

От диалога к действию: 4 направления, где ИИ меняет работу клиентской поддержки

Лемана ПРО: проверка гипотез, первые данные и план внедрения в DIY-ритейле





Лидер российского рынка товаров и решений для строительства и обустройства дома и сада



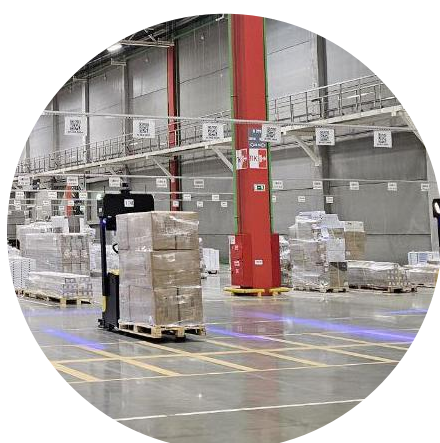
В центре нашего внимания человек — клиент, сотрудник, партнер

КТО МЫ?



113

ГИПЕРМАРКЕТОВ В 51 РЕГИОНЕ И 71 ГОРОДЕ



>15 млн

СКЛАДСКИХ КОМПЛЕКСОВ



>20 млн

КЛИЕНТОВ МАГАЗИНОВ И ОНЛАЙНА В ГОД



>100 тыс.

ТОВАРОВ В МАГАЗИНАХ



>1 млн

ТОВАРОВ ОНЛАЙН



>2 тыс.

ВИДОВ УСЛУГ



>4 тыс.

ПОСТАВЩИКОВ И СЕЛЛЕРОВ МАРКЕТПЛЕЙСА



40 тыс.

СОТРУДНИКОВ

МИССИЯ КОМПАНИИ

ЗАБОТИМСЯ О ДОМЕ, ДУМАЯ О БУДУЩЕМ

Мы помогаем нашим покупателям и профессиональным клиентам создавать и улучшать дом, делая его комфортным, здоровым, долговечным. Даем каждому возможность экономить ресурсы, выбирать безопасные товары и вносить положительный вклад в построение нашего общего будущего

Клиентская поддержка — это центр прибыли, а не затрат

В DIY каждый неотвеченный вопрос клиента — это не просто жалоба. Это потерянная корзина, возврат, повторный звонок и прямая нагрузка на P&L

24/7

5 каналов связи

400 000

обращений ежемесячно

~900 FTE

Поддержка покупателей и поставщиков компании:

- 🏠 Консультации по товарам и услугам, продажи по телефону
- 🏠 Сопровождение заказов из всех каналов: fulfillment, дарксторы, магазины, ФЦ и маркетплейс
- 🏠 Работа с претензионными обращениями
- 🏠 Решение вопросов мерчантов и поставщиков по работе сервисов, поставок

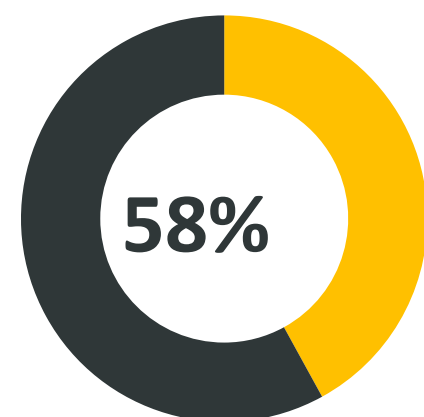
База: более 5 лет речевой аналитики. Что уже работает?

Фундамент: 100% контроль качества вместо 1.5%

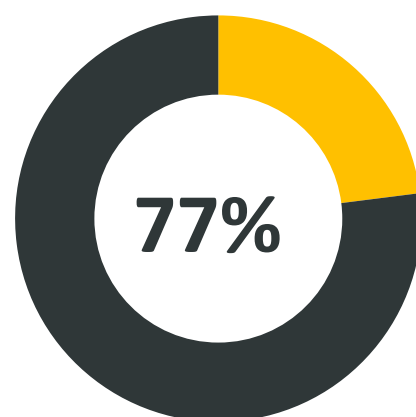
Ключевые показатели

Resolved Issue Rate

До

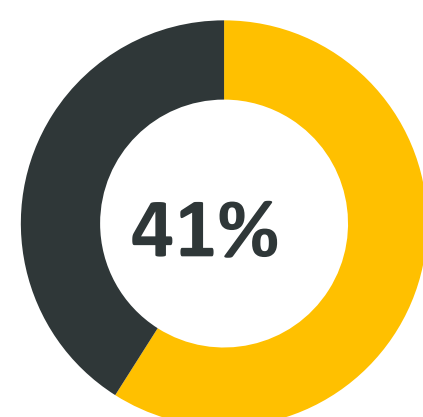


После

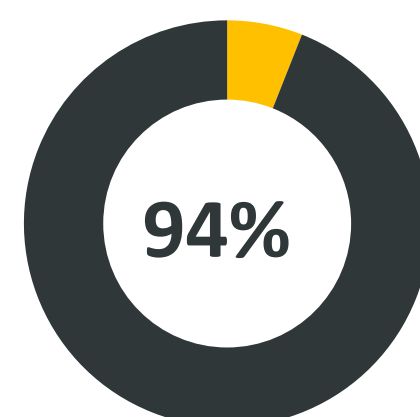


Соблюдение скриптов продаж

До

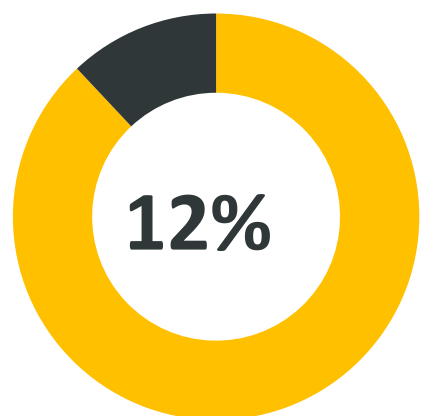


После

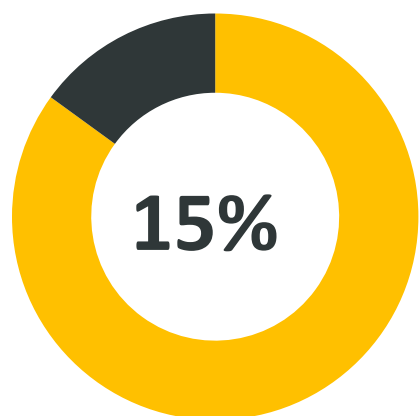


Конверсия в заказ по телефону

До

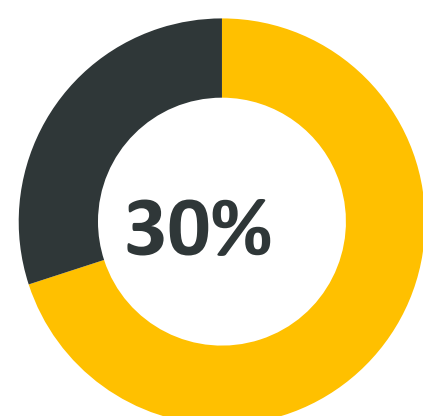


После

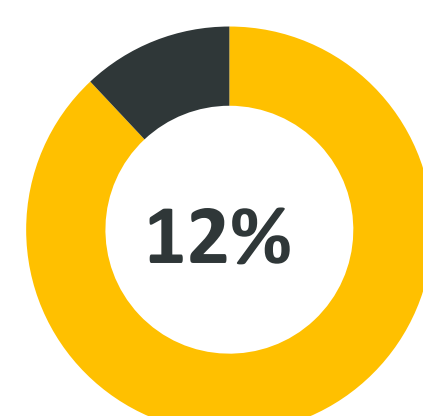


Доля операторов, не справляющихся с консультацией

До



После



- 🏠 Проверка качества для **100% звонков** вместо 1.5%
- 🏠 Точность автоматической оценки **>90%**
- 🏠 Email-алерты (угрозы, мошенничество, сбросы звонков, мониторинг норм деловой этики)

Мы научились слышать каждый звонок. Но классические правила не успевают за новыми товарами и рисками. Нужен контекст и предсказание.

Клиентская поддержка — это центр прибыли, а не затрат

В DIY каждый неотвеченный вопрос клиента — это не просто жалоба. Это потерянная корзина, возврат, повторный звонок и прямая нагрузка на P&L

24/7

5 каналов связи

400 000

обращений ежемесячно

~900 FTE

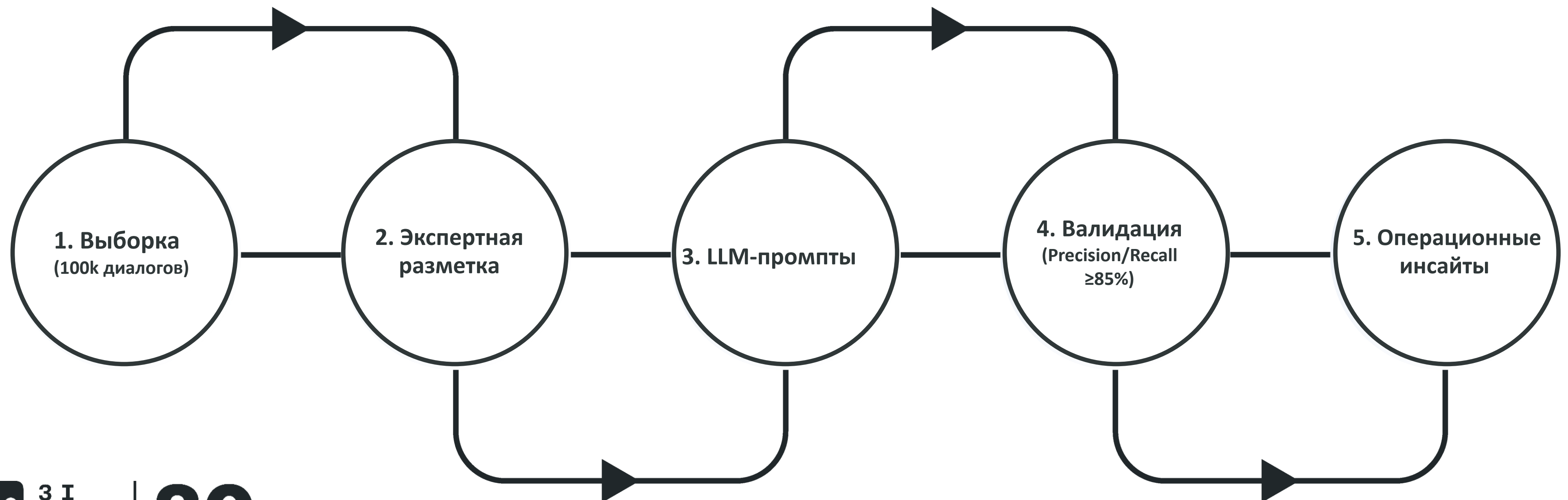
Поддержка покупателей и поставщиков компании:

- 🏠 Консультации по товарам и услугам, продажи по телефону
- 🏠 Сопровождение заказов из всех каналов: fulfillment, дарксторы, магазины, ФЦ и маркетплейс
- 🏠 Работа с претензионными обращениями
- 🏠 Решение вопросов мерчантов и поставщиков по работе сервисов, поставок

Методология проверки

Как проверяли: 100 000 диалогов, строгие критерии

Никакой магии. Только data-driven подход: если точность $<85\%$ — гипотеза не идёт в пилот



Кейс 1: потерянные продажи

3 гипотезы



Потерянная прибыль: Воронка упущенной конверсии

LLM может с точностью $\geq 85\%$ выявлять диалоги с «потерянной продажей» по контексту и интентам клиента



Причины отказа

LLM может классифицировать причины отказа с точностью $\geq 85\%$ (нет товара / габариты / доставка / некомпетентность)



Определение товарной категории

LLM может с точностью $\geq 85\%$ определять товарную группу, которую клиент хотел купить, но не купил

Потерянная прибыль: Воронка упущенной конверсии

Кейс 1

Гипотеза 1 подтверждена: Точность выявления «потерянных продаж» — 90%

46%

Клиент интересовался покупкой

62%

Оператор предложил оформить заказ

50%

Отказались после предложения

38% клиентов не получают предложение - фокус на работу с операторами и выяснение причин отказа.
«Главная точка потерь — не отказ, а отсутствие оффера»

Категории товаров	Клиент интересовался покупкой	Клиент отказался от заказа	Оператор не предложил оформить заказ
Электротовары	67,68% (67/99)	22,39% (15/67)	43,28% (29/67)
Хранение	58,93% (33/56)	21,21% (7/33)	33,33% (11/33)
Товары для уборки	63,16% (12/19)	25% (3/12)	33,33% (4/12)
Текстиль	42,97% (55/128)	16,36% (9/55)	34,55% (19/55)
Стройматериалы	67,73% (531/784)	28,81% (153/531)	26,55% (141/531)
Столярные изделия	77,43% (247/319)	24,29% (60/247)	46,96% (116/247)
Спецодежда и средства защиты	80% (4/5)	0% (0/4)	100% (4/4)
Скобяные изделия	63,89% (115/180)	27,83% (32/115)	33,91% (39/115)
Сантехника	43,39% (315/726)	17,14% (54/315)	33,97% (107/315)
Сад	68,62% (258/376)	23,64% (61/258)	36,43% (94/258)
Плитка	47,37% (333/703)	18,92% (63/333)	26,73% (89/333)
Отопительное оборудование	73,33% (33/45)	24,24% (8/33)	33,33% (11/33)
Освещение	45,45% (45/99)	20% (9/45)	24,44% (11/45)
Окна	66,96% (75/112)	16% (12/75)	41,33% (31/75)
Не определено	16,85% (299/1 775)	20,74% (62/299)	45,15% (135/299)
Напольные покрытия	61,96% (316/510)	20,89% (66/316)	32,91% (104/316)
Мебель	39,55% (210/531)	9,05% (19/210)	37,62% (79/210)
Кухни	48,66% (437/898)	7,32% (32/437)	56,29% (246/437)
Краски	65,48% (203/310)	22,17% (45/203)	33,5% (68/203)

Причины отказа

Кейс 1

Гипотеза 2 подтверждена: точность >85%

ЛОГИСТИКА И НАЛИЧИЕ (72%):



Что делаем?

На уровне бизнеса (работаем с причинами):

Для закупок:

- ▴ передача списка TOP-SKU, которые клиенты ищут, но не находят

Для логистики:

- ▴ анализ регионов/адресов с хроническими проблемами доставки
- ▴ тестирование новых тарифов или партнеров для «последней мили»

На уровне операторов (работаем над сохранением продаж):

- ▴ пересмотр и усиление скриптов по подбору аналога (+2-3 предложения)
- ▴ предложение альтернативных дат \ способов доставки

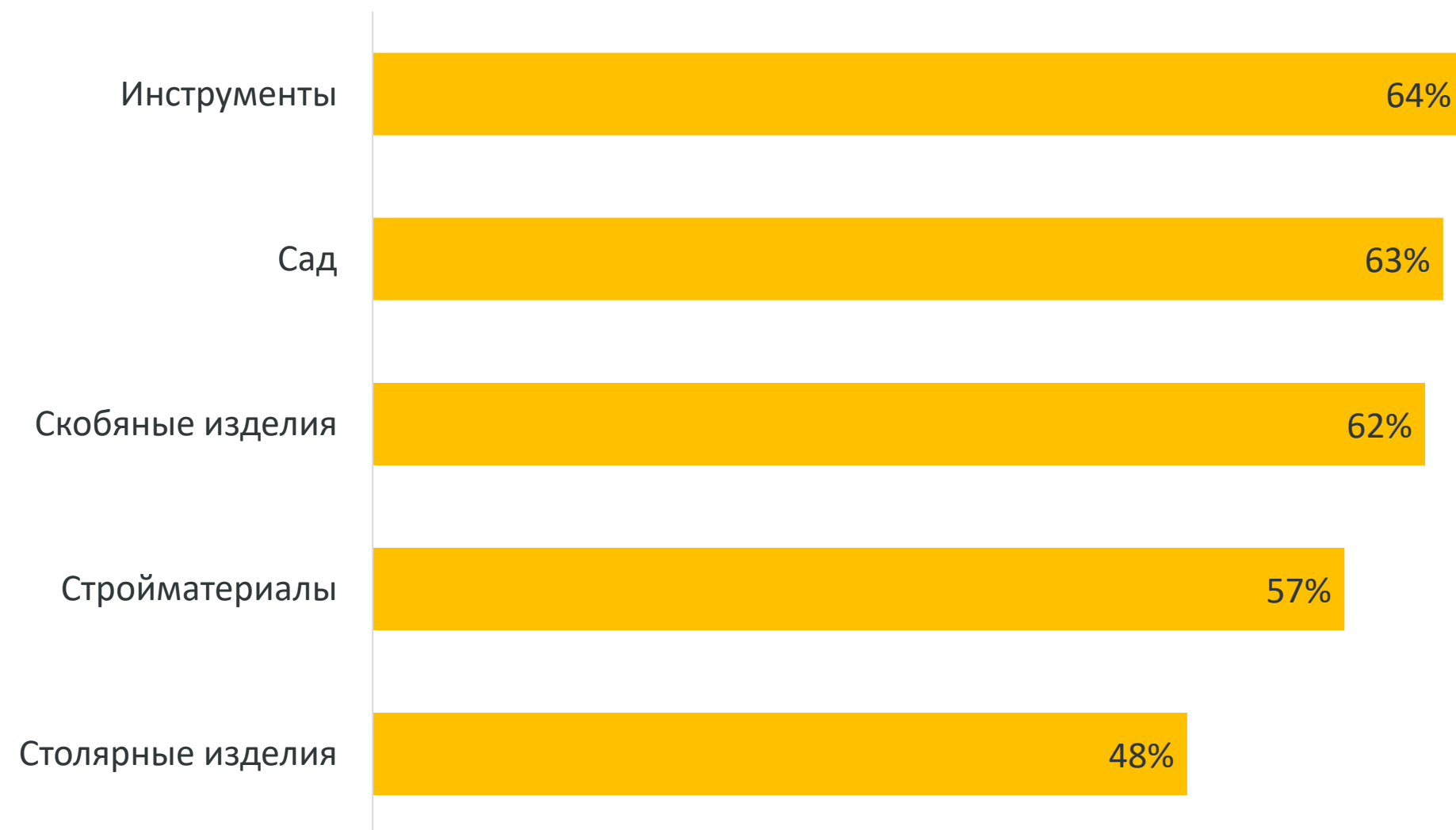
72% отказов — это не люди, а логистика и наличие

Товарные категории

Кейс 1

Гипотеза подтверждена: LLM определил нереализованный спрос с точностью $\geq 85\%$

Где мы теряем продажи:
ТОП-5 товарных групп по незакрытому спросу



Инсайты для бизнеса

- 🏠 Высокий спрос на инструменты и скобянку, но много отказов («нет в наличии», «не подошло»).
- 🏠 Клиенты не могут подобрать товар сами (высокий % консультаций по «Саду» и «Стройматериалам»).
- 🏠 В категории «Столярные изделия» и «Сад» клиенты часто нуждаются в доставке/распиле.

Точечная работа с ассортиментом и скриптами в проблемных категориях даст максимальный ROI

Кейс 2: классификация запросов

3 гипотезы

Как ИИ закрыл «слепые зоны»



LLM выявит **≥10 новых подкатегорий**, не охваченных текущим классификатором



Анализ частоты запросов позволит приоритезировать доработку БЗ по **ТОП-5 слепых зон**



LLM может проверять корректность выбора классификатора оператором

Гипотеза 1 подтверждена: LLM выявил 13 новых подкатегорий

Кейс 2

Покрытие:

78% → 96%

(+18 п.п., +13 новых подкатегорий)

Точность:

72% → 94%

(+22 п.п., 24% ошибок исправлено)

Скорость :

100% диалогов <2с

(в реальном времени)

Бизнес-эффекты

перестали терять инсайты:
обращения имеют четкую
бизнес-интерпретацию

достоверная аналитика для
принятия решений

видим новые тренды и
проблемы клиентов сразу, а
не постфактум

Покрытие запросов выросло с 78% до 96%

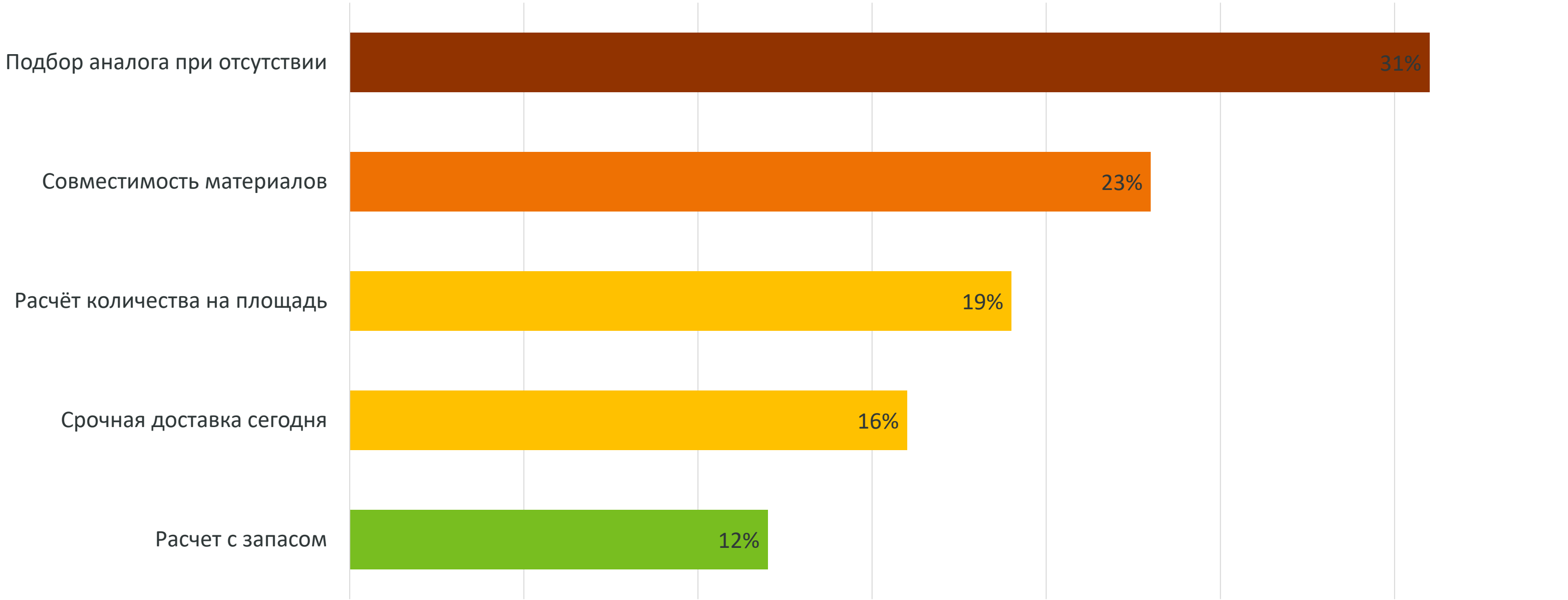
13 новых подкатегорий = 22% запросов, которые раньше терялись

Результат Гипотезы 2

Кейс 2

Гипотеза 2 подтверждена: выявление новых категорий — переход от слепой зоны к полной видимости бизнеса

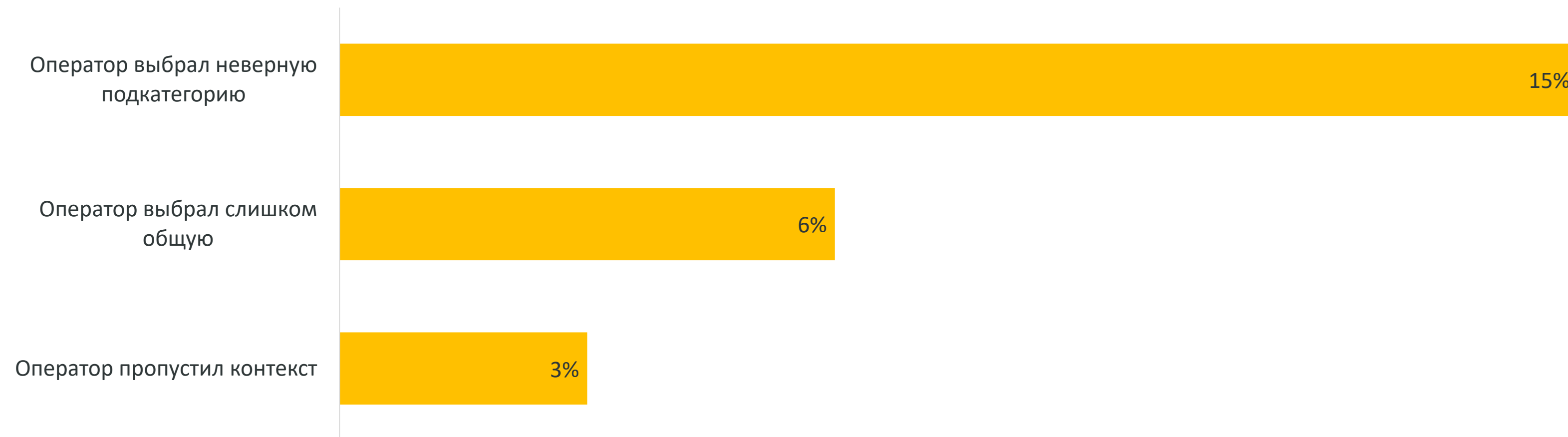
ТОП-5 «СЛЕПЫХ ЗОН» БАЗЫ ЗНАНИЙ



Приоритет: КРИТИЧНЫЙ  Приоритет: ВЫСОКИЙ  Приоритет: СРЕДНИЙ  Приоритет: НИЗКИЙ 

Результат Гипотезы 3

Гипотеза 3 подтверждена: LLM исправляет 24% ошибочных классификаций



ТОЧНОСТЬ LLM: 94%
СКОРОСТЬ: <2 сек на диалог

Кейс 2

Комплаенс и Предиктивная аналитика

Кейсы 3 и 4

Гарантия лояльности и прогноз «нерешённых вопросов»

Комплаенс и риски	Предиктивная аналитика
Гипотеза: Классификация 6 типов рисков $\geq 88\%$	Гипотеза: Предсказание «нерешённого вопроса» $\geq 85\%$
Гипотеза: Прогноз массовых рисков за 7-14 дней $\geq 80\%$	Гипотеза: Выявление «зон незнания» оператора
Статус: Валидация промптов на выборке негативных обращений. Фокус на ранние алерты супервайзерам	Статус: Анализ 100к диалогов. 25% имеют высокую вероятность повтора. Выявлено 7 системных причин для доработки БЗ

ИИ не только фиксирует нарушения, но и предсказывает эскалацию и повторные звонки до того, как они случатся

Сводный Roadmap и влияние на P&L

От инсайтов к операционным изменениям

Направление	Действие	Ожидаемый эффект до конца года
Потерянные продажи	Для КЦ: Внедрение скриптов «Подбор аналога» и обязательного оффера Для Бизнеса: Пересмотр матрицы ассортимента в ТОП-5 проблемных категориях (Столярка, Инструменты)	Рост выручки: • +6 п.п. к конверсии в заказ • Спасение ~1 700 заказов/мес.
Классификация	Для КЦ: Автоматическое выявление новых интенгов и «слепых зон» в реальном времени Для Бизнеса: Инструмент приоритизации обновлений БЗ и сайта на основе частоты запросов	• +11 п.п. FCR (решение с 1-го звонка) • Чистые данные для аналитики.
Комплаенс	Автоматический аудит 100% диалогов на соответствие 152-ФЗ и стандартам	• Защита репутации: снижение рисков штрафов и негатива
Прогноз нерешенных вопросов	Для КЦ: Proactive-отработка «нерешенных вопросов» до повторного звонка Для Бизнеса: Выявление системных причин повторов (дефицит, сложные инструкции)	• Снижение повторных звонков на 20%

Это не набор разрозненных задач. Это единая система защиты прибыли: мы находим потери (Кейс 1), устраняем слепые зоны (Кейс 2), страхуем риски (Кейс 3) и предотвращаем будущие проблемы (Кейс 4).

Выводы

ИИ как инфраструктура защиты маржи



**Проверка гипотез: новый
уровень понимания клиента
через контекст**



**Данные → Действия:
превращаем голос клиента в
прибыль, а не в отчетность**

Мы не делимся "успешным успехом". Мы показали, как исследование диалогов через ИИ вскрывает реальные проблемы бизнеса. Теперь мы меняем процессы не на основе интуиции, а на основе доказанных инсайтов.

Контакты / Q&A



Светлана Демидова

руководитель направления клиентской
поддержки Лемана ПРО

+7(969)023-90-03
Svetlana.Demidova@lemanapro.ru

