

Soluciones de atención al cliente de Nuance



Caso de éxito::

Reconocimiento de habla natural y enrutamiento de llamadas entrantes

Aeroflot es la primera aerolínea rusa en integrar satisfactoriamente Nuance Call Steering, la solución de enrutamiento de llamadas entrantes basada en el reconocimiento del habla natural de Nuance, para automatizar la gestión de consultas de clientes.

De un vistazo



El cliente

Aeroflot ofrecer a los pasajeros vuelos programados a 118 ciudades en 51 países. En 2011, 14,17 millones de viajeros escogieron la aerolínea, miembro de SkyTeam, la segunda alianza de aerolíneas más grande del mundo.

Objetivos del proyecto

- Automatizar el centro de llamadas de Aeroflot
- Recortar los costes relacionados con el centro de llamadas
- Ampliar la gama de servicios innovadores ofrecidos a los pasajeros, con el fin de apoyar la imagen de Aeroflot como empresa tecnológicamente avanzada.

Solución

Nuance Call Steering, una solución automática de gestión de llamadas, con capacidades exclusivas de reconocimiento del habla natural.

Resultados

- Recorte de los costes anuales del centro de llamadas en 31 millones de rublos (~ EUR 770.000)
- En un año desde su lanzamiento, Nuance Call Steering ayudó a procesar más de 2,1 millones de llamadas
- Automatización de más del 60% de consultas sobre vuelos
- Automatización del 99,8% de las notificaciones salientes con informaciones sobre cambios de vuelo
- El algoritmo de reconocimiento de voz para la mayoría de las solicitudes más comunes es correcto hasta el 96,7%.

Aeroflot

Aeroflot es el líder incontestable de la aviación civil rusa. Creada el 9 de febrero de 1923, Aeroflot es una de las aerolíneas más antiguas del mundo y una de las marcas rusas más reconocidas. En 1989, Aeroflot se convirtió en la primera aerolínea rusa en incorporarse como miembro de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA).

A partir del verano de 2012/2013, Aeroflot ofrece vuelos a 118 ciudades en 51 países, incluidos 31 aeropuertos en Rusia. En 2011, la aerolínea transportó a más de 14,17 millones de pasajeros, creciendo esta cifra un 25,6% en un año. Incluidas las filiales adquiridas en 2011, el número total de pasajeros del Grupo Aeroflot alcanzó más de 20 millones. Operacionalmente, el volumen de pasajeros superó 42.000 millones de pasajeros-kilómetros (+ 20,8% en un año). La tasa de ocupación de asientos creció hasta el 77,5% (un aumento de 0,4 puntos porcentuales). La aerolínea opera el Centro de Gestión de Vuelos más grande de Europa del Este, y la flota de Aeroflot, con 123 aviones, es una de las más modernas, joven y de rápido crecimiento en Europa.

En 2006, Aeroflot se convirtió en miembro efectivo de SkyTeam, la segunda alianza de aerolíneas más grande del mundo. A través de su amplia red, los miembros de SkyTeam ofrecen vuelos a más de 900 ciudades en 173 países.

La estrategia de Aeroflot es convertirse en una de las 20 aerolíneas mundiales más grande para 2025, en términos de ingresos y volumen de pasajeros. En un solo año, Aeroflot tiene como objetivo transportar hasta 70 millones de pasajeros.

Objetivos del proyecto

Aeroflot está desarrollando agresivamente nuevos servicios online, tales como reserva, venta de billetes y facturación, acceso a redes móviles y acceso a Internet a bordo. El lanzamiento de un sistema de autoservicio de reconocimiento del habla natural altamente cualificado, se ha convertido en un nuevo paso para la empresa.

El enfoque del viejo centro de llamadas

Antes del lanzamiento de Nuance Call Steering, el centro de contacto de Aeroflot estaba repartido en tres ubicaciones distintas, divididas entre dos operadores de centros de llamadas subcontratados independientemente. Un sistema interactivo de respuesta de voz (IVR) con marcado por tonos servía como punto de entrada para las llamadas entrantes.

Problemas:

- Falta de líneas entrantes
- Largos tiempos de espera
- Poca flexibilidad en la gestión (dificultades en la introducción de cambios rápidos en los escenarios de procesamiento de llamadas)
- Costes elevados
- Falta de control conjunto de calidad para las llamadas entrantes
- Disminuir la carga de trabajo de los agentes y aumentar sustancialmente el número de consultas de clientes atendidas mediante autoservicio

Metas

- Automatización
- Menores costes del centro de llamadas
- Apoyar la imagen de empresa innovadora de Aeroflot

La propuesta de automatización del centro de contacto incluía las siguientes funcionalidades:

- Gestión de llamadas entrantes (desviadas a grupos de operadores o a servicios de información automáticos)
- Reserva previa (proporcionando información automatizada sobre coste del billete y sobre la disponibilidad de asiento)
- Notificaciones salientes de voz personalizadas sobre cambios de horarios de vuelos de salida de Moscú (cambio de terminal, retrasos de vuelos y cancelaciones, etc.)
- Salida llamadas sobre ofertas especiales de la empresa, en particular cambios en el programa de fidelidad Aeroflot Bonus en abril de 2011

Aeroflot hace un especial hincapié en las nuevas tecnologías de información ya que las considera muy importantes en términos de mejora del servicio de atención al cliente y rentabilidad.

La dificultad del proyecto era la necesidad de integrar la solución de Nuance Call Steering con el sistema de reservas global Sabre y otras fuentes de datos internos dentro de Aeroflot. Otro desafío fue la necesidad de crear un sistema de monitorización que mostrase en tiempo real los principales parámetros de funcionamiento.

Al mismo tiempo, el sistema de reservas Sabre fue trasladado a una arquitectura de servicio Web que no estaba bien documentada en el momento del diseño del proyecto.

Asimismo, hubo necesidad de integrar Nuance Call Steering en el software del centro de contacto subcontratado mediante CTI.

Selección del vendedor

Para resolver estos desafíos, Aeroflot anunció una petición de oferta para la mejor solución de procesamiento automatizado de llamadas entrantes, diseñada para simplificar el enrutamiento de las llamadas y automatizar la información de pasajeros solicitada con frecuencia. La solución debía tomar en consideración la posibilidad de añadir nuevas aplicaciones interactivas de voz flexibles. Los requisitos de la oferta fueron diseñados conjuntamente por los departamentos de TI y comercial.

Como resultado de la petición de oferta, Aeroflot escogió una propuesta presentada por Voxcom para utilizar la solución de Nuance Call Steering.

Las alternativas ofrecidas a la aerolínea incluían selecciones de menú mediante marcación por tono para enrutar las llamadas a los operadores. La experiencia muestra que con soluciones como ésta, sin embargo, es difícil organizar con efectividad consultas automatizadas de clientes,

“En Aeroflot tenemos una cultura establecida y unos estándares definidos para las comunicaciones con los clientes. La solución implementada fue ajustada fácilmente en la manera que necesitábamos para satisfacer estos requisitos, y eso sin mucho esfuerzo”.

– Dmitry Lapin ,subdirector de TI de Aeroflot

ya que las personas están acostumbradas a las comunicaciones por voz. Asimismo, la marcación por tonos a menudo

conlleva errores de enrutamiento, aumentando el tiempo de procesamiento de la consulta y disminuyendo la satisfacción del cliente.

Como resultado, un sistema que combinaba lo mejor de la comunicación por voz, un centro de contacto clásico con operadores y un procesamiento de voz automatizado, fue la seleccionada.

Nuance Call Steering

A menudo, cuando se llama a un centro de contacto, un cliente tiene que atravesar por todo un laberinto de menús poco familiares. Un gran porcentaje de las personas que llaman rechazan seguir la lógica de menús de IVR y tratan de conectarse con el primer representante disponible tan pronto como tienen la oportunidad. Mientras tanto, las aplicaciones de autoservicio en las que invirtió la empresa permanecen infrautilizadas, porque los clientes no pueden encontrarlas ni utilizarlas.

Nuance Call Steering permite a los clientes conectarse rápidamente y con exactitud a los operadores y servicios que necesitan. Permite utilizar el reconocimiento del habla natural basándose en modelos estadísticos con el fin de procesar las consultas entrantes. Como resultado, las personas que llaman son enrutadas hacia un destino correcto en menos pasos que otras tecnologías de procesamiento de llamadas automatizadas.

Algunos sistemas de reconocimiento del habla tienen límites, ya que no son capaces de reconocer más que un conjunto específico de respuestas (frases). No pueden adaptarse, aprender y predecir lo que una persona que llama dirá. Nuance Call Steering utiliza los últimos avances en algoritmos de reconocimiento de voz como Nuance Recognizer, el software de reconocimiento de voz con más éxito en el mundo, que soporta la semántica estadística para modelos de lenguajes. Estas tecnologías ayudan a crear aplicaciones de autoservicio de voz sumamente efectivas, llevando no solamente a una mejora significativa de la calidad del servicio de atención al cliente, sino también a bajar los costes operativos.

La solución incluye herramientas de análisis y de monitorización bien desarrolladas. Usando análisis del procesamiento de consultas, monitorización de la calidad del servicio regular con precisión del reconocimiento e indicaciones de los problemas de enrutamiento, es posible diagnosticar y resolver rápidamente problemas de reconocimiento y de enrutamiento.

Nuance Call Steering es un sistema de gestión de consultas, que permite a las personas que llaman indicar el problema que tienen de la forma más natural. Al aumentar la velocidad y calidad del servicio de atención al cliente, la solución recorta sustancialmente los costes.

Esto garantiza que la solución proporcione siempre la ruta más corta para atender la solicitud del cliente.

El uso del reconocimiento efectivo del habla natural para gestionar las consultantes entrantes reduce los costes, gracias al procesamiento automatizado de las consultas y a la reducción en las tasas de enrutamiento incorrectas. La simplificación del servicio, a su vez, lleva a una mayor fidelidad del consumidor.

Ventajas de la solución

- Menos costes operativos: disminución de los tiempos de enrutamiento de llamadas, reducción de las tasas de enrutamiento erróneas, y menor número de agentes necesarios en el centro de contacto.
- Elevada tasa de reconocimiento de consultas: Nuance Call Steering permite a los clientes describir el motivo para realizar una llamada con sus propias palabras y define el enrutamiento de consultas más corto gracias a modelos estadísticos preprogramados basados en el historial de las llamadas anteriores.
- Niveles de satisfacción del cliente generalmente más elevados: la capacidad de comunicarse con un sistema de una forma natural impacta a los clientes ayudándoles al mismo tiempo a encontrar y utilizar fácil y rápidamente las aplicaciones correctas.
- Velocidad de integración: Nuance ofrece formas de integrar rápidamente Nuance Call Steering en infraestructuras de autoservicio existentes, proporcionando un sistema que funciona en su totalidad ya a los tres meses del lanzamiento.
- Tecnologías de prestigio: Nuance Call Steering se basa en la tecnología de reconocimiento de voz líder del mercado de Nuance. El sistema se ha licenciado para que sea utilizado conjuntamente con destacadas plataformas IVR como Avaya, Cisco y Genesys.
- Empleados de Nuance, con gran experiencia y profesionalidad: Nuance proporciona sus soluciones, que soportan más de 20 idiomas, a más de 500 clientes en todo el mundo. Gracias a eso, Nuance ha obtenido más experiencia en reconocimiento de habla y su desarrollo que cualquier otra empresa en el mundo.

Implementación del proyecto

Etapas de la implementación de Nuance Call Steering para Aeroflot:

- Finalización de los requisitos empresariales y funcionales
- Diseño del sistema (interfaz de voz "Persona", definiciones de la fuente de datos)
- Desarrollo de aplicaciones de voz (incluida la integración con bases de datos externas)
- Prueba de funcionamiento y ajuste de la aplicación

La implementación, prueba y ajuste del sistema de Aeroflot llevó unos 6 meses.

Durante el período de prueba, la empresa formó gradualmente a sus clientes para que trabajasen con el nuevo sistema de autoservicio. Al principio, sólo el 5% de las llamadas fueron transferidas a la nueva plataforma de habla. Hacia el final del período de prueba, el 100% de las llamadas fueron dirigidas al número del servicio de atención al cliente de Moscú (+7-495-223-5555).

Un número significativo de las personas que llamaban al principio no comprendían que estaban hablando con un sistema de respuesta por voz. Los desarrolladores añadieron una forma de transferir rápidamente desde el menú interactivo de voz a un agente del centro de contacto: en cualquier momento, un cliente podía decir "operador". Asimismo, el sistema transfería automáticamente la llamada a un agente si se producían tres o más errores durante la interacción.

"Tenemos como objetivo crear diálogos naturales con los clientes, y no sólo implementar órdenes de voz como "Pulse un asterisco" o "Diga Libre". Cuando se implantan proyectos como éste, es muy importante no permitir que una lógica empresarial deforme un diálogo natural con un usuario."

– Dmitry Lapin Subdirector de TI de Aeroflot

Los actores profesionales que fueron contratados para grabar las respuestas de la interfaz de voz se convirtieron en una cara virtual de la empresa. El sistema de autoservicio tiene que coincidir con los estándares y cultura existentes de las comunicaciones telefónicas de la empresa con los clientes. El género, edad y dicción preferidos de un operador fueron factores para la selección de la voz del sistema.

Se decidió no utilizar voz sintética para que las personas que llamasen se sintiesen más cómodas con el sistema. Sólo se utiliza habla sintetizada para pronunciar los nombres de puntos de destino raras veces utilizados, a los que no vuela la aerolínea.

En el proceso de la creación de la interfaz de usuario de voz, se prestó una atención particular al reconocimiento de la gramática y se permitió la identificación correcta de consultas de clientes espontáneas, p.ej. Petersburg, St. Pere o Pulkovo (aeropuerto de San Petersburgo).

En la etapa final, de pruebas y ajustes, la meta era encontrar y corregir cualquier problema, como el reconocimiento de la gramática o las necesidades de aumentar el vocabulario. Durante el proceso de prueba, tuvo lugar una formación sobre el modelo acústico con consideración de las características de la línea telefónica. Además de eso, se llevó a cabo la adaptación de la interfaz de voz basada en las estadísticas de percepción del cliente. En el proceso, resultó obvio que algunas veces un simple cambio en el orden de las palabras crea una diferencia significativa en la percepción correcta del significado. Asimismo, se abordó cualquier deficiencia de entonación del mensaje.

Resultados

Como resultado del proyecto, los costes del centro de contacto de Aeroflot se redujeron en más de 31 millones de rublos en un año.

- En un año, desde el lanzamiento del sistema de autoservicio de Call Steering, se procesaron 2,1 millones de llamadas.
- En momentos pico, el sistema recibió hasta 150.000 llamadas al día.
- Mediante el análisis de las consultas de los clientes, el sistema es capaz de enrutar las llamadas telefónicas hacia más de 30 direcciones diferentes.
- Actualmente, en lugar de las tres ubicaciones de centros de contacto separadas anteriores, sólo se cuenta con una (80 posiciones de agente). La carga promedio diaria en el centro de contacto de Aeroflot subió un 50% en el último año.
- El número de llamadas al centro de contacto está creciendo constantemente, por consiguiente el número de agentes está creciendo. Sin embargo, si no se hubiese instalado el sistema, el número de operadores habría crecido mucho más y más rápidamente.

Datos sobre la calidad de las consultas mediante reconocimiento de voz de los clientes:

- Durante el período de prueba (antes del ajuste), aproximadamente 86% de las consultas fueron procesadas correctamente.
- Después del ajuste, el porcentaje de procesamiento correcto subió hasta el 96,5% en algunos casos (información general, nuevas reservas, programa de fidelidad Aeroflot Bonus). La calidad de algunos diálogos mejoró en un 70%.

Estadísticas sobre la aplicación de reservas previa (disponibilidad de asientos, reserva por teléfono):

- En el 44% de los casos, se proporcionó la información y los clientes luego fueron transferidos a un agente para la reserva.
- En el 17% de los casos, las personas que llamaron recibieron la información solicitada.
- El 20% de las llamadas fueron atendidas sólo parcialmente y pasaron a un operador.

El sistema de notificación a pasajeros de cambio de horario está automatizado al 99,8%.

Gracias al sistema automático de notificación a pasajeros, casi 273.000 suscriptores del programa de fidelidad Aeroflot Bonus fueron notificados sobre cambios del programa en el plazo de una semana. El operador de un centro de contacto necesitaría sustancialmente más tiempo para hacerlo manualmente.

Planes futuros

Actualmente, la solución Nuance Call Steering utilizada por Aeroflot soporta solamente el idioma ruso, pero los planes futuros demandan un soporte en 6 idiomas adicionales.

También se incluye en los planes:

- Aumento del promedio de respuesta automatizada a consultas de clientes: en la actualidad, el 60% de las respuestas sobre disponibilidad de vuelo y de asientos se ofrecen de un modo totalmente automático. La meta es subir dicha cifra al 80%.
- Utilización de funcionalidades adicionales del sistema de autoservicio por parte de los departamentos comerciales de Aeroflot.

Sobre Nuance Communications, Inc.

Nuance Communications es un proveedor líder de soluciones de habla e imagen para empresas y particulares de todo el mundo. Sus tecnologías, aplicaciones y servicios dotan de gran atractivo a la experiencia del usuario gracias a la transformación de la interacción entre personas e información y del modo en que se crean, comparten y usan documentos. Cada día, millones de usuarios y miles de empresas utilizan las eficaces aplicaciones de Nuance. Para obtener más información, visite www.nuance.es

©2012, Nuance Communications, Inc. Todos los derechos reservados. Nuance, el logotipo de Nuance, y The Experience speaks for itself y Prodigy son marcas comerciales y/o marcas registradas de Nuance Communications, Inc. y/o de sus filiales en los Estados Unidos y otros países. Todas las demás marcas comerciales son propiedad de sus respectivos titulares. CS112812