

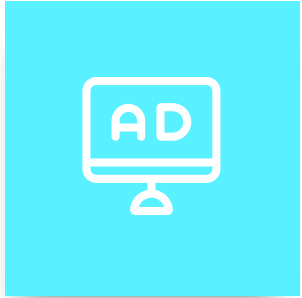


Как повысить желание клиента работать с чат- ботом?

Олег Зельдин

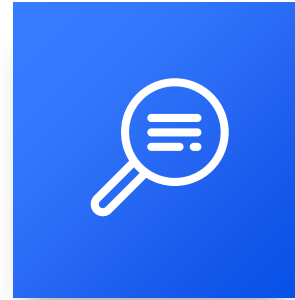
Алекс Берг

Обзор



Аннотация

Авторы провели серию экспериментов для глубокого исследования ответа на вопрос: «Почему клиенты недоиспользуют чат-ботов и какие простые меры помогут повысить долю выбора бота в КЦ»



Источник

Название статьи и дата публикации

- Deploying Chatbots in Customer Service: Adoption Hurdles and Simple Remedies. Evgeny Kagan (JHU), Maqbool Dada (JHU), Brett Hathaway (BYU) **08.04.2025**

Ссылка

- <https://clck.ru/3PzVgm>

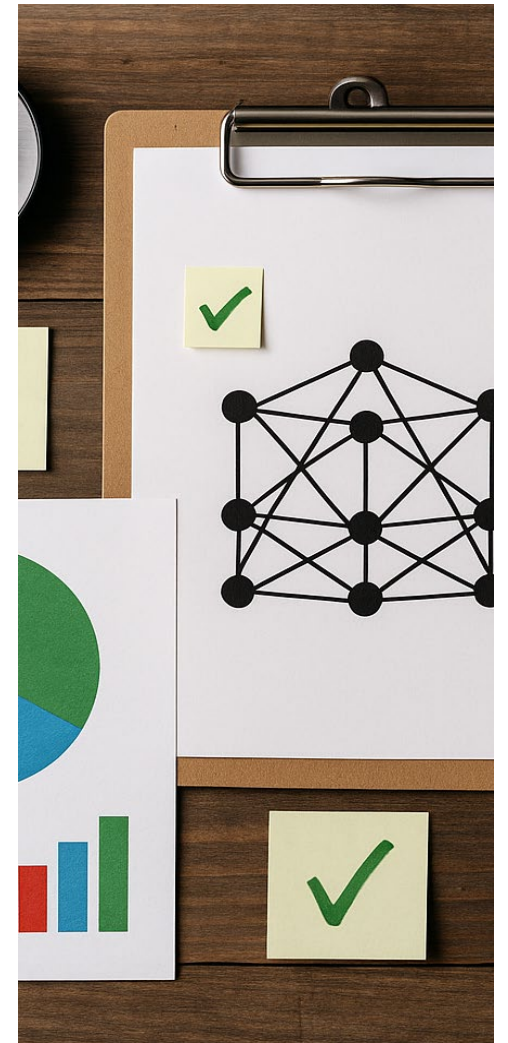


В чем суть
проблемы?

Проблематика

Клиенты часто **обходят чат-бота**, даже когда он объективно быстрее по ожиданию. В итоге **очередь к агентам растёт**, падает скорость обслуживания и увеличиваются затраты

- 💰 **ФОТ увеличивается:** чтобы держать SLA, нужен большой штат
- 🔄 **Путь клиента удлиняется:** «бот → перевод → ожидание» вместо быстрого решения
- 📉 **%SL проседает:** нагрузка на live-очередь скачет сильнее
- 🎯 **Задача исследования:** понять, что именно мешает выбору бота и как это исправить



Три фактора, влияющие на «невывбор» чат-бота



Аверсия к привратнику:

Нежелание входить в канал, где есть **первый этап** (бот) и возможный **второй этап** (перевод к человеку).

Сам факт нескольких стадий может восприниматься как лишнее «трение»



Аверсия к риску ожидания:

Дискомфорт из-за **неопределённости времени** (сколько займёт процесс, что будет при переводе и т. п.).



Аверсия к алгоритму (к железяке):

Недоверие к автоматизированному каналу как таковому (бот/алгоритм) по сравнению с живым агентом.

Аверсия — это устойчивое нежелание выбирать вариант с определённой характеристикой, даже если по “сухому” рациональному расчёту он мог бы быть выгоднее.

Что проверили: 3 эксперимента и модель экономики

Статья проверяет **поведенческие гипотезы** на контролируемых задачах (3 эксперимента).

🧪 Эксперимент 1: Выявление поведенческих барьеров выбора

🧪 Эксперимент 2: Интервенции, которые сокращают поведенческий разрыв (увеличивают выбор бота)

🧪 Эксперимент 3: Влияние реальности



Эксперимент 1

*Поведенческие барьеры: где именно «ломается»
выбор в пользу бота?*

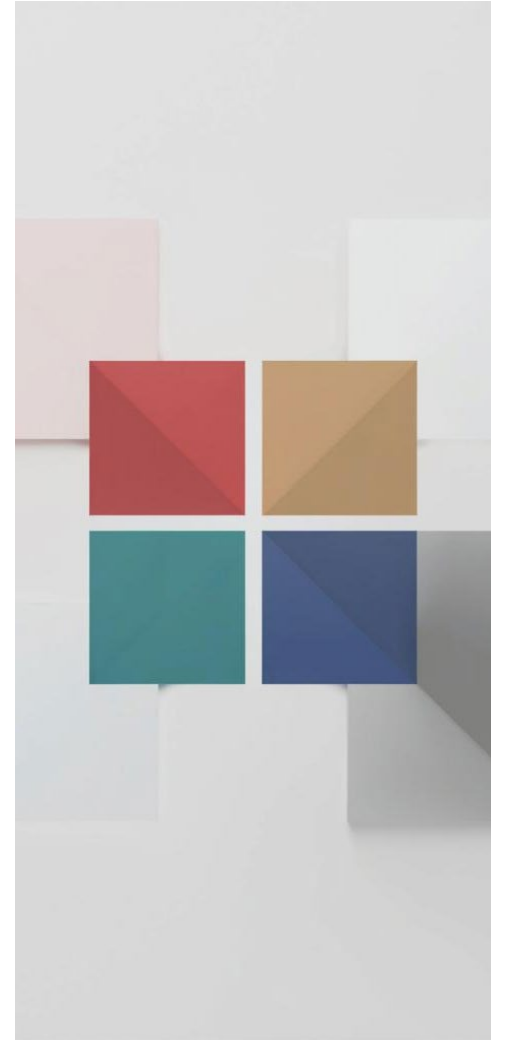
Эксперимент 1: измерить влияние барьеров выбора

Цель Эксперимента 1:

Проверить, почему клиенты реже выбирают бота, чем подсказывает «логика времени», тестируя три фактора влияния:

- Аверсия к «**привратнику**» (несколько стадий)
- Аверсия к **риску** (потрачу время с ботом, а потом опять в очередь)
- Аверсия к **алгоритму-железяке** (в принципе не хочу общаться с ботами)

Выяснить, как влияет на важность этих факторов «повышение ставок» по времени ожидания

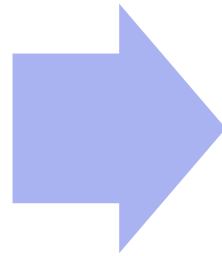




Как проводили Эксперимент 1

Претесты. 213 человек

- 213 человек



Основные тесты. 597 человек
(не те, что проходили
претесты)



Как проводили Эксперимент 1. Претесты

Зачем?

Проверить, что визуальные ярлыки/иконки и подача “Live Agent” vs “Chatbot” сами по себе не искажают выбор (нет скрытого «перекоса» ещё до основного эксперимента).

Как?

Претест 1 (N=113):

Участник последовательно “проигрывал” две 20-секундные интеракции: одну с чат-ботом, одну с живым агентом (случайный порядок показа). Потом выбирал, с кем пройти ещё один 40-секундный раунд — это решение фиксировалось

Результат: 56 из 113 выбрали агента (49.56%) — значимо не отличается от 50% Значит, сами визуальные стимулы (как выглядит коммуникация) не создают перекоса в пользу человека или бота.



Как проводили Эксперимент 1. Претесты

Зачем?

Проверить, что визуальные ярлыки/иконки и подача “Live Agent” vs “Chatbot” сами по себе не искажают выбор (нет скрытого «перекоса» ещё до основного эксперимента).

Как?

Претест 2 (N=100 – другие люди, чем в претесте 1):

Каждый участник также проигрывал 2 итерации. 1-я итерация с «ботом», где сначала 40 с ждал, затем с вероятностью 50% либо получал решение, либо переводился в другую очередь и ждал еще 40 с, после чего получал решение. 2-я итерация – все абсолютно также, только с «живым агентом». После этого делал выбор – бот или агент.

Результат: 49/100 выбрали агента (49%), 51/100 — бота (51%); **разницы нет** ($p=0.920$).
Вывод тот же: при равных процессах и времени ожидания ярлыки (бот или агент) не влияют на выбор



Как проводили Эксперимент 1. Основные тесты

Матрица 3*2 – 6 вариантов сценария эксперимента:

Long/Short



Context: Участники знают, с кем имеют дело



- Агент – всегда очередь, потом решение
- Бот – сразу обслуживание, но может быть перевод к агенту – очередь-решение

A

B

No Context: Просто два канала: A и B



- Канал A – всегда очередь, потом решение
- Канал B – сразу обслуживание, но может быть перевод к агенту – очередь-решение

A

B

No Context, Deterministic:



- Канал A – всегда очередь, потом решение
- Канал B – всегда обслуживание, потом перевод в канал A – очередь-решение



Как проводили Эксперимент 1. Основные тесты

Последовательность событий основных тестов

1. Назначение сценария

Каждому участнику назначен 1 из 6 сценариев (random)

2. Демо-сессия

Демонстрация системы согласно сценария

3. Выбор (33 шт)

- 3 сета по 11 выборов согласно сценария
- В каждом сете менялись параметры (ожидания, вероятность перевода) по разным алгоритмам
- 5 – в пользу одного канала, 5 в пользу другого и 1 – паритет

4. Реальность на основе выбора (мотивация)

- В каждом из сетов по 11 случайным образом определялся один выбор участника – и потом он реально проходил по нему – ждал
- Участники были мотивированы изначально на минимальное время ожидания



Что показали данные Эксперимента 1

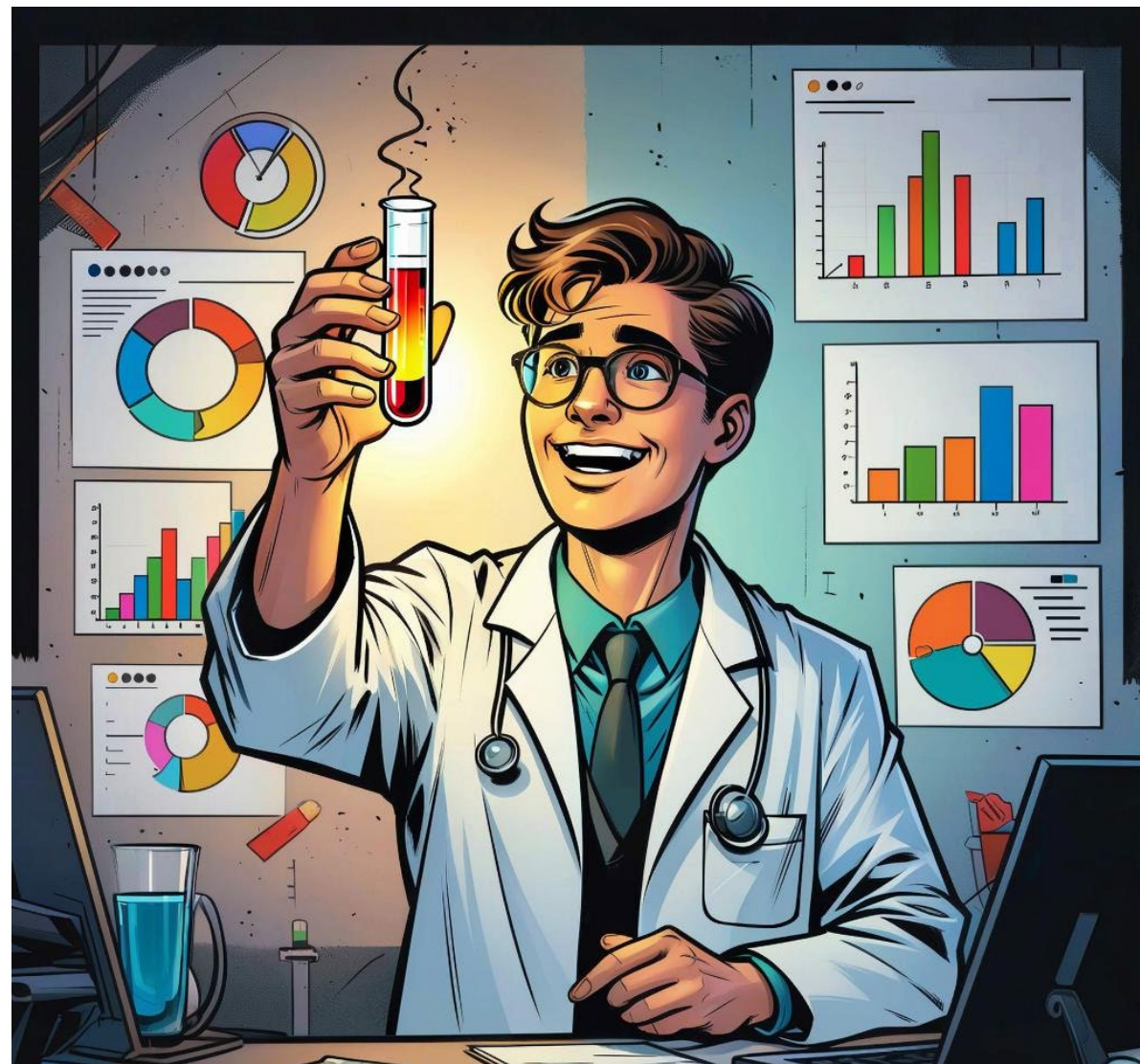
1. **Аверсия к «привратнику».** Даже когда путь через бота и путь к агенту одинаковы по ожидаемому времени, люди реже выбирают бота, потому что видят у него лишний этап и потенциальный перевод.
2. **Аверсия к риску ожидания.** Если убрать случайность в боте (сделать его путь детерминированным при том же среднем времени), доля выбора бота растёт — значит, людей отпугивает риск «второй очереди» после перевода.
3. **Алгоритмическая аверсия** (к ярлыку «бот»). Сам ярлык «чат-бот» усиливает отказ от бота преимущественно в условиях «высоких ставок» (длинные ожидания), хотя в претестах одних ярлыков было недостаточно, чтобы сдвинуть выбор при прочих равных.
4. **Эффект сильнее в “длинном” масштабе** (когда ожидания выше): доля выбора бота падает заметнее.



От выводов к проверкам

Эксперимент 1 выявил устойчивый разрыв между «рациональным» выбором по времени и реальным поведением (в пользу агента) — из-за «привратника» и риска «второй очереди».

Эксперимент 2 предназначен для теста простых операционных вмешательств, снижающих этот разрыв.



Эксперимент 2

Интервенции, которые сокращают поведенческий разрыв (увеличивают выбор бота)

Эксперимент 2: тест влияния на барьеры выбора

Цель Эксперимента 2:

Проверить, какие простые меры реально увеличивают выбор бота без ущерба для клиентского опыта.

Проверяем влияние на 2 барьера из Э1: «привратник» и риск «второй очереди».

Измеряем эффект как при коротких, так и при длинных ожидаемых временах.

Что проверяем:

- Прозрачность бота (честное «умею/не умею/переведу быстро»).
- ETA-подсказка на экране выбора (ожидаемое время по А и В).
- Комбинация прозрачности + ETA.





Как проводили Эксперимент 2. Основные тесты

Матрица 3*2 – 6 вариантов сценария эксперимента:

Long/Short



Context - Transparency: Перед переводом бот объясняет, что не может ответить

- Агент – всегда очередь, потом решение
- Бот – сразу обслуживание, но может быть перевод к агенту (с объяснением) – очередь-решение



Context – No Transparency: Бот просто переводит, без объяснений

- Агент – всегда очередь, потом решение
- Бот – сразу обслуживание, но может быть перевод к агенту (без объяснения) – очередь-решение



ETA



Context – Transparency + ETA: Добавляется информация о времени ожидания

- Агент – всегда очередь, потом решение
- Бот – сразу обслуживание, но может быть перевод к агенту (с объяснением) – очередь-решение
- Перед каждым выбором известно время ожидания на агенте (очередь + обработка) и на боте (обработка с учетом вероятности перевода – очередь к агенту и обработка)





Как проводили Эксперимент 2. Основные тесты

Последовательность событий основных тестов

1. Назначение сценария

Каждому участнику назначен 1 из 6 сценариев (random)

2. Демо-сессия

Демонстрация системы согласно сценария

3. Выбор (33 шт)

- 3 сета по 11 выборов согласно сценария
- В каждом сете менялись параметры (ожидания, вероятность перевода) по разным алгоритмам
- 5 – в пользу одного канала, 5 в пользу другого и 1 – паритет
- Участники иногда знают о параметрах перед выбором (ETA в 2-х ветках)

4. Реальность на основе выбора (мотивация)

- В каждом из сетов по 11 случайным образом определялся один выбор участника – и потом он реально проходил по нему – ждал
- Участники были мотивированы изначально на минимальное время ожидания

✅ Эксперимент 2. Результаты - что реально пушит выбор бота?

Простые изменения экрана/текста повышают долю выбора бота. Эффект есть и в «коротком» и особенно в «длинном» режиме ожиданий.

🔗 **Прозрачность.** Когда бот «честно» объясняет ограничения (умею/не умею/переведу), выбор бота выше, чем на экране без этих пояснений — особенно при коротких ожиданиях.

🕒 **ETA-подсказка** (Context + Nudge) повышает выбор бота стабильно, а прирост больше при длинных временах (когда ставки выше).

+ **Комбинация** (Прозрачность + ETA) даёт наибольший выбор бота

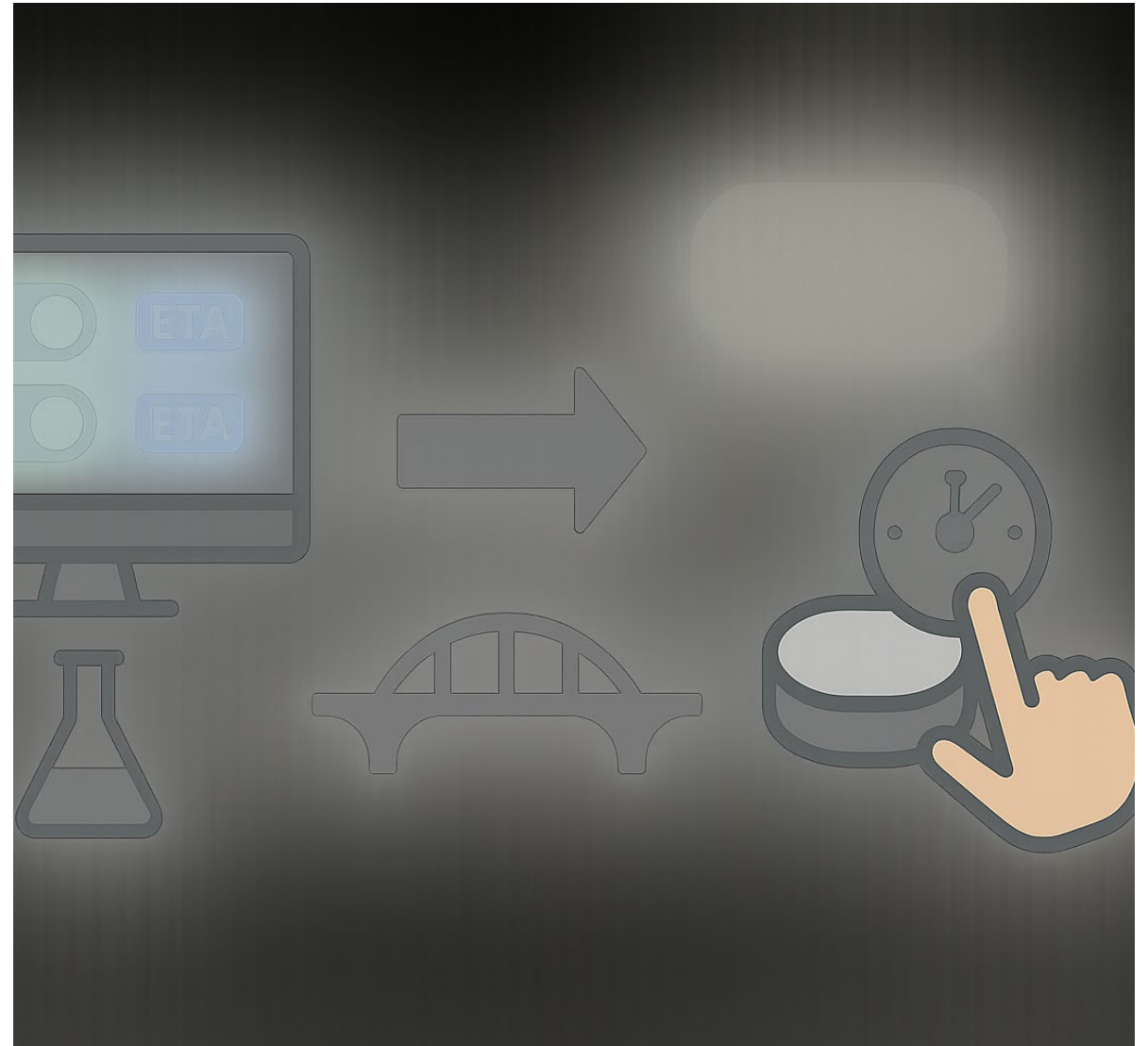


🔗 Зачем понадобился Эксперимент 3?

Эксперимент 2 показал: подсказки (прозрачность, ETA) действительно сдвигают выбор к боту.

Но это были экранные решения без «ощущения времени» и без живой обратной связи.

Нужно проверить устойчивость эффектов в более реалистичных условиях. Для этого проводился эксперимент 3



Эксперимент 3

*Проверяем почти в реальности: когда ожидание
ощущается*

Эксперимент 3: ближе к реальности

Цель Эксперимента 3:

Проверить выводы E1–E2 в более реалистичных условиях, где ожидание не только показано, но и ощущается.

Уточнить, сохраняются ли аверсии (к «привратнику», риску и ярлыку «бот») при «живом» опыте.

Оценить, как реализм влияет на выбор бота (uptake B).



Эксперимент 3: ближе к реальности

 Реалистичный формат: сценарии ближе к реальному КЦ (live-чат и/или режим «удерживай кнопку = ждёшь»).

 Осязаемое время: участник физически проживает ожидание, а не только видит цифры, — проверяем, меняет ли это решения.

 Проверка барьеров: остаются ли смещения из E1 (привратник, риск второй очереди, ярлык «бот») в «живых» условиях.

 Измеряемые эффекты: доля выбора бота (uptake B), величина поведенческого разрыва vs «минимизируй время», различия при «коротком» и «длинном» ожидании.

 Надёжность выводов: подтверждаем, что эффекты не артефакт интерфейса E1–E2, а проявляются и в «боевом» опыте ожидания.





Как проводили Эксперимент 3. Основные тесты

Матрица 2*1 – 2 варианта сценария эксперимента:

Short

LIVE



Context + Live: Общение с реальным живым ассистентом



- Агент – всегда очередь, потом решение
- Бот – сразу обслуживание, но может быть перевод к агенту (с объяснением) – очередь-решение

HOLD



Context + Hold: При обслуживании «Агентом» необходимо удерживать нажатой кнопку



- Агент – всегда очередь, потом решение
- Бот – сразу обслуживание, но может быть перевод к агенту (с объяснением) – очередь-решение

✓ Эксперимент 3. Результаты. Что показал «реализм»?

 **Context + Live:** когда «агентом» выступает реальный ассистент, доля выбора бота ниже базового уровня (статистически значимо).

 **Context + Hold:** необходимость удерживать кнопку во время обслуживания делает «человеческий» канал ещё «ощутимее» → снижение выбора бота сильнее, чем в Live.

 **Механизм:** «два шага» у бота + ожидаемая «вторая очередь» считаются участниками даже при «коротких» временах и «оживлённой» подаче канала А. Аверсия алгоритма усиливается

 **Итог:** результаты E1–E2 не артефакт интерфейса — в условиях, ближе к «боевым», клиенты всё так же охотнее идут к человеку.



Идеи после
прочтения статьи



Куда целимся

- Увеличить **uptake бота** без просадки SLA/CSAT.
- Убрать барьер «привратника» и страх «второй очереди».



KPI-цели на пилот: Uptake_B +10–20 п.п.; PostBotWait –30–50%; CSAT без падения.



Сегменты для старта: длинные очереди, повторные, простые темы (FAQ, статусы, смена пароля).



Экран выбора: нейтральный копирайтинг + ETA

«Контекст» важен: текст не стигматизирует бота. ETA на карточках снижает интуитивные искажения.



Нейминг: «Начать сейчас» vs «Ждать специалиста» (избегаем слова «бот» в заголовке).



Показать ETA для А и В (очередь+сервис; для В — ожидаемое, с учетом перевода).



«Если не решим — переведём и продолжим, без необходимости повторять информацию».



Fast-track после бота

Самый сильный «анти-барьер» — короткая “вторая очередь



Отдельный скилл BotEscalation с приоритетом.



SLA-окно эскалации: напр. 1–2 мин в часы пика.



Передача контекста: резюме бота + ключевые поля в карточку агента



Прозрачность бота (скрипт)

«Честно умею/не умею» повышает доверие в «коротких» режимах и снимает ожидание «обмана» и часть алгоритмо-аверсии.

✅ «Могу: X, Y. Не делаю: Z. Если потребуется — переведу сейчас».

🗣️ Коротко, без техничности; 1–2 строки на первом экране.

🧪 A/B: прозрачно vs без пояснений на простых темах.



«Агент после бота»: сценарий приема

Снимаем страх «рассказывать заново» и экономим 30–60 сек на входе.

📋 Чек-лист агента: подтвердить цель, проговорить, что контекст получен, продолжить с шага N.

🔗 Готовые шаблоны ответов (wrap-up, next step, альтернатива).

🎧 Мониторинг 10–20 звонков/чатов после бота в первые дни пилота



Настройки WFM под эскалации

Планируем «короткую вторую очередь» в пике.



Буфер слотов на BotEscalation по часам пика.



Быстрый расчёт: доля переводов × среднее пост-бот ожидание → размер буфера.



Еженедельная перенастройка по факту Esc_Rate/CSAT.

Быстрые победы (можно включить за 1–3 дня)

-  Нейтрализовать заголовки (убрать «бот», заменить на «Начать сейчас»).
-  Добавить ETA (даже грубый) A/B.
-  Передавать короткое резюме из бота в карточку агента.
-  Создать скилл BotEscalation (хотя бы в нефик).
-  Включить метрики Uptake_B, PostBotWait в недельный отчёт.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

apexberg.ru

ТГ-КАНАЛ:
Клиентский сервис –
искусство служить людям

