*"When selecting a contractor, we analyzed numerous proposals. It was important for us not only to develop the bots but also to have the ability to manage them autonomously, analyze the results, and make timely adjustments. Intwin excelled in achieving our objectives, meeting KPIs both during the chatbot testing phase and implementation. Currently, these indicators are continually improving. By implementing such a tool, our employees were able to focus on more interesting and challenging tasks, without compromising the quality of customer support. Clients have noticed faster resolution of their inquiries. We have plans to expand our communication channels and integrate a voice bot into our support line."*

Ekaterina Fedotova,  
Director of Service

## Results

Amid the pandemic, the demand for delivery services increased by 3-4 times, with orders becoming more complex by over 40%. To efficiently handle order processing, Twin bot was actively engaged.

Within 6 months of launching the bot into production, 80% of inquiries are effectively handled by the chatbot, with only 20% being transferred to an operator.

- Every third customer query is processed by the chatbot.
- The Intwin platform allows for real-time content updates and script adjustments.
- The bot operates non-stop, meaning that after asking one question, customers can proceed to the next without restarting the session.
- The bot is capable of addressing over 50 customer query topics.
- The company recognizes the potential for further bot implementation. Future plans include expanding the coverage of new topics, developing communication channels with customers, and introducing a voice bot.



The Intwin logo consists of a blue icon of three stylized human figures on the left, followed by the word "intwin" in a lowercase, blue, sans-serif font.

&

The 2GIS logo features a green circular icon on the left containing a white silhouette of a person's head and shoulders, followed by the text "2GIS" in a bold, black, sans-serif font.

## HOW TO UPDATE DATA FOR HUNDREDS OF THOUSANDS OF CUSTOMERS

What to do when new offline businesses are constantly opening and closing, and owners are not in a rush to update their data?

2GIS is an international technology company whose flagship product is the 2GIS geoservice, combining maps, navigation, and a directory of organizations. The service provides detailed maps for over 730 cities in 12 countries, available offline on Android and iOS mobile applications and online at 2gis.ru. In CIS countries alone, the service displays 28 million buildings and provides information about 3.5 million organizations.

## Challenges in gathering and updating large datasets

Factors influencing data during the updating process include:

- **Business closures:**

According to statistics, over half of the companies close within the first year of operation, and another half within the following five years. It is crucial to verify which businesses have ceased their operations

- **Relocations:**

Businesses often seek cheaper locations with higher foot traffic. A company might move to the other side of the city but fail to update its information online.

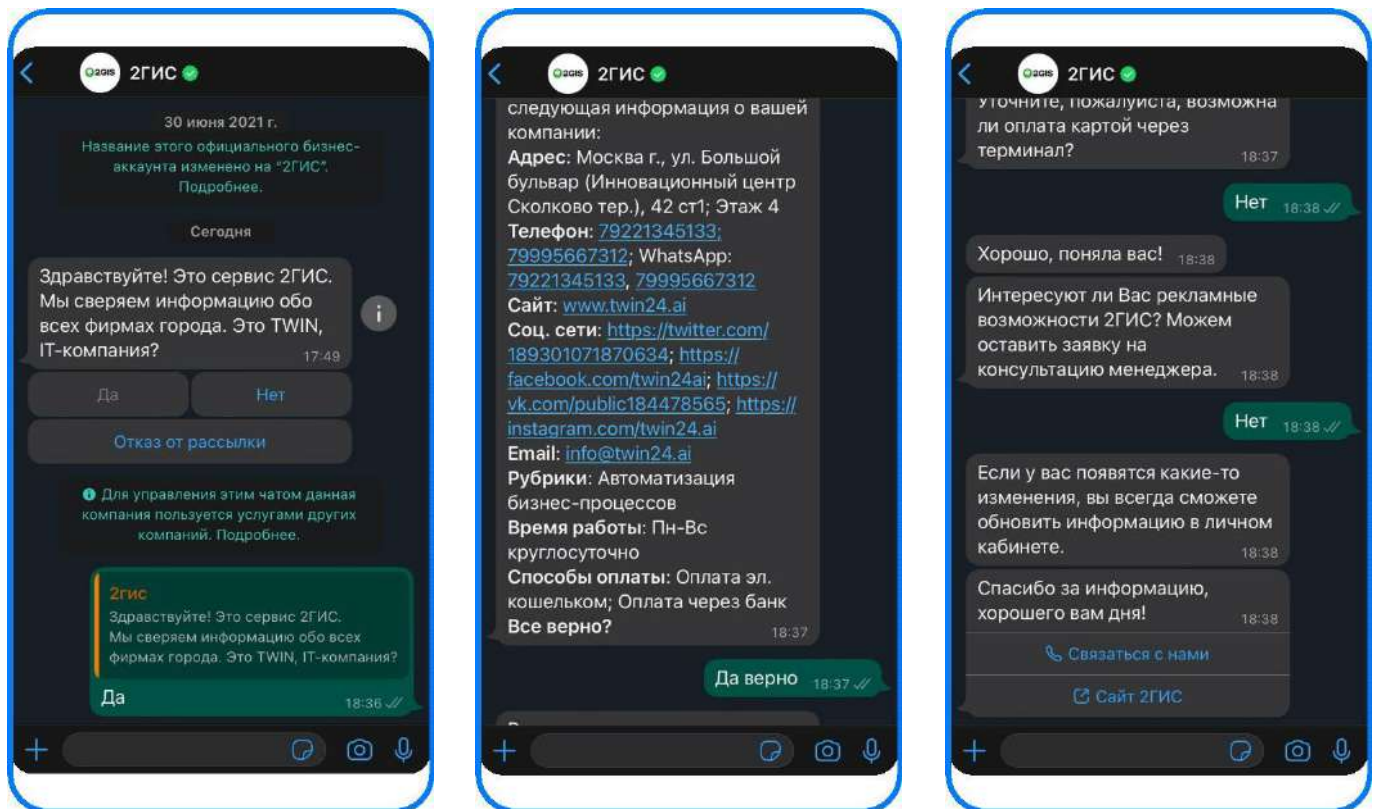
- **New business locations:**

Imagine having one bakery today, but after a successful year, you open two more branches. It is essential to promptly reflect these new locations on the map.

- **Changes in contact information:**

Phone numbers, email addresses, social media links, director's name, legal entities, and other company details are subject to change. If outdated contact information and website are displayed, customers will struggle to reach the company and access the desired products or services.





## What was 2GIS looking for?

When choosing a solution for updating data in 2GIS guided by 4 expectations:

- 1 The cost of data updating should be significantly lower than contact center services and physical verification (it should be possible to visit the location on foot).
- 2 The ability to update data for up to 100,000 addresses within a short period of time (day/week).
- 3 The capability to independently work with robots, a user-friendly interface for building scenarios, and a clear logic of operation.
- 4 Establishing communication with customers and handling their requests.

## Why was Intwin a perfect fit for 2GIS's needs?

The Intwin platform provides the opportunity to quickly create, implement, and manage voice and chatbots. The following factors were important:



AI (Artificial Intelligence): Voice bots have the ability to learn and understand customer intentions, responding accordingly to different situations.



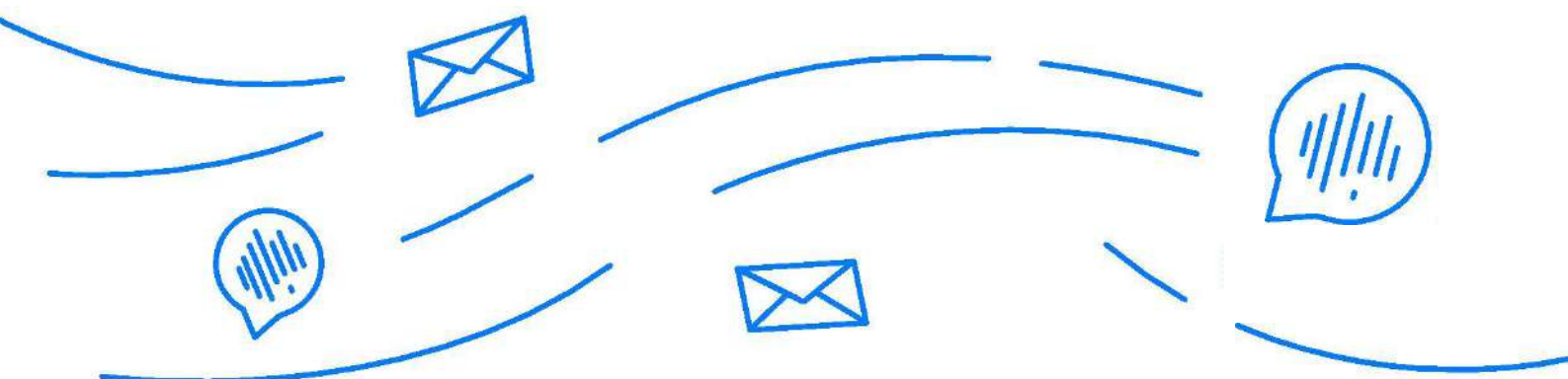
Handling up to a million chat communications simultaneously.



Automatic integration of new data into the 2GIS system.



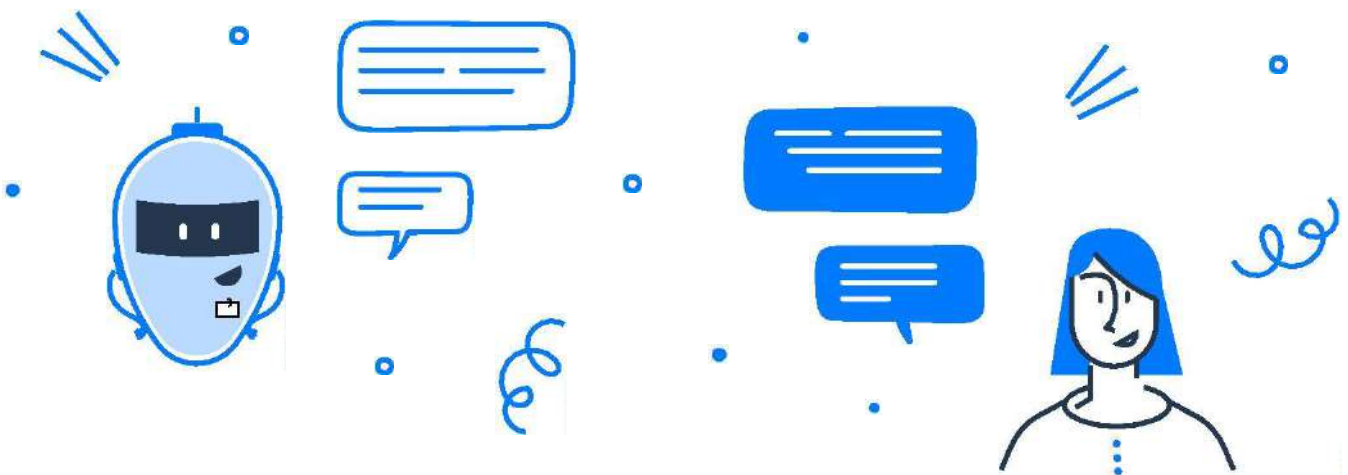
Rapid deployment and integration capabilities.



## What does the data updating process look like now?

We developed a chatbot and integrated it with the 2GIS system:

We initiated the data updating process through a chatbot on messaging platforms, which showed promising conversion rates. The Intwin team trained the 2GIS employees who wanted to independently write scripts and launch the bot on the platform. Throughout the pilot phase, Intwin specialists supervised the process and provided assistance. Within a week, we analyzed real-life communications of a human operator who was updating company data and transformed it into a chatbot. Additionally, we spent another week testing the main customer intents and refining the scripts accordingly.



Integration with 2GIS:

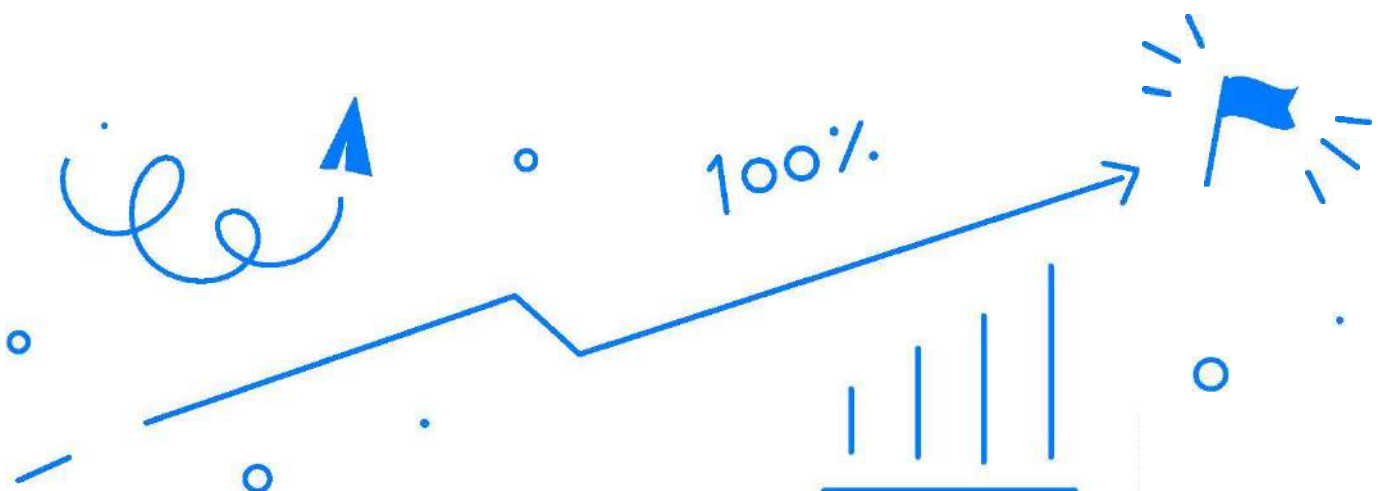
Today, 2GIS employees have the capability to independently modify the core settings of the bot on the Intwin platform, manage its operation, and ensure control. The Intwin platform seamlessly integrates with both open and closed systems. In less than a month, the chatbot became capable of autonomously updating the information obtained during conversations in the 2GIS database.

## Utilizing neural networks:

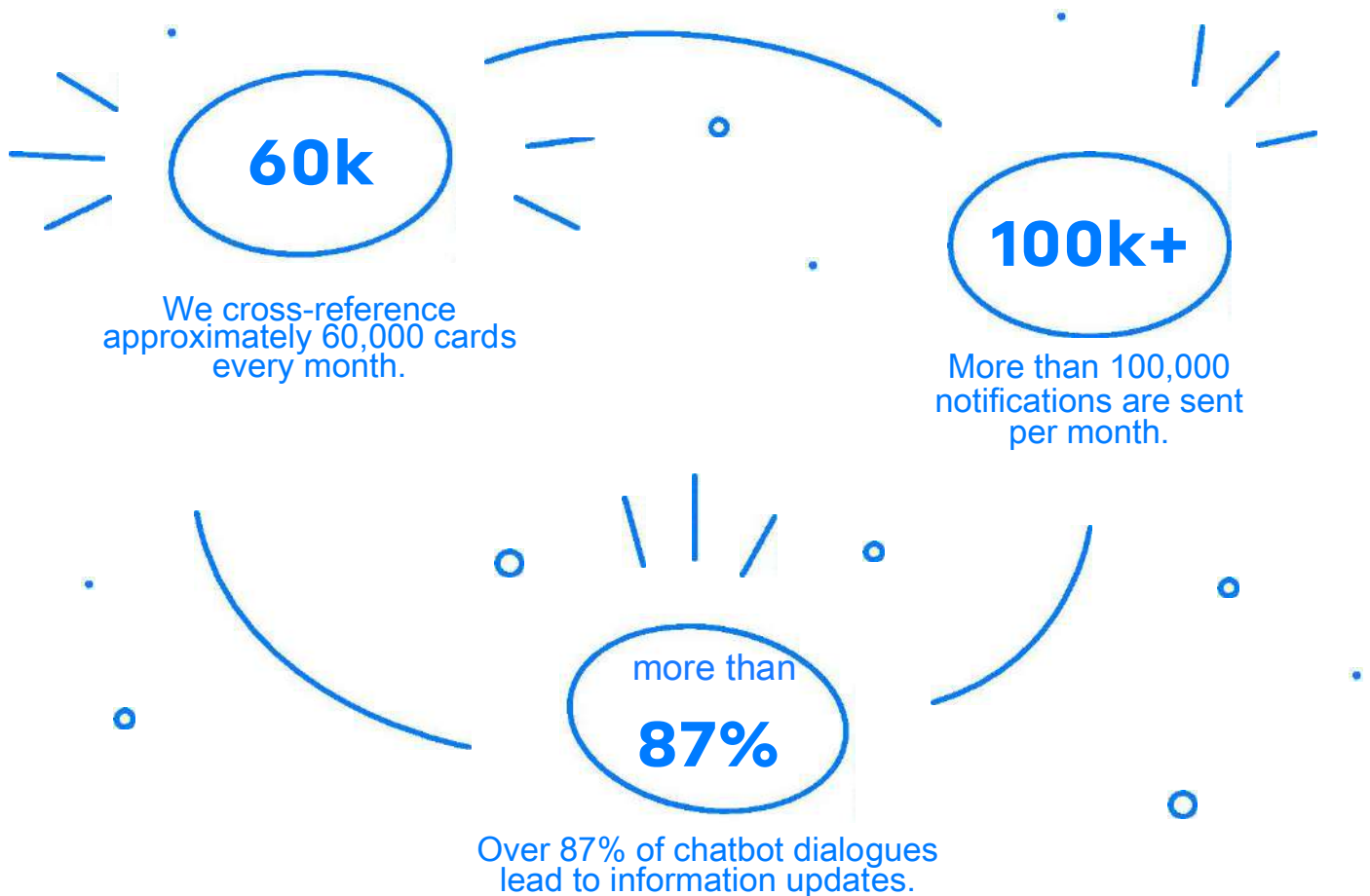
At Intwin, we utilize our own AI technology for intent analysis, enabling us to identify key intentions from a given statement with high accuracy (above 80%) and understand the essence of what the customer is saying. There is no need to create numerous phrase variations or manipulate sentences to align them with a single intent. Just one example of a phrase is sufficient, as the neural network autonomously categorizes all other similar statements under the relevant intent. This approach reduces the platform's training time, allows for faster script creation without sacrificing precision, and accelerates script development by seven times compared to using keyword-based methods. These achievements are the result of over 10 years of experience and training on real-life cases.

## Implementation results:

Currently, 87% of chatbot dialogues lead to a comparison of the provided card details. Additionally, communication with customers for information exchange in messaging apps is established, with only about 30% requiring operator intervention. Intwin has relieved the 2GIS operators of routine tasks, enabling them to focus on more critical and high-margin issues.



## What numbers does the chatbot show?



## What's next?

We plan to expand the communication channels of the chatbot by integrating Telegram and Viber. This expansion aims to enhance interactions with users, advertisers, and information updates. As our business grows and the customer base expands, implementing robots becomes a pivotal factor for scaling the business and increasing its capitalization.



## HOW TO ENSURE THAT OVER 90% OF INCOMING CALLS ARE HANDLED BY THE ROBOT?

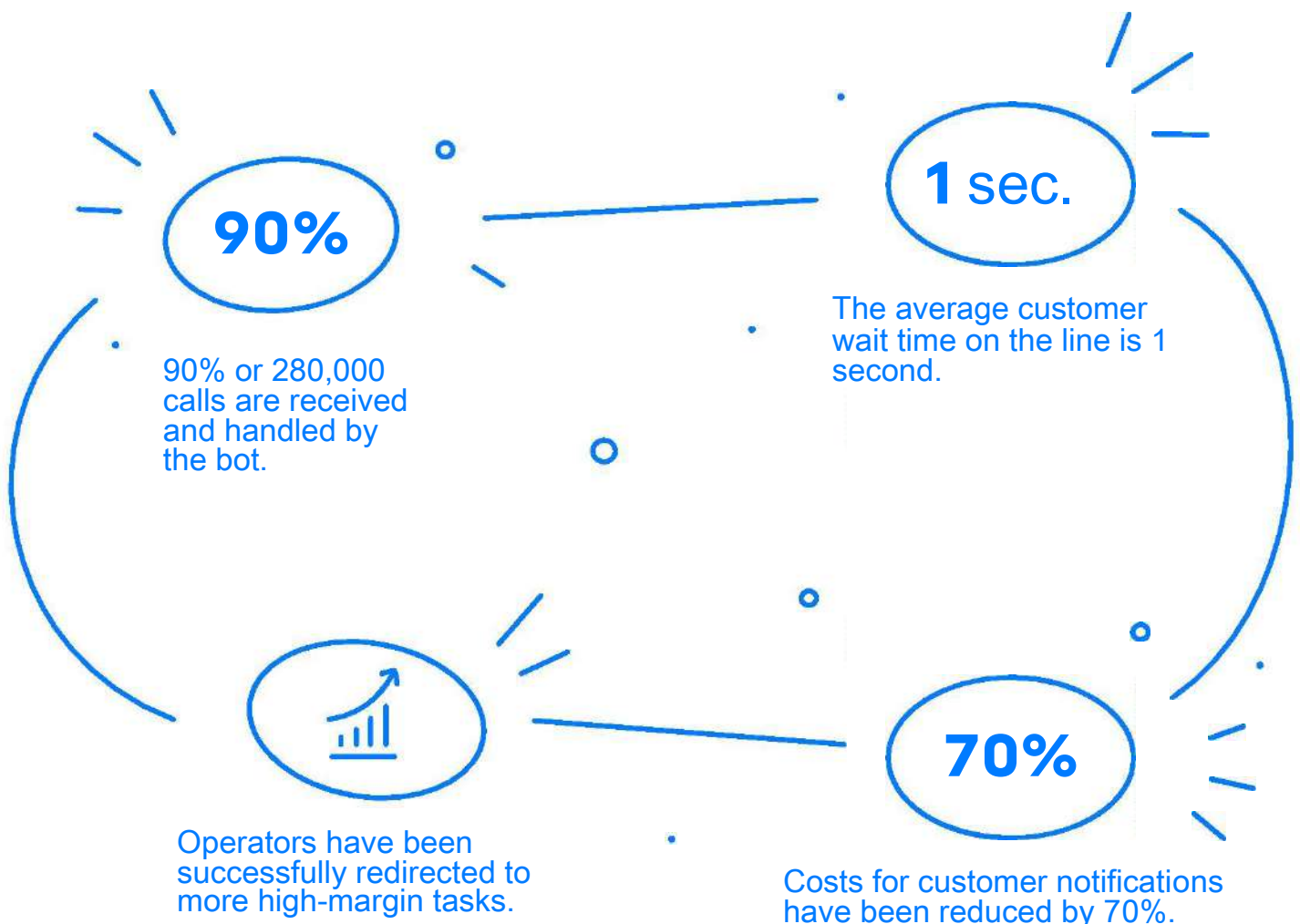
Implementation results of Intwin in the transportation company "GTD," specializing in freight transportation.

## Voice bot in the call center:

The company has experienced an increased influx of incoming traffic due to the growth of their customer base and exceeding a turnover of 4 billion rubles in 2020.

Representatives of GTD shared details of the Intwin implementation project, aiming to further scale their business and enhance customer service quality.

## Results of the voice bot:



Intwin started by studying business processes to assess and improve their quality indicators.



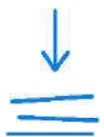
At the initial stage, the team decided to replace SMS with bot calls, which reduced costs. This involved the labor-intensive process of developing an intelligent bot, testing its performance with focus groups, data processing, integration into communication channels, and ongoing bot monitoring. Integration with the client's SAP allowed for various types of notifications through different channels, including push notifications, Viber, VK, and Telegram.

The high level of fault tolerance enables the voice bot to handle a significant volume of incoming voice traffic.



- Key Solution:

The case helped reduce the call center costs of GTD, a transportation company, by 70% and increased the conversion rate from calls to delivery requests by 5%. The issue of prolonged waiting time on the incoming line was also resolved, with waiting times now reduced to 1 second.



Costs were reduced by 70%



Conversion from calls to delivery requests increased by 5%



Waiting time on the line is now 1 second

- These impressive results were achieved thanks to the professional team of Intwin developers. They implemented a complex case that addressed a critical problem.

We demonstrated unique results: zero missed calls, a 70% reduction in customer notification costs, and the bot's involvement in 90% of requests.



zero missed calls



bot's involvement in 90% of requests

The main difference between the case and Intwin's solution lies in the continuous improvement of the communication channel. GTD will be able to add additional functionalities to the solution like building blocks. For example, they are currently implementing a voice bot for outbound communication, informing customers about the status of their deliveries.

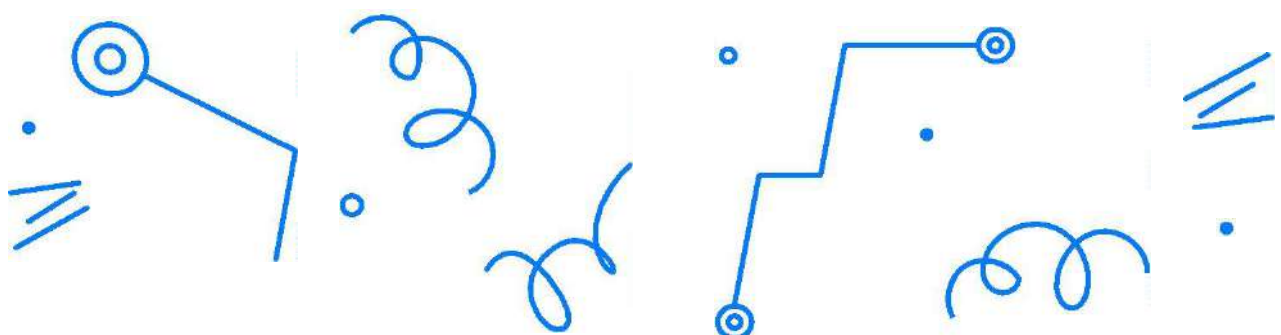
The essence of the case is reducing the call center costs of GTD through automated customer communication using the Intwin solution. GTD approached Intwin for several reasons:

The transportation company GTD reached out to Intwin for several reasons:

- 1) Call center operators were experiencing a peak workload of 60%.
- 2) Due to a lack of available operators, customers had to wait a long time for a response, with waiting times reaching up to 40 minutes.
- 3) According to the company's estimates, processing the requests would require hiring 400 new employees, which involves a lengthy training period.

## In conclusion:

The contact center market is growing, and robots already play a significant role in it. It is strategically important to implement and develop competencies in both incoming and outgoing call automation. Intwin's technologies are capable of addressing large-scale challenges in real-life cases today.



The Intwin logo consists of a blue icon of three stylized human figures standing side-by-side, followed by the word "intwin" in a lowercase, blue, sans-serif font.

&

The PEC logo features the letters "PEC" in a bold, blue, sans-serif font, followed by two red squares stacked vertically.

## HOW TO SPEED UP ORDER PROCESSING AND REDUCE WAREHOUSE COSTS

How Intwin Reduced Delivery Time at Pickup Points by 25%

The company "PEC" was established in 2001 and is now a national expert in transportation and logistics services. In addition to interterminal transportation of consolidated goods, the company provides transportation services by road, air, rail, and sea, as well as offers responsible storage and warehouse handling, and organizes logistics services for online stores. Over 3,500,000 customers annually benefit from the logistics services provided by "PEC," including individuals, large manufacturing and trading enterprises.

To ensure the efficient operation of thousands of offices in different countries and regions of the CIS, PEC optimizes key performance indicators such as:



Number of returns



Cost and channels of customer notifications



Waiting time for order pickup



Number of missed incoming calls



NPS

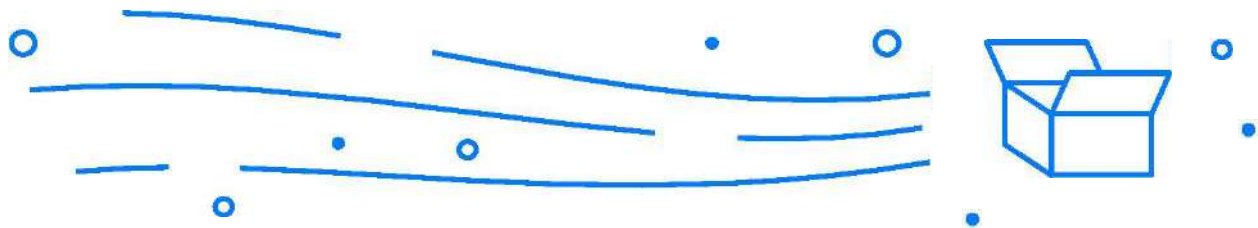


Courier routes



More than 2,000 offices of PEC were analyzed, revealing that the company was losing money due to filled shelves at pickup points with delivered parcels. PEC operators and franchisee efforts were unable to cope with the accumulated stock for pickup. A breakthrough solution was needed that would allow the company to grow without increasing space and expenses for new warehouses, while also not burdening the contact center staff.

After analysis, it was found that over 100,000 ready-for-pickup items were stored in warehouses at no charge, eroding profit margins, causing disorder in warehouses, and overwhelming the call center. Often, recipients would forget to timely visit the pickup point or miss notifications about completed deliveries.



## Courier delivery:

PEC was also dissatisfied with the sales of courier services since the storage costs for a large number of parcels could have been turned into company revenue if a portion of the backlog orders could be delivered by couriers. Upselling courier services became an important component in developing the solution.

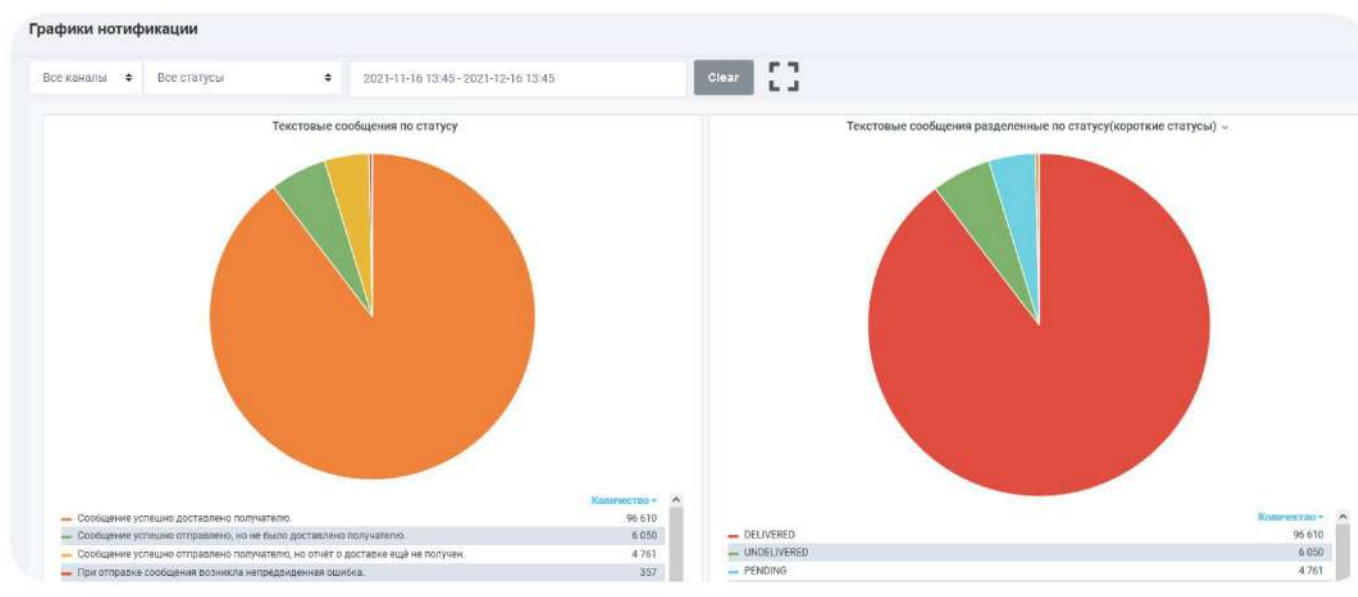
## Intwin's Solution for Customer Notifications and Reducing Order Pickup Time:

To establish a notification system for thousands of customers across the CIS, an AI solution was required, which, on the one hand, contained a large volume of prepared dialogues and intents, and on the other hand, worked seamlessly across all time zones and could be easily integrated with PEC's internal systems.

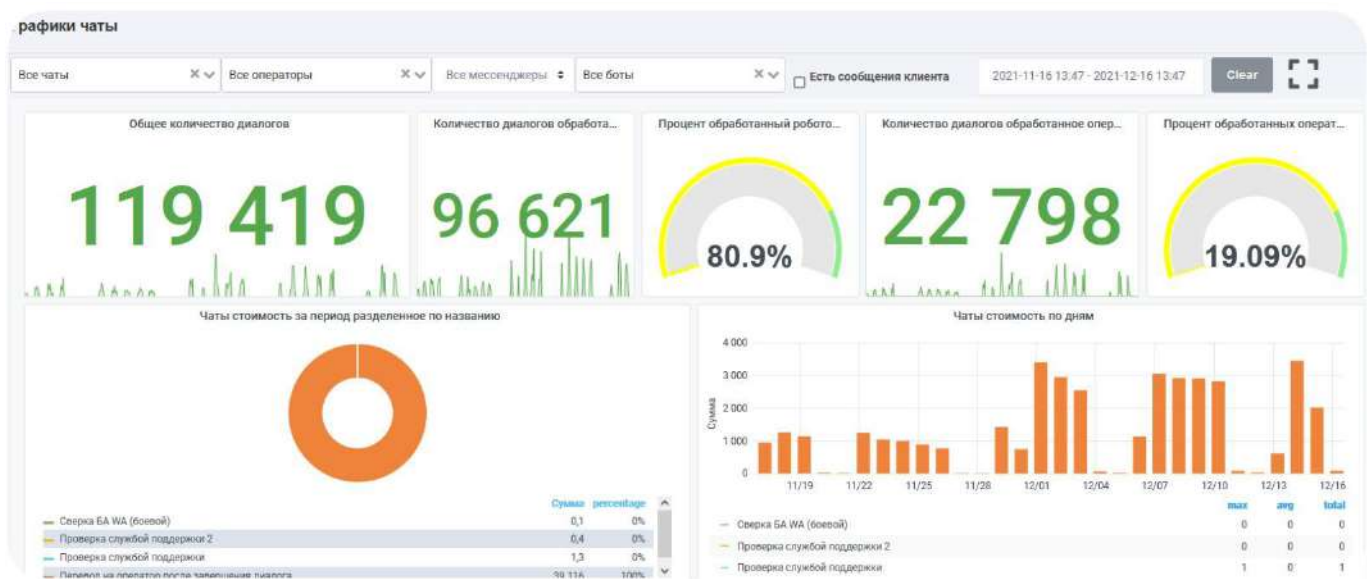
For the voice robot, an original script was created that aligned with PEC's philosophy and values since, during the call, the robot acts as a full-fledged employee and representative of the company. For this task, we selected call recordings of the best contact center agents and created digital copies that could instantly navigate and assist with almost any question, whether it was about receiving a shipment or organizing courier delivery, matching human capabilities.



For PEC employees, the process of implementing and managing the new robot seemed very simple. The responsible person from PEC would open a web application with robot scripts, select the promotion point, and input new ideas from the marketing department in a matter of minutes.



To make it easier to control and analyze the robots, we implemented a comprehensive analytics system that can be viewed through personal dashboards or integrated with internal systems. The analytics may include infographics, archived call recordings translated into text, actions related to data changes in the system, and key result conversion tracking. If a manager encounters any questions on the platform, online support assists in finding a solution directly within the web application without relying on third-party services or websites.



## Results:

According to statistics obtained in the first few months of the voice bot's operation, the time spent on storing goods at the warehouse was reduced by 25%. The sales of the cargo delivery service in some CIS cities increased sixfold. The team of specialists working in the "city courier delivery" service was completely disbanded and restructured to focus on more profitable tasks

The Intwin logo consists of a stylized blue icon of three vertical bars of varying heights on the left, followed by the word "intwin" in a lowercase, rounded, sans-serif font.

&



## HOW TO CREATE AN EFFICIENT AUTOMATED STORE FROM YOUR COUCH

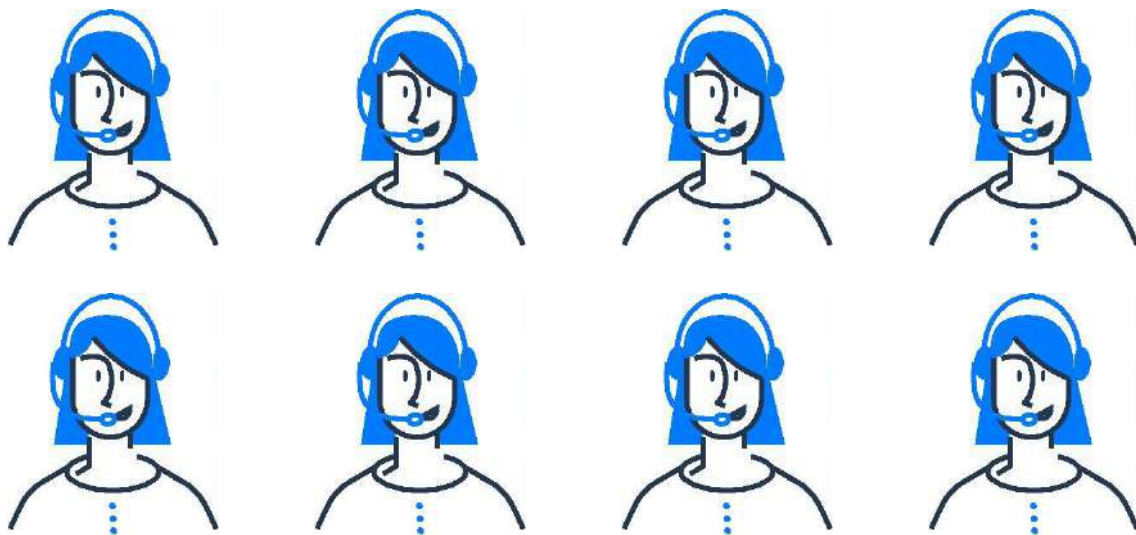
RESULTS OF INTWIN IMPLEMENTATION IN SHOP & SHOW



## About the Project:

Shop & Show represents a new generation of teleshopping, replacing the outdated concept of shopping from the comfort of your couch. This innovative store operates in a format that focuses on honest on-air product presentations and a constantly updated assortment.

Today, it stands as one of the most prominent brands in the television shopping market in Eastern and Central Europe. Several years ago, the channel made a breakthrough in the Russian market by transitioning from self-produced commercials to live sales broadcasts (which required the establishment of a dedicated studio).



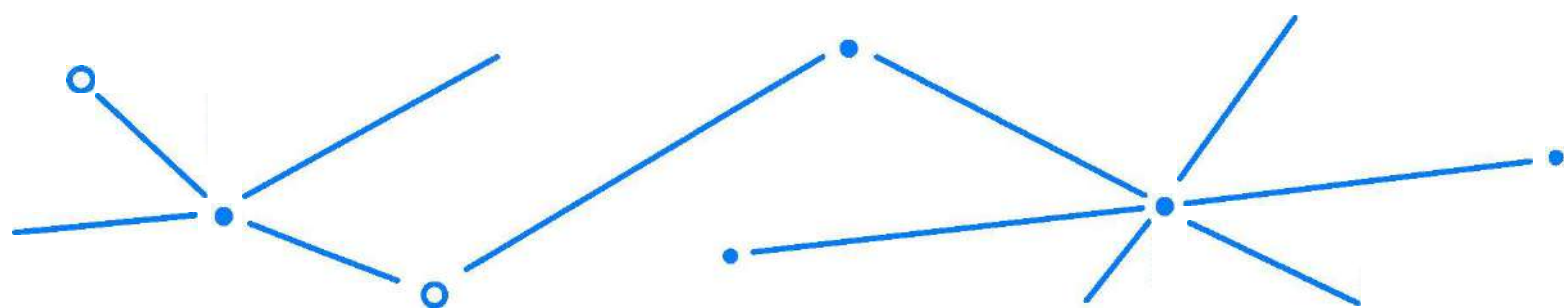
To cater to their customers, the company runs its own call center, receiving over 5 million customer inquiries each month. Ensuring adherence to corporate standards and policies, the company places great importance on customer interactions.

In 2018, the company's management devised a technology development plan centered around artificial intelligence (AI). Their goal was to address the challenges of managing call volumes during peak hours and to transition 100% of their service channels to voice and chat bots within a two-year timeframe.

Initial attempts to implement this plan began soon after its approval, given the abundance of service providers in the market who presented impressive solutions and promising strategies. However, Shop & Show faced several obstacles:

- ✘ Difficulty integrating APIs with internal systems.
- ✘ Challenges in achieving the desired conversion rates.
- ✘ Miscommunication between developers and Shop & Show representatives due to language barriers.

One particularly dedicated participant, "Uralinnovation" (LLC), a resident company of Skolkovo, approached the task with utmost commitment. Within a remarkably short period, they successfully accomplished a profound integration of their own omnichannel platform, Intwin, with the company's database and telephony infrastructure.



## Objective:

The chosen initial use case for this implementation aligned with that of previous vendors: providing consultations within the scope of existing customer orders.

The call volume associated with current orders at the Shop & Show call center was among the highest. This aspect faced intense competition from calls made by new customers, who placed orders during live broadcasts and couldn't afford to wait due to the limited duration of each product presentation. Prior to the bot's implementation, managing operators at the call center was a juggling act, inconvenient for all parties involved and negatively impacting the quality of service.



### Technologies:

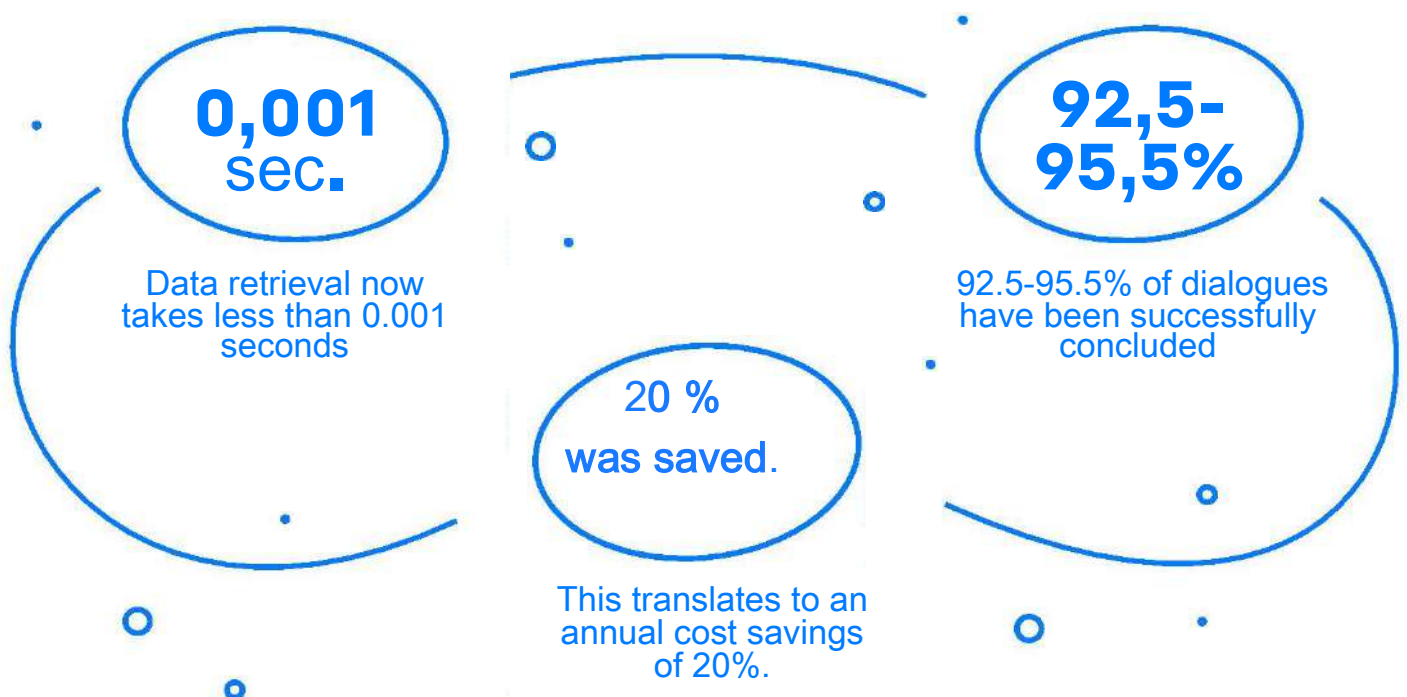
To ensure accurate speech recognition, Intwin seamlessly integrates its own speech recognition system with advancements from industry leaders such as Google, Amazon, Tinkoff, and Yandex. This collaborative effort enables highly effective speech recognition throughout the entire dialogue, utilizing multiple services simultaneously to swiftly determine the most relevant response. As a result, we achieve an impressive 95% speech recognition rate, closely approaching human performance. To put this in perspective, as recently as 2016, speech recognition systems typically achieved accuracy levels of no more than 70-80%.

Currently, every call related to customer consultations regarding their existing orders is handled by the bot. Upon receiving a call, the bot rapidly identifies the customer within the company's database, retrieving the necessary information for a seamless conversation tailored to the specific inquiry, all within a fraction of a second.

By combining the voice of the presenter with the synthesized voice of the bot, we create an immersive illusion of interacting with a live person rather than a machine. This aspect proves especially valuable when serving the store's predominantly elderly customer base (comprising 80% of all customers). Based on our data, this element alone contributed to the required achievement of 80% successful bot dialogues, accounting for a significant 17% improvement.

As a result of the bot's performance, 92.6-95.5% of dialogues are successfully concluded, meeting customer needs.

We have successfully transferred the workload of 25 call center operators to the bot, resulting in significant time and cost savings.



## Report on the work «Order status»

Results (by number)	26.06.2020	27.06.2020	28.06.2020	Grand total	Correctness of dialogue	KPI fulfillment (80% correct dialogues)
Confirmation: impossible to process	477	453	204	1134	90,9%	113,6%
Confirmation: One order	318	387	149	854	91,1%	113,8%
Confirmation: two orders	233	124	78	435	100,0%	125%
Confirmation: More than two orders	141	214	84	439	90,0%	112%
Grand total	1169	1178	515	2862	93,0%	116,3%

Result (by share)	26.06.2020	27.06.2020	28.06.2020	Grand total	Correctness of dialogues	KPI fulfillment (80% correct dialogues)
Confirmation: impossible to process	40,8%	38,5%	39,6%	39,6%	90,9%	113,6%
Confirmation: One order	27,2%	32,9%	28,9%	29,8%	91,1%	113,8%
Confirmation: Two orders	19,9%	10,5%	10,5%	15,2%	100,0%	125%
Confirmation: More than two orders	12,1%	18,2%	18,2%	15,3%	90,0%	112%
Grand total	100%	100%	100%	100%	93,0%	116,3%

Distribution of dialogs by results	26.06.2020	27.06.2020	28.06.2020	Grand total
Confirmation: Unable to process	40,8%	38,46%	39,61%	39,62%
Other question	22,58%	23,72%	26,6%	23,79%
Orders not found	13,17%	9,76%	7,38%	10,73%
The order has not yet been placed (in progress)	0,17%	0%	0%	0,07%
Want to cancel an order	3,08%	3,40%	3,88%	3,35%
Are silent	1,80%	1,53%	1,75%	1,68%
Confirmation: one order	27,2%	32,85%	28,93%	29,84%
Confirmation: two orders	19,93%	10,53%	15,15%	15,20%
Confirmation: more than two orders	12,06%	18,17%	16,31%	15,34%
Grand total	100%	100%	100%	100%



## HOW TO SELL REAL ESTATE IN A HIGHLY COMPETITIVE MARKET

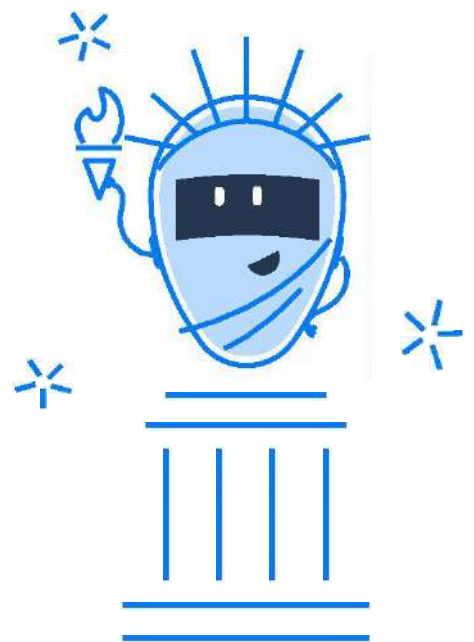
Lead Generation in the US Real Estate Market with Intwin Bot

## Objective:

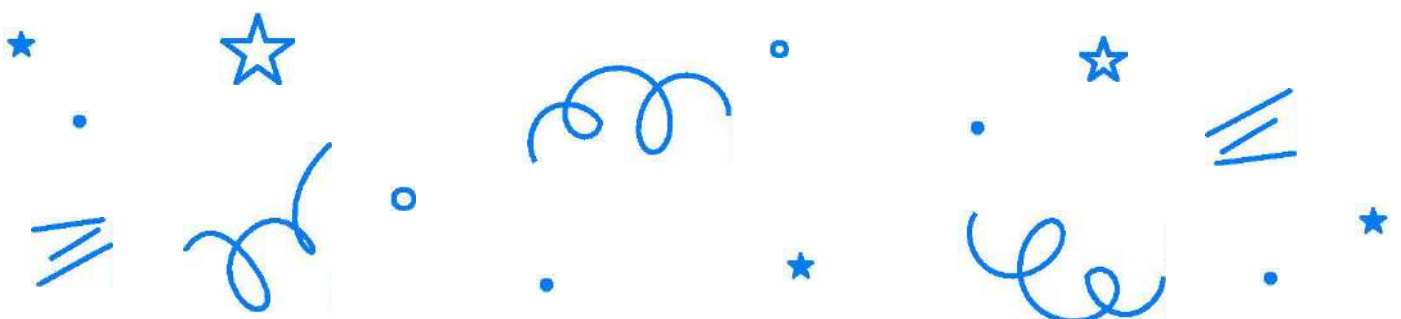
Payoffer is a prominent American real estate company operating in a highly competitive market. Our regular tasks involve cold-calling a vast customer database to generate planned client meetings (qualifying quality leads) and gather information about property conditions. The calls need to cover all states across the United States.

## Bot Development:

A meticulous analysis of the customer database was conducted, categorizing them into different segments. We then devised behavioral triggers for the voice bot, taking inspiration from the experiences of real estate agency staff. The voice bot was designed with an adapted American speech pattern, including intonation and accent.



During the bot's testing phase, we compared its performance with that of a human on a small sample of 5,000 individuals. The results showed a 1% conversion rate for the bot, which was equivalent to the human's conversion rate in the same task. However, the bot accomplished this in a matter of hours, while a human would require several days, if not weeks.



The bot reached out to clients, clarified their price preferences to identify potential customers (up to \$200,000), offered services, scheduled appointments, and collected information about the properties (condition, ownership duration, location, year built, etc.).

## Advantages of Intwin: Why Choose Us?



Intwin bots engage in non-linear dialogue. This means we can create dialogues that encompass multiple scenarios, and most importantly, our bots emulate human-like interactions based on real dialogues. We're not talking about pre-recorded conversations, but rather a "live dialogue" experience between the bot and the person. Intwin bots achieve speech synthesis accuracy of 93-95%, with the remaining 5-7% depending on the quality of the connection. The speech synthesis was tailored to resemble American pronunciation, achieving a striking 99.9% similarity.



We provide not only leads but also analytics. During conversations, the bot not only obtained qualified leads (appointment scheduling for clients and managers) but also gathered information about the properties. As a result, we generate user-friendly reports that facilitate further analysis and future operations.



Moreover, our company implemented the Intwin platform, which significantly enhanced work efficiency. The bot not only conducted cold calls but also processed text-based inquiries. Clients could reach out through various communication channels (messaging apps, social media, website, etc.), and the bot efficiently handled their requests.



The Intwin logo consists of a stylized blue icon on the left, resembling a robot head or a network node, followed by the word "intwin" in a lowercase, rounded, blue sans-serif font.

&

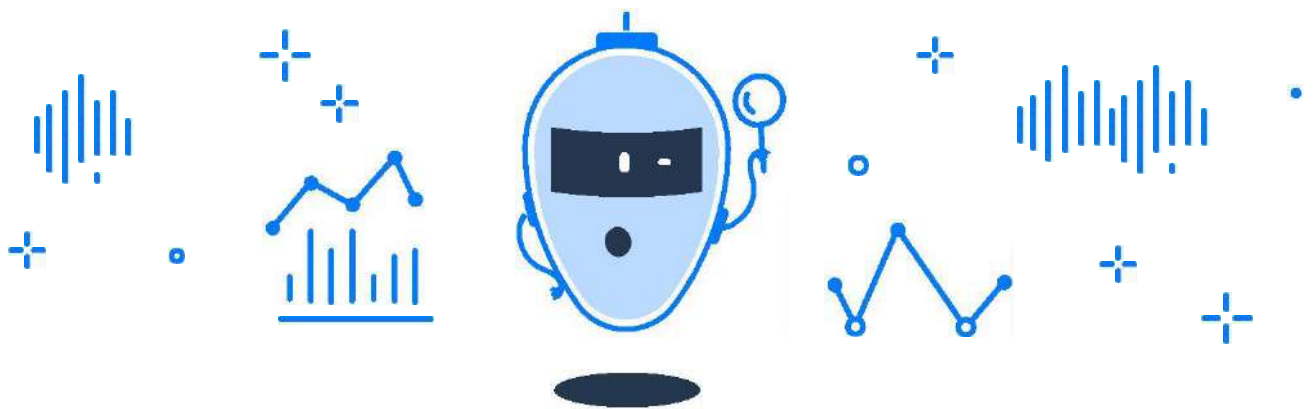


# AUTOMATIC HANDLING OF ALL INCOMING CITIZEN INQUIRIES IN THE REGIONAL CLINICAL HOSPITAL

Integration of Intwin Robots in Medical Institutions

The Ryazan Regional Clinic faced the challenge of efficiently managing all incoming requests from citizens regarding home doctor visits and vaccination appointments. The goal was to process these requests via telephone and generate detailed reports while notifying the clinic's registrar. The requests needed to include the following information:

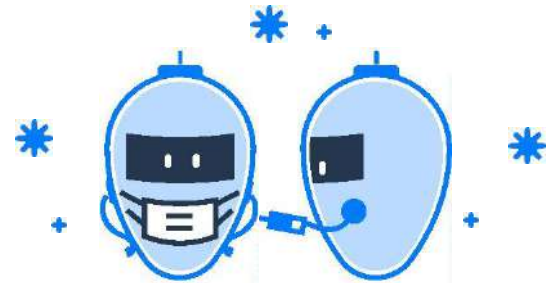
- Patient's full name
- Address
- Ward number
- Health complaints
- Sick leave status
- Contact history with COVID-19 patients
- Organization of care for children



Partnering with Intwin, a thorough analysis of operator call records was conducted, along with studying the experiences of clinic staff, leading to the development of a voice bot. At the initial stage, the implementation of Global Telecom's Virtual Automatic Telephone Station (VATS) facilitated the routing of incoming inquiries according to the clinic's schedule.

## Implementation of the Voice Robot:

The bot now handles incoming calls from patients requesting home doctor visits and COVID-19 vaccinations, forwarding them to the clinic's registrars via email.



The bot is integrated into the unified federal regional number 122, which provides medical services to the population.

Initially, the bot only handled calls that operators were unable to answer. However, after adaptation, fine-tuning, and training, the bot started handling all citizen inquiries on the specified topics. As a result, the successful experience of one clinic was scaled up to encompass all 37 clinics in the Ryazan region.



Consequently, the clinic management resolved the dissatisfaction of citizens who previously faced difficulties in reaching the clinic for home doctor visits. Moreover, the freed-up time of the clinic staff can now be directed towards addressing other important matters and tasks.

## Plans for 2022:

Following an analysis of the initial results, a plan has been developed for further application of bots, including:

- Integrating the Intwin platform with the Parus software product, currently used by doctors. This integration will allow patient identification based on their compulsory health insurance policy number, ensuring maximum comfort and access to clinic services during calls.
- Enabling patient inquiries through the Telegram messenger, VKontakte social network, and clinic website widgets while preserving the functionality of the voice bot.
- Creating a robot for monitoring the health status of patients who have recovered from COVID-19 to provide timely medical assistance.

## Advantages of Intwin, why choose us:

- Intwin bots offer a non-linear dialogue, enabling multiple conversational scenarios that resemble full-fledged interactions between two people
- Intwin provides comprehensive solutions, from our own VATS to integration with any client's CRM system.
- We offer not only communication process automation services but also comprehensive analytics of these processes. The output includes user-friendly reports for further usage and analysis.

 **intwin**

&

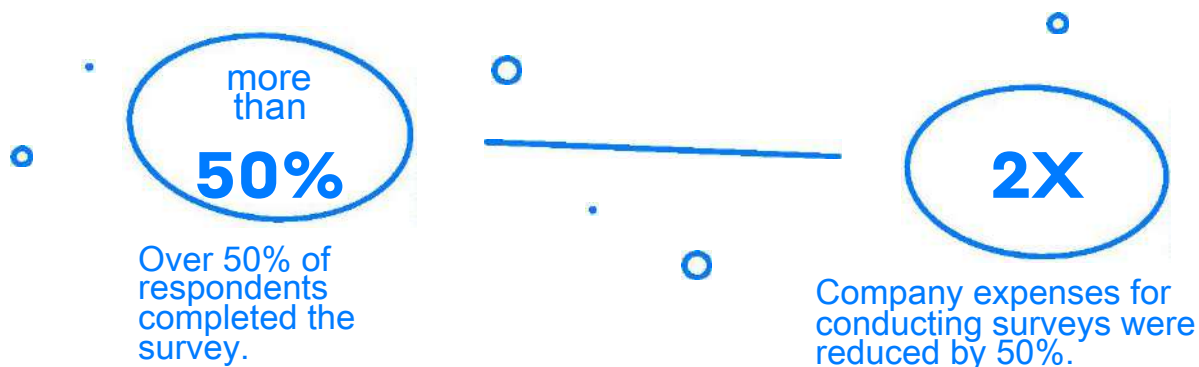
 **X5Group**

## HOW X5 GROUP DRAMATICALLY REDUCED NPS SURVEY COSTS:

The Impact of Introducing Intwin Voice Robot in X5 Group

## Summary of Results:

The implementation of the voice robot yielded the following outcomes:



## About the Project:

X5 Group is one of the largest businesses in the CIS region, occupying the top position in terms of revenue among retail companies. With over 16,000 stores, the company serves millions of customers.

X5 Group consistently strives to enhance customer experience and satisfaction (NPS) by conducting surveys through its multifunctional call center. The company has developed five questions to be answered by loyal customers, generating data used to evaluate the performance of specific company departments.

During the analysis, it was discovered that highly skilled company specialists were involved in the process. However, conducting surveys distracted contact center employees from more important and margin-driven tasks, leading to decreased employee satisfaction, increased turnover, and reduced call efficiency.



The previous solutions utilized by X5 Group did not meet all the necessary parameters. Therefore, a new solution was sought that would enable a significant improvement in the NPS survey process.

## Project Objective:

X5 Group's request was both simple and challenging: to find a new customer feedback tool that:

- Achieves a conversion rate in form completion no lower than the current model (at least 50%).
- Is no more expensive than the current model.



## Solution: Intwin Voice Robot

Creating service robots is one of the most frequent tasks for Intwin. Each week, we deploy up to 50 voice assistants dedicated exclusively to service-related tasks such as order status, hotline calls, surveys, and more.

Our goal was to create a replica of X5 Group's best manager. Our specialists listened to over 200 recordings and identified the key dialogue scenarios. Within a week, we conducted testing, made adjustments to the scripts, and integrated the robot with the Client's CRM system.

After one month of development, we launched the bot, trained the designated person from the Client's side to handle further customization and call management. Currently, we are analyzing the existing scripts and updating dialogue scenarios. X5 Group conducts 100% of its NPS calls using the Intwin robot.

## Initial

### Training:

- Dialog loading
- Interviews with Intwin's ML specialists for fine-tuning.

2weeks

## Testing

- Verification of script accuracy
- system integration

1 week

## Launch

- Project implementation
- importation of phone numbers for calling

## Ongoing

- Addition of new scenarios
- expansion of functionality



 **intwin**

&



Tanuki

## HOW TANUKI REDUCED THE LOAD ON THEIR INCOMING LINE WITH TWIN VOICE ROBOT

Results of Introducing Intwin in Tanuki

## Confirmation of New Customer Orders:

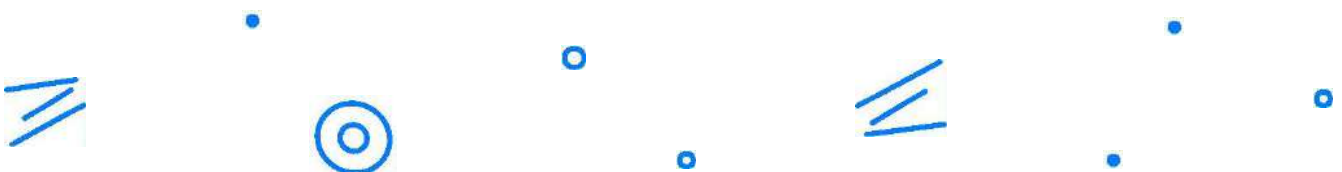
When receiving initial orders from new customers, the Tanuki restaurant chain used to manually call and confirm each order. This process posed several challenges:

- ✘ The delivery service was often overwhelmed with orders, resulting in missed or delayed responses to new requests.
- ✘ There was no standardized approach to customer dialogue.
- ✘ Frequent order errors occurred.

To address these issues, the decision was made to systematize the confirmation of first-time customer orders using a voice robot.

Within three weeks, Intwin specialists developed and tested a new voice robot script from scratch. Over the following two weeks, the bot was integrated with Tanuki's internal systems, and the responsible manager from the client's side received training.

During the course of its operation, Intwin specialists made script adjustments, added seven new branches, and trained the robot to understand dozens of new customer intents. Today, all new customers interact with the voice bot first, which successfully handles the task and redirects calls to operators less than once per 100 calls.



## System Scaling:

After the successful implementation of the robot for new customer interactions, Tanuki reduced expenses for order confirmation by threefold and freed up managers from routine tasks, allowing them to focus on more critical responsibilities.

The restaurant management decided to leverage the positive experience of implementing the voice bot and relieve the contact center's load, which handled existing orders. Prior to the robot's implementation, customers overwhelmed the incoming line, especially during peak hours at lunch and dinner. The delivery department struggled to cope with the volume, resulting in up to 30% missed incoming calls. Customer wait times on the line could reach 10-12 minutes, leading to negative reactions and decreased loyalty.



Today, the Tanuki incoming line is manned by the Intwin robot. With the help of artificial intelligence and a vast database of accumulated experience, the robot understands human intents within fractions of a second and resolves up to 90% of standard situations. All incoming calls are answered promptly. The load on the delivery department has been virtually eliminated, as employees are now only needed for handling urgent cases.



&

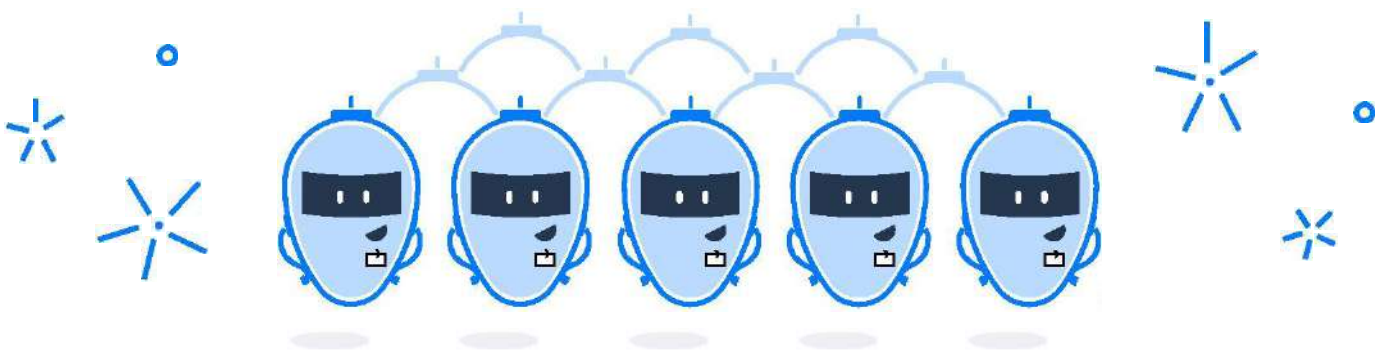


Rostelecom

## HOW TO BOOST SALES FOR EXISTING B2B CLIENTS AND RETAIN B2C CUSTOMERS WITH THE HELP OF A VOICE BOT

Utilizing Intwin Technology in the Rostelecom Ecosystem

Rostelecom, is the largest telecommunications company focused on new technologies and innovations, has long been discussing the future of voice and chat bots and the development of competencies in this field. However, building voice and chat bot technologies from scratch is a complex and costly endeavor. It takes years and significant budgets to form a team and develop initial working prototypes. Therefore, the decision was made to explore the domestic technology market.



## Choosing Intwin

Out of all the domestic solutions, Rostelecom selected Intwin for several reasons:

- ✓ Intwin's proprietary platform and artificial intelligence engine.
- ✓ Integration capabilities with Rostelecom's systems.
- ✓ White-label partnership conditions.
- ✓ Extensive library of ready-made scripts.
- ✓ Competent management and development team at Intwin.

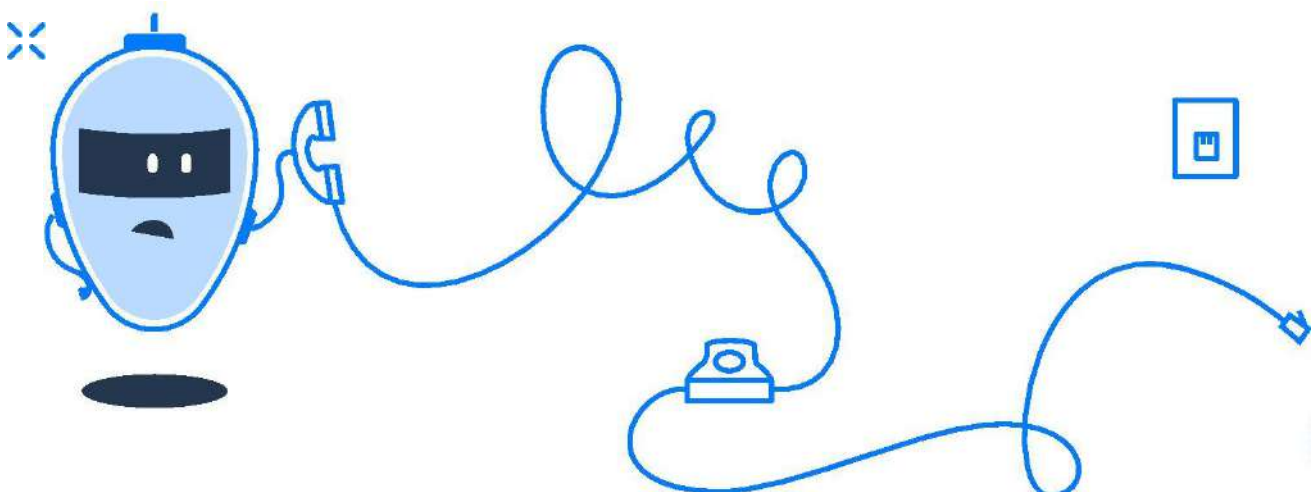
Rostelecom proposed working under a partnership model, allowing them to use Intwin's robots under their own brand and resell the solution to existing corporate clients. Additionally, they could independently integrate the system for internal use.

## Test Assignment:

Before full-scale implementation, it was decided to demonstrate the robot in real-world conditions and solve a specific task for Rostelecom. The focus was on automating calls for the renewal of home phone service.

Today, many customers are disconnecting their home phones, considering them an outdated means of communication. However, for Rostelecom, this represents a significant and stable monthly revenue stream that needed to be preserved.

For the home phone product, with an average monthly check based on our current campaigns, operator-assisted calls were costly. Therefore, it was not economically viable to retain phone subscriptions using the sales and contact center departments (as these resources were better allocated to more profitable products).

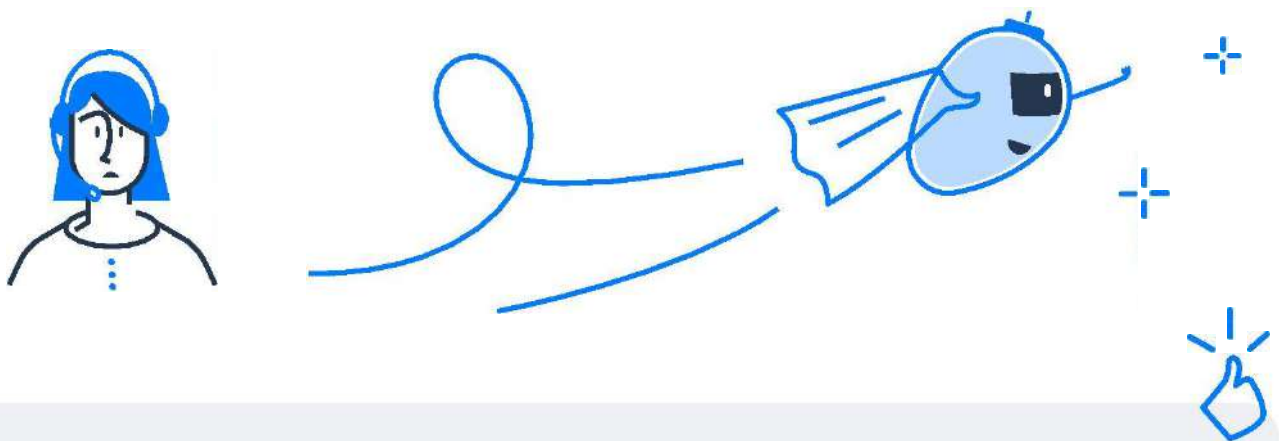


## Implementation of the Voice Robot:

We took one of Rostelecom's top operators and asked them to make 100 calls to persuade customers to continue using the home phone service. The manager achieved a conversion rate of 11% in service renewals, which became the target performance indicator for the Intwin team.

Within two weeks, Intwin specialists created a replica of the operator, optimized scripts, and trained the system to understand over 30 customer intents, testing them on real cases.

An additional week was required for script optimization and the addition of new branches. During this week, several managers from Rostelecom received training, and the bot was integrated into the client's CRM system via API.

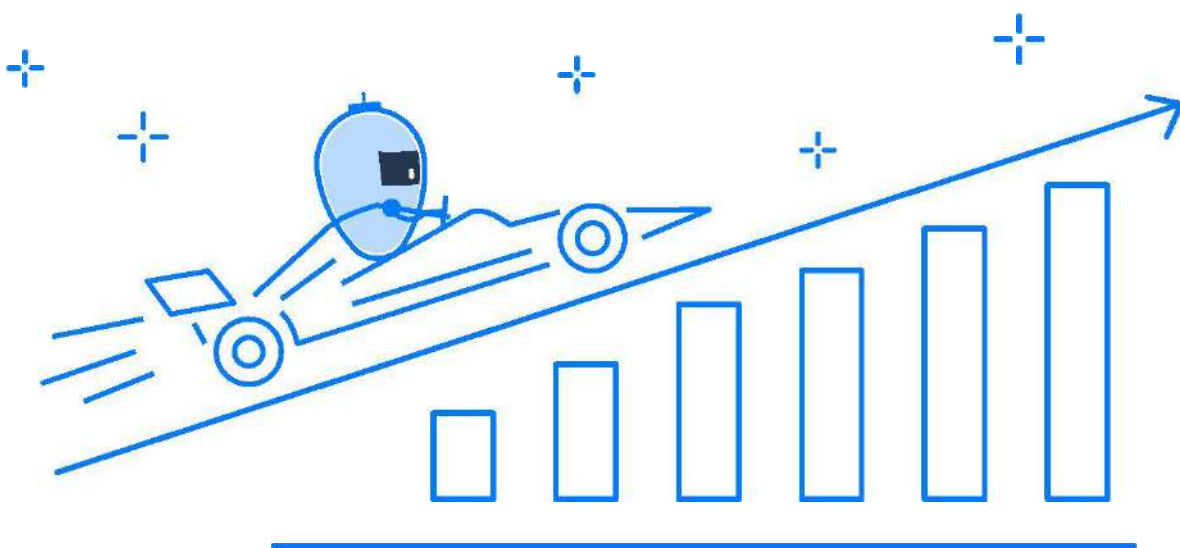


After a month of operation, the robot achieved a conversion rate of over 15% in subscription renewals, outperforming the contact center operator. The cost of using the bot was significantly lower than employing a human operator, making such calls more cost-effective and preserving a substantial volume of home phone subscriptions. The test was successful, and full-scale integration of Intwin products began.

## Expansion of the B2B Product Line:

Rostelecom encountered difficulties in selling new products to their B2B clients, as selling to existing customers became increasingly challenging, and new customers in a competitive market often chose another operator.

Initially, Rostelecom focused on selling standard products such as corporate numbers, communication services, internet, and PBX. We proposed integrating and selling voice and chat bots as part of Rostelecom's PBX system or as a standalone product.



Within the first few months of collaboration, three contracts were signed, and over 10 intentions to connect to Intwin services were secured. The average check size increased by 2-3 times. Customers responded positively to the new capabilities, associating Rostelecom with advanced technologies.



The Intwin logo consists of a blue icon of a stylized building or power source on the left, followed by the word "intwin" in a lowercase, blue, sans-serif font.

&

The Ural Energy Supply logo features a yellow lightning bolt icon on the left, followed by the words "Ural Energy Supply" in a green, sans-serif font.

## EFFECTIVE DEBT COLLECTION FOR HOUSING AND UTILITY PAYMENTS

Implementation Results of Intwin in Property Management Companies

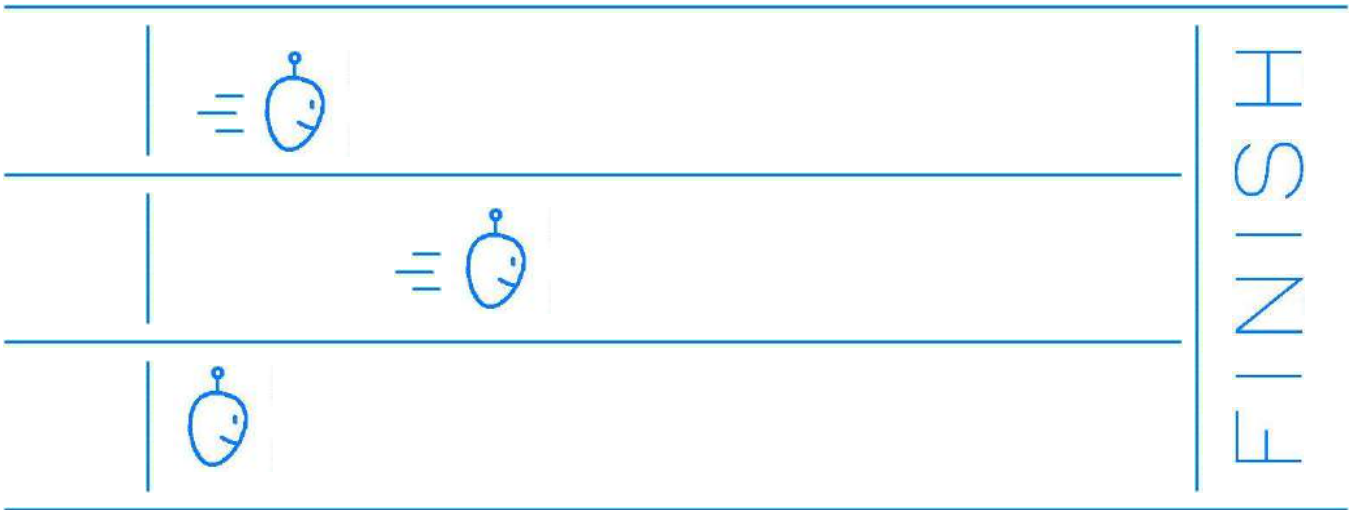
Ural Energy Supply is the largest electricity supplier in the Chelyabinsk region. The company faces a significant amount of outstanding debt due to its hundreds of thousands of customers. Efficiently managing debt collection has been a challenging process.

Various methods were employed by the company to tackle delinquencies, including operator calls from the contact center, SMS notifications, email correspondence, and local announcements, among others.

While the contact center staff showed the highest effectiveness, maintaining a large number of operators impacted the company's profit margins. In an effort to address this, the company decided to explore automating debt collection calls using a voice robot.

## The Robot Competition:

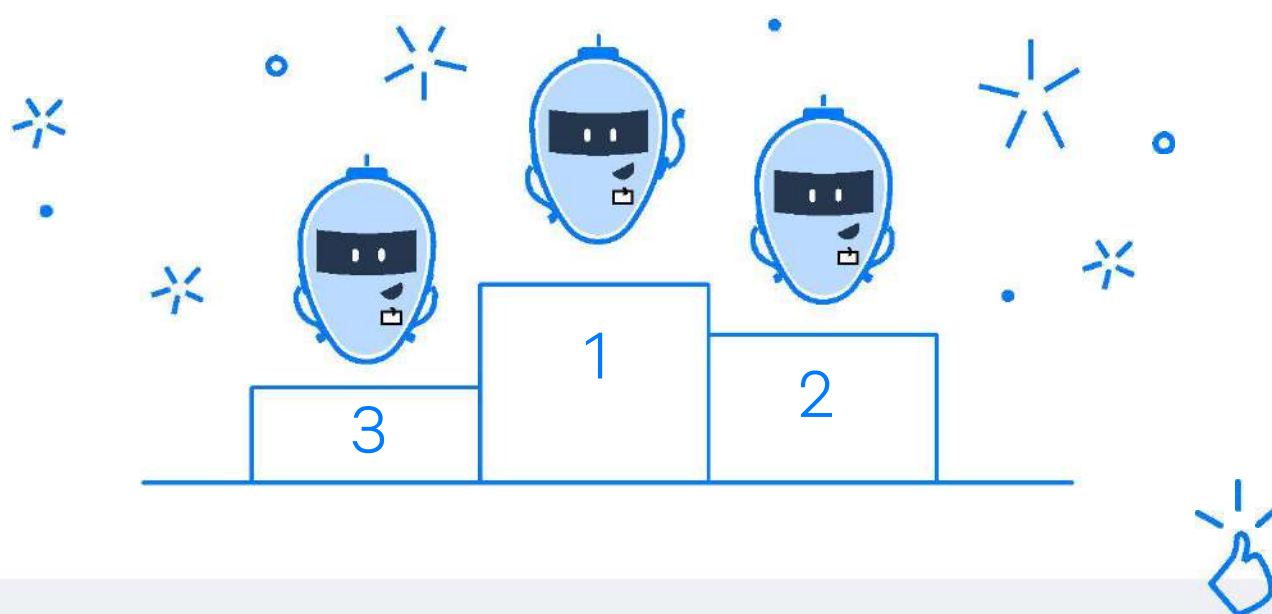
To evaluate available solutions on the market, Uralenergoby selected seven companies, including their own auto-attendant, and requested the creation of a script for a pilot calling campaign involving 300 debtors.



Intwin brought rich experience from working with banking collection departments. Leveraging insights and learnings from previous cases, we developed a script within one week. The script conveyed debt-related information to customers in a polite yet assertive manner.

Following the pilot phase, Intwin demonstrated results comparable to those achieved by human operators in terms of efficiency: both the human operators and the Intwin robot were able to collect the average payment amount from each of the 300 calls.

The Intwin bot outperformed the other six competing providers of similar bots, as well as the auto-attendant. Subsequently, Intwin was invited to participate in a tender process. After winning the tender, Intwin's specialists devoted significant effort to developing a voice robot capable of handling various dialogue scenarios.



Today, 100% of outbound calls are handled by the robot, eliminating any delays in the calling process and ensuring debtors are informed in a timely and scheduled manner. Contact center operators now focus solely on inbound calls and engage with the most complex cases.



# HOW TO CONDUCT TENS OF THOUSANDS OF NPS SURVEYS AND COLLECT DATA EFFICIENTLY

Implementation Results of the Intwin Voice Bot

TTC is among the largest backbone communication operators and one of the top five companies providing broadband internet access services in the CIS region. TTC's subscriber base consists of 1.8 million users.

With an extensive customer base, maintaining a high level of quality for each individual user and not overlooking any important case becomes crucial.

At TTC, the effort of contact center employees was utilized to make calls to existing customers and conduct a survey consisting of 13 critical questions. The answers to these questions were intended to influence decision-making regarding the company's future development.

## Human labor:

Today, the value placed on human labor and the time invested in work is exceptionally high. The process of sourcing, selecting, training, and achieving desired outcomes with employees takes months and incurs several months' worth of salaries.



TTC encountered the issue of highly skilled and costly internal contact center operators being relegated to routine tasks. This had a negative impact on employee motivation, staff turnover, and the quality of collaboration among contact center managers.

## Emulating the best:

Our task was to develop a working version of the bot and conduct a survey among 30,000 company clients within a period of 5 weeks.



In the first week, we created scripts based on the performance of TTC's top-performing manager and conducted internal testing.

During the second week, we fine-tuned the bot and integrated the Twin platform with TTC's CRM via API.

In the third week, we made calls to 5,000 subscribers, added 3 new intents, and incorporated a new branch into the bot's script. We trained the contact center manager to work with the bot and make necessary adjustments independently. The bot demonstrated a conversion rate of over 40% on real cases, but it had not yet reached the level of the client's best contact center operators.

In the fourth and fifth weeks, we completed the remaining 25,000 calls, made slight adjustments to the script, and achieved results surpassing TTC's top-performing operators.

## Results:

**2,5x**

We reduced the cost of conducting NPS surveys by 2.5 times

**56%**

We achieved a response conversion rate of 56% (the client's contact center's best conversion rate was 52%).



## HOW TO TRANSITION FROM AN EXPENSIVE OUTSOURCED CONTACT CENTER TO ROBOTS

Digitization and process automation with Intwin bots.

Domino's is a global pizza chain, and the CIS market is one of the most promising for the company. Customer service quality and high NPS scores are crucial performance indicators. Therefore, the company allocated significant resources to a high-quality outsourced contact center for their inbound operations.



### Previous State

Website, mobile application, dedicated hotline, and outsourced contact center services.



### Challenge

High costs associated with supporting service channels and the potential for sales through various order placement methods.



### Solution

Intwin proposed an omnichannel digital transformation idea - implementing a voice bot for inbound calls and a chatbot for messaging apps.



### Objectives

Increase communication channel capacity and the proportion of automated customer service. Transfer 30% of communications to the bot during the MVP stage.





## Workflow:

Domino's entrusted the task entirely to the Intwin team and created favorable conditions for smooth operations, hypothesis testing, and bot design. The Intwin team acted as coaching and consulting specialists in process automation.

### Stage 1: +

Hypothesis testing and script writing.

### Stage 2: +

MVP testing. Implementation of pizza delivery order placement.

### Stage 3: +

Integration of promotional offers, exceeding 50 in the company, into the ordering capability.

### Stage 4: +

A feature. of order status consultation

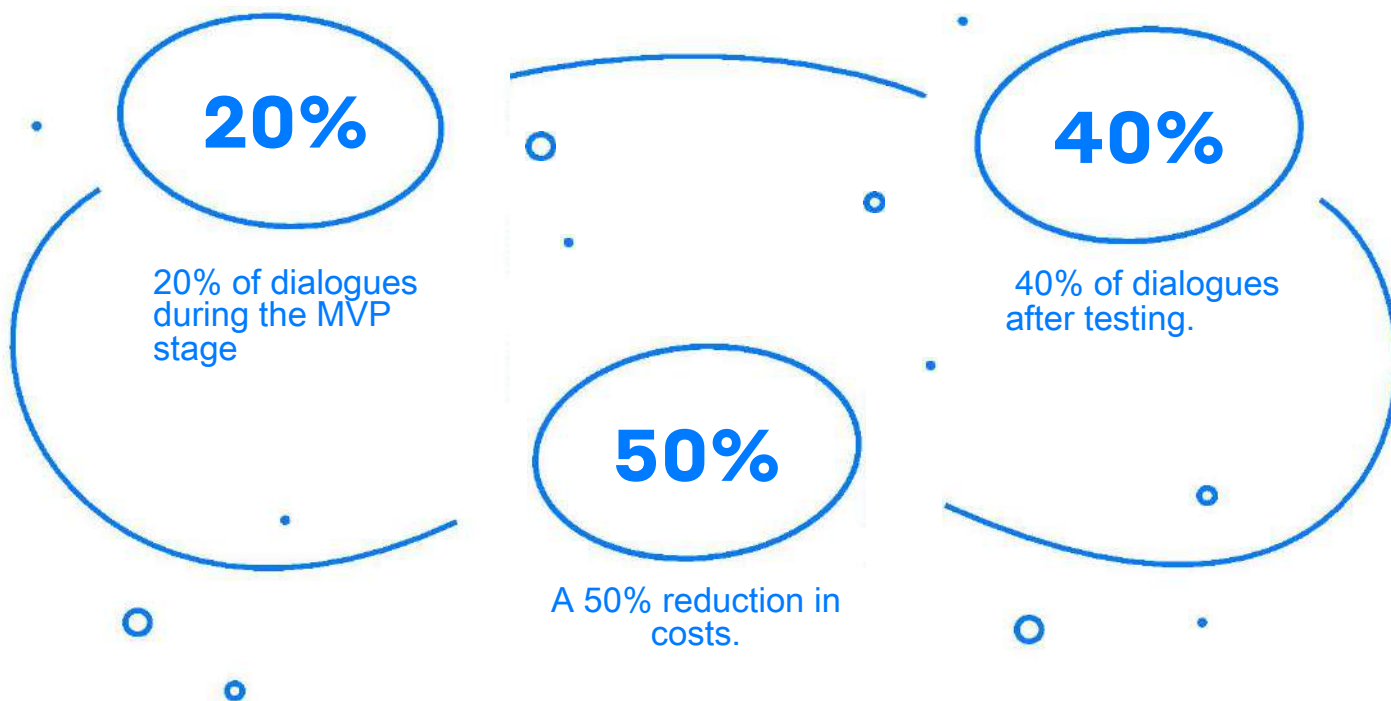
## Reactive Resistance:

Intwin had to create three versions of the bot due to reactive resistance. Even though the bot was functioning correctly, 30% of customers insisted on being transferred to a human operator before completing the order.

Intwin implemented an approach used in fast-food restaurants, where you encounter the cashier: the bot swiftly and clearly accepted the confirmation provided by the customer based on the script, without questioning or asking for clarification.

Order confirmation was moved to the very end, reducing the dialogue from 2.5 minutes to 1.5 minutes. This made the conversation more familiar and eliminated reactive resistance.

## Key Results:



## Plans for 2022:

Full order placement automation with the bot and chatbot handling in messaging apps. By the end of 2022, costs should be reduced by 70%. Development of the chatbot in messaging apps as a new sales channel.

