



ASSOCIATION OF BUSINESS SERVICE LEADERS
IN THE CZECH REPUBLIC
Hvězdova 1734/2c
140 00 Praha 4

Chatboty mění podnikové služby

Chatboty nepředstavují jen další krok při budování jednotné zákaznické zkušenosti, ale přinášejí i zlepšování služeb zákazníkům a odbourání rutinní práce zaměstnanců kontaktních center.

Jaká je role chatbotů v systémech zákaznické podpory? Připraví o práci zaměstnance kontaktních center, nebo jim naopak uvolní ruce k řešení důležitějších problémů? Představují chatboty již zralou technologii a v jakém časovém horizontu můžeme očekávat jejich nasazení? Asociace ABSL, která na českém trhu sdružuje poskytovatele sdílených podnikových služeb, ve své prognóze považuje nástup chatbotů za nezadržitelný. „*Není žádných pochyb, že k domu dojde, otázkou je pouze kdy,*“ uvádí prezident ABSL Ota Kulhánek. „*Odhadujeme, že tyto systémy budou za 5-10 let schopny nahradit 90–95 % provozu center zákaznické podpory.*“

Chatboty, respektive hlasoví asistenti - jedná se zde nejenom o „klasický“ textový chat, ale v stále větší míře o interakci v přirozeném mluveném jazyce - představují jednu z technologií, která se dříve než v podnikovém prostředí rozvinula v oblasti služeb koncovým zákazníkům. Nejznámějším systémem tohoto typu je Apple Siri nebo Microsoft Cortana. Do oblasti služeb zákazníkům tyto systémy pronikají s určitým zpožděním. Firmy totiž péči o zákazníky pokládají za příliš důležitou, než aby zde riskovaly snížením kvality poskytovaných služeb. „*Dobrý vztah se zákazníky je pro mnohé firmy klíčová konkurenční výhoda, do které investovaly mnoho prostředků. Nejsou tedy ochotné tyto vztahy riskovat, dokud si nejsou jisty, že tento nový způsob komunikace akceptují i zákazníci. A to podle mého názoru v mnoha případech potrvá déle než vývoj samotných technologií,*“ vysvětluje Ota Kulhánek s tím, že první pozitivní výsledky nasazení chatbotů v segmentu podnikových služeb naznačují, že do budoucna půjde zcela jistě o disruptivní technologii, která obor výrazně změní.

Zákazníci mají nyní komunikaci s automatizovanými systémy podpory spojenou především s automatickou předvolbou pomocí tlačítek. Tato technologie není příliš oblíbená, i když pro poskytovatele znamená úsporu nákladů; zákazníci se obvykle snaží docílit přepojení na



živého asistenta. Modernější verzi jsou chatboty, kteří jsou skutečně interaktivní a lidskému jazyku rozumí. Technologie natural language processing jsou zatím mnohem jednodušší zvládnutelné v psané formě, takže chatboty jsou častěji nasazovány v rámci webových a mobilních aplikací/fór než v případě klasických kontaktních center. Ideální verze kontaktu samozřejmě znamená, že zákazník vůbec nepozná, že nekomunikuje s živým člověkem.

Důraz na přidanou hodnotu

Z pohledu operátorů kontaktních center bude dopad této technologie podobný jako v případě automatizace a robotizace v jiných oblastech. Chatboty převzou především tu část komunikace se zákazníky, která je méně citlivá a kde člověk nepřinášel žádnou zvláštní přidanou hodnotu, pouze vyřizoval stále ty samé dotazy a poskytovatel víceméně standardizované odpovědi. Do kategorie těchto rutinních činností patří např. poskytování základních informací, vyhledávání, vyřizování rezervací a objednávek, problémy v případě zapomenutí hesla apod. Podobně jako v jiných oblastech i v případě kontaktních center dojde v důsledku postupující automatizace k tomu, že lidé se přeškolí na typ práce s vyšší přidanou hodnotou. Zkušení zaměstnanci zákaznické nebo technické podpory, kteří budou současně specialisty na danou problematiku, se podle prognózy ABS L o své pracovní pozice obávat rozhodně nemusejí. Segment podnikových služeb díky tomu pro řadu potenciálních zaměstnanců naopak na atraktivitě spíše získá, protože nabídne kreativnější práci.

Úspory nákladů až 75 %

Jednou ze zajímavých platform pro vytváření a řízení chatbotů představuje Conversational Platform společnosti Comdata Group. Jedná se o škálovatelné řešení postavené kolem architektury orientované na služby (SOA). Comdata uvádí, že její model kombinující chatboty a lidské operátory ušetří podle zatím provedených případových studií 40–75 % nákladů na tyto služby a efektivitu jejich provozu zvýší o 20–35 %. *„Chatboty neznamenaají pouze úsporu,“* uvádí Andrea Tonoli ze společnosti Comdata, *„mohou také lépe než lidé z kontaktu extrahovat informace o preferencích zákazníka, a umožňují tak firmám, aby své zákazníky lépe poznaly.“* Chatboty tak podle Tonoliho představují jednu z technologií, která je součástí digitální transformace firmy.

Odhady tempa se různí

Postup zavádění chatbotů mapuje několik studií předních analytických společností. Gartner již v roce 2011 předpovídal (Gartner Customer 360 Summit 2011), že v roce 2020 se 85 % interakcí mezi zákazníkem a firmou uskuteční bez toho, že by na straně firmy do interakce vstupovali živí lidé. Ve své době to byl odvážný odhad a splní se zřejmě jen o pár let později. Podle jiných prognóz je právě letošní rok pro chatboty významným milníkem, a to i z hlediska jejich nasazování v rámci podnikových služeb. Studie společnosti Deloitte



nicméně upozorňuje na to, že komplexnější služby zákazníkům nejsou jen záležitostí zvládnutí přirozeného jazyka. Za chatbotem musí stát podobně jako za živým operátorem obchodní logika, musí být napojen na další systémy firmy, eventuálně dokonce na rozhraní (API) třetích stran. Chatbot musí podobně jako živý operátor dokázat pracovat s databází znalostí, která se dnes rychle mění. Vývoj i údržba a další rozvoj takového systému představuje značnou investici a je náročná z i v jiných ohledech, a zřejmě i proto se řada podniků bude snažit tento postup neuspěchat a potenciálně disruptivní technologie implementovat opatrně a postupně.

O ABSL

ABSL (Association of Business Service Leaders in the Czech Republic) je organizace sdružující společnosti působící v segmentu sdílených podnikových služeb. Jde o segment, který představuje silný zdroj zaměstnanosti v České republice. ABSL vznikla v roce 2013 s cílem podporovat společnosti z oblasti podnikových služeb, sdílet best practises a pomáhat s rozvojem aktivit svých členů i jiných subjektů působících v tomto segmentu. Zároveň ABSL poskytuje podporu zahraničním investorům, kteří chtějí v ČR zřídit svá centra podnikových služeb. Více informací naleznete na www.absl.cz.

Kontakty pro média

Marta Lipovská

PR Consultant

E-mail: marta.lipovska@prcom.cz

GSM: +420 606 716 555