



Как использовать машинное обучение для увеличения числа целевых звонков в сегменте «Недвижимость»

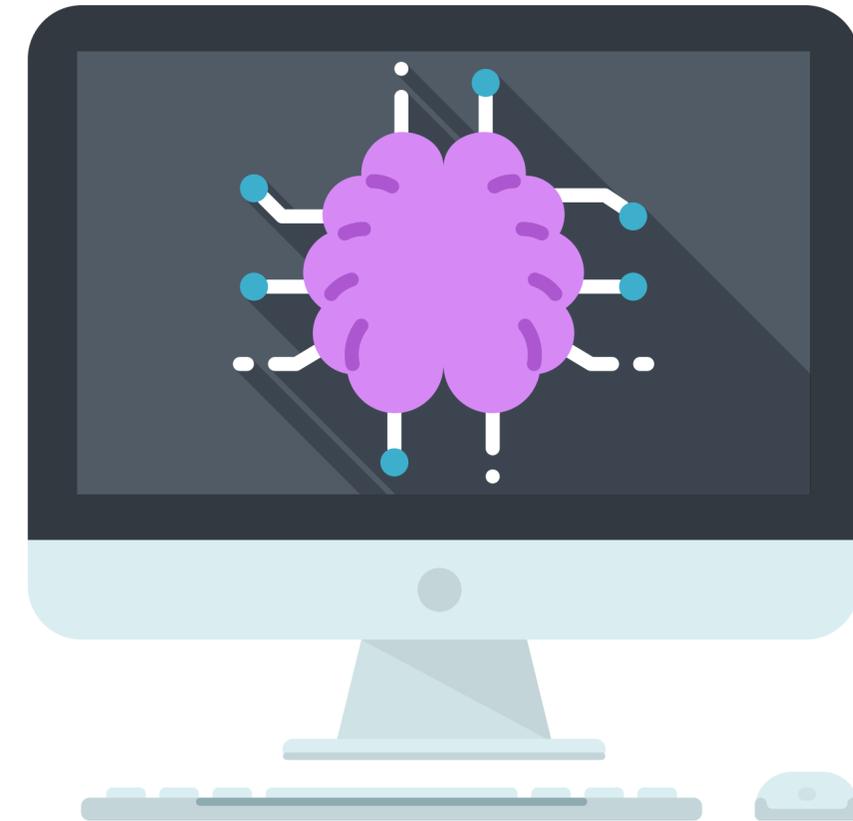


**Есть задачи, с
которыми робот
справляется
лучше человека**



Задачи машинного обучения

- Компьютерное зрение
- Медицинская диагностика
- Фильтрация спама
- Распознавание и синтез речи
- Прогнозирование в экономике





Платформа



Коллтрекинг



Обратный звонок



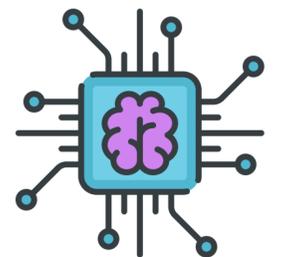
Оптимизатор

Автоматическое управление рекламой



Предикт

Анализ качества звонков



Машинное обучение



Антифрод

Каждый день в вашу компанию поступают десятки и сотни звонков.

Есть обращения, которые важны





А есть те, на которые не стоит тратить времени

Информационный звонок

Повторный звонок

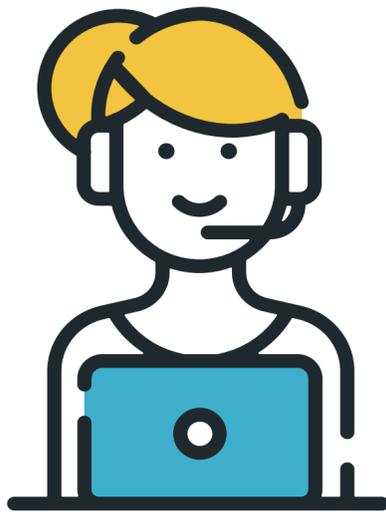


Ошибся номером

Как узнать, какие звонки полезны и не тратить на это время и ресурсы?

Способ 1. Нанять сотрудника

Плюсы:



- Возможность получения дополнительной информации
- Возможность оперативной перепроверки данных или их уточнения
- Отсутствие минимального порога объема звонков для прослушки
- Возможность тегирования с любой глубиной детализации

Минусы:



- Поиск сотрудника и его интеграция в штат организации
- «Человеческий фактор»
- Сложности при обработке большого кол-ва данных из-за ограниченности ресурсов
- Необходимость усложнения внутренней инфраструктуры для сведения результатов и дальнейшего их анализа

Как узнать, какие звонки полезны и не тратить на это время и ресурсы?

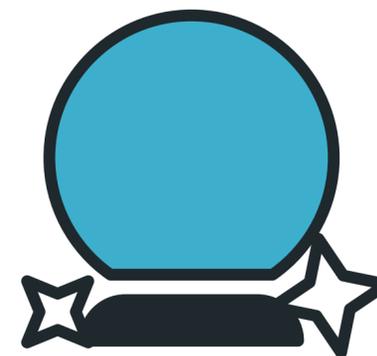
Способ 2. Подключить предикт

Плюсы:



- Отсутствие кадрового документооборота и различных административных издержек
- Возможность оперативного запуска
- Оперативное получение информации по качеству/эффективности
- Объем теглируемых звонков не ограничен
- Возможность интеграции результатов в CRM/системы аналитики

Минусы:

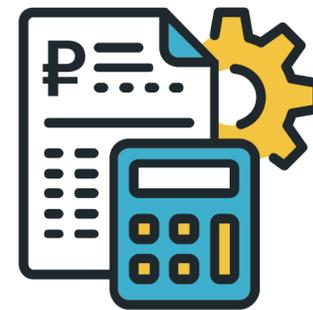


- Необходимость обучающей выборки
- Минимальный порог объема звонков для обучения модели

Технология, которая позволяет оценивать качество звонков и результат коммуникации



Узнайте, с каких рекламных каналов пришло больше звонков, которые привели к продажам



Оптимизируйте оперативно рекламные бюджеты на основе данных не о звонках, а о продажах

Подключение в три простых шага

1

Выбирайте теги для разметки

Определите, какие критерии звонков вы хотите отслеживать

2

Создавайте выборку звонков, чтобы обучить систему

Разметьте вручную от 150 звонков по каждому выбранному тегу

3

Подключайте и контролируйте качество обучения системы

После этого шага начните отслеживать звонки

Далее

10%

90% работы выполняется автоматически



Выберите теги для авторазметки

Определите, по каким критериям вы хотите оценивать входящие звонки

Заказ

Потенциальный клиент заказал услугу или товар

Отмена заказа

Когда ранее звонивший клиент отменяет заказ

Консультация

Клиент обо всем расспросил, но взял время подумать

Совет #1

Присваивайте теги по объективным причинам, а называйте так, как вам удобно: «Заказ», «Консультация», «Юпитер».

Названия тегов не влияют на работу Предикта. Обращайте внимание на логику, которой руководствуется человек, присваивая теги разговору.

Совет #2

Не используйте теги, которые дают субъективную оценку разговору – настроение клиента, ваше настроение, голос – все это может быть оспорено другим человеком.

Теги, проставляемые на базе данных IVR не могут использоваться для автоматического тегирования.



Контроль качества

Calltouch Предикт сообщит, сколько звонков из каждых 50-ти были размечены корректно

Средняя точность – **90%**



Высокая
точность при
качественной
настройке

96%

! При точности менее **85%** – разметьте большее количество звонков

Совет #1

Для повышения точности необходимо разметить большее количество звонков. Вы можете провести повторное обучение системы при добавлении 50 новых звонков с соответствующим тегом.

Совет #2

Если при индивидуальном контроле качества вы заметите, что Предикт установил тег звонку по ошибке – снимите этот тег со звонка и система проведет переобучение. Это повысит точность работы.

Calltouch Оптимизатор

Умный помощник
маркетолога



Вам не нужно считать. Оптимизатор сделает всю работу за вас

Статистика по
ключевым
фразам



Модуль
по расчету
ОПТИМАЛЬНЫХ
ставок



Отправка
ставок на
аккаунт
клиента

Оптимизатор работает сразу в двух системах

Яндекс Директ

 Google AdWords

Средние результаты по тематикам



CPA | Конверсии
-20% | **+26%**



CPA | Конверсии
-21% | **+28%**



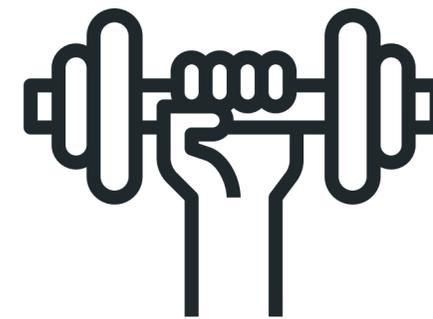
CPA | Конверсии
-33% | **+45%**



CPA | Конверсии
-26% | **+34%**



CPA | Конверсии
-20% | **+31%**



CPA | Конверсии
-27% | **+40%**

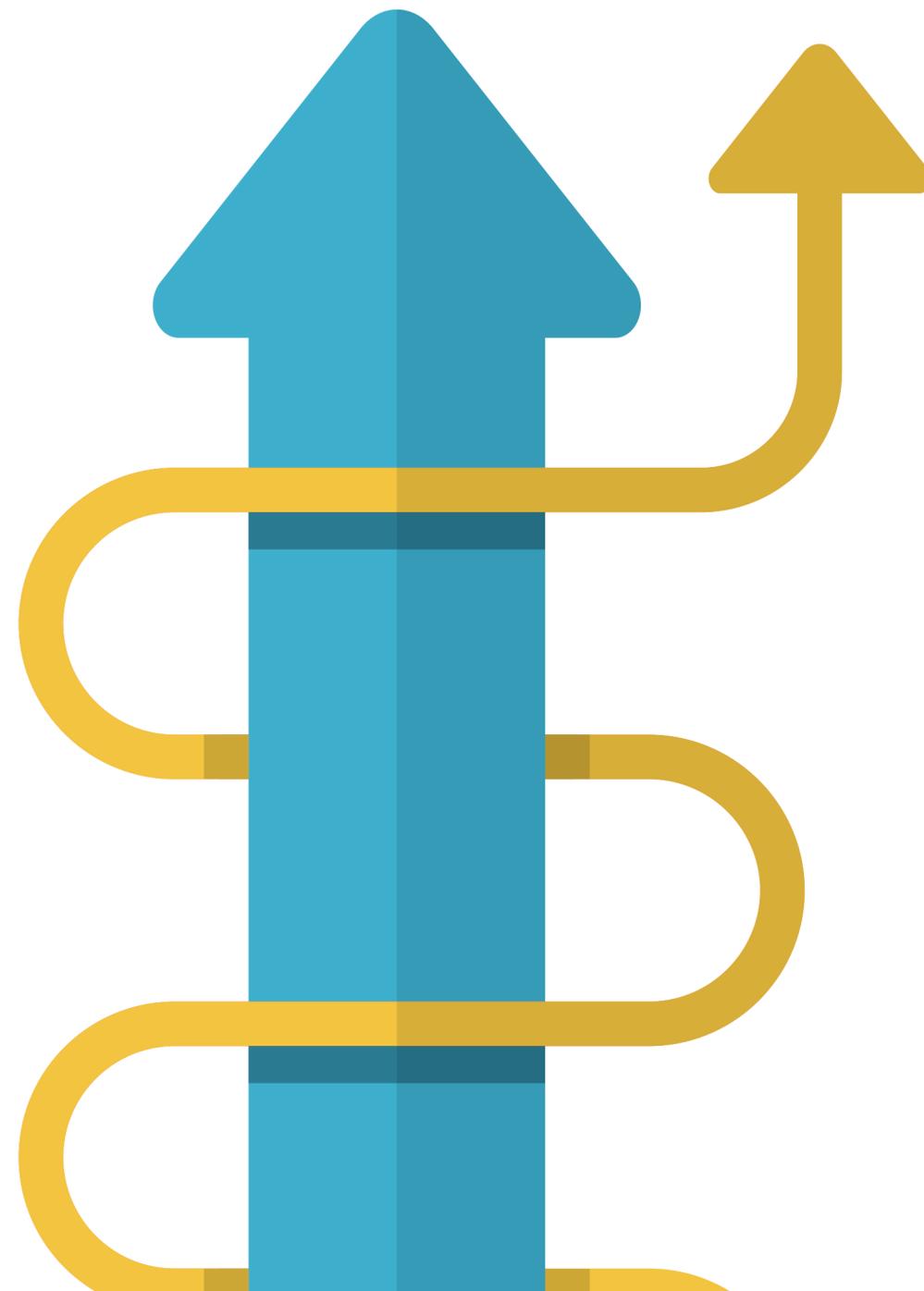
Оптимизатор успешно подключен более чем на **250** проектах



docdoc



клиника
СЕМЕЙНЫЙ ДОКТОР



Кейс клиента

Один из первых клиентов
оптимизатора (январь 2016)



Первоначальная цель – снижение на 33% стоимости
уникального звонка с тегом предикта «целевой»

Формат тестирования

- Шахматный тест (час через час)
- Копии кампаний управлялись вручную
- Поиск + РСЯ (Яндекс)
- Длительность теста – более 2 месяцев

Выбрать: [все](#), [рабочее время](#)

Всего часов в рабочие дни: 60

Пн	<input type="checkbox"/>	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+			
Вт	<input type="checkbox"/>	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-			
Ср	<input type="checkbox"/>	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+			
Чт	<input type="checkbox"/>	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-			
Пн	<input type="checkbox"/>	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+			
Сб	<input type="checkbox"/>	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-			
Вс	<input type="checkbox"/>	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+			
		<input type="checkbox"/>																								
		00=	01=	02=	03=	04=	05=	06=	07=	08=	09=	10=	11=	12=	13=	14=	15=	16=	17=	18=	19=	20=	21=	22=	23=	00=

Результаты тестирования за 1 месяц

Показатель	Оптимизатор Calltouch	Ручное управление
CPA	-48%	-45%
Количество конверсий	+68.5%	+11.5%

Ситуация сегодня

На сентябрь 2018:

Количество кампаний Оптимизатора – 100

Группа кампаний	Название папки	Количество кампаний
1	Приоритетные запросы	1
2	Москва	58
3	Регионы	41

Результаты по достижению целевых показателей:

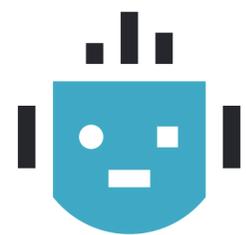
Группа кампаний	Название папки	Количество кампаний
1	Приоритетные запросы	95% от целевого
2	Москва	97% от целевого
3	Регионы	60% от целевого

Результаты по числу конверсий и их стоимости

Показатель	1 группа кампаний	2 группа кампаний	3 группа кампаний
Стоимость конверсии	+10%	+63%	+30%
Количество конверсий	+144%	+180%	+142%

Результаты по числу конверсий и их стоимости

Показатель	1 группа кампаний	2 группа кампаний	3 группа кампаний
Стоимость конверсии	+10%	+63%	+30%
Количество конверсий	+144%	+180%	+142%



Оптимизатор

Бесплатно через
сертифицированные
агентства



Предикт

1 руб/минута

Борис Николаенко

Руководитель
департамента продаж

 +7 (916) 998-45-45

 bnikolaenko@calltouch.net



Calltouch