

Искусственный Интеллект И Система CRM Как Вспомогательный Инструмент В Управлении Проектов Банка

Каримова Камила Ильхомовна

БФА, Магистрант по Управлению Проектом

Мир, а с ним и потребности бизнеса, меняются очень быстро. Чтобы банк мог оперативно отслеживать и прогнозировать рыночные тенденции и удовлетворять требования и ожидания клиентов, проектный менеджер банка в тесном взаимодействии с разработчиками информационных технологий и систем стремится произвести продукт как можно более «умным», который увеличит продуктивность работы банка. А это предполагает всё большее использование искусственного интеллекта (далее – ИИ).

Перспективы искусственного интеллекта связаны с дальнейшим развитием технологий и созданием умных систем, способных выполнять сложные задачи в проектном управлении банка [1].

В качестве вспомогательного инструмента в проектном управлении банка выступает CRM система. Customer Relationship Management (далее - CRM) — система, которая помогает выстроить отношения с клиентами и следить за совершаемыми сделками [2].

Давайте посмотрим какие возможности может предложить ИИ в CRM как вспомогательный инструмент в управлении проектов банка:

1. Более эффективный сбор данных, когда технологии ИИ позволяют автоматизировать сбор данных, отыскивать дубликаты в карточках клиентов, находить ошибочную и неполную информацию и предлагать действия при её обнаружении (рис. 1).

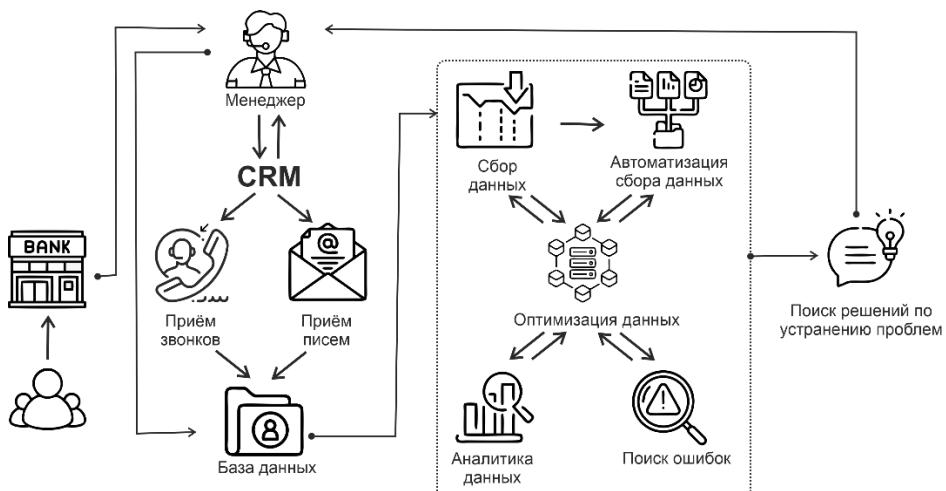


Рис. 1. Схема эффективного сбора данных ИИ и CRM для проектного управления

2. Прогнозирование банковских операций – одна из самых востребованных функций в CRM, и ИИ здесь помогает делать более точные прогнозы. Изучая отчёты банковских операций, данные из CRM и внешних источников, искусственный интеллект позволяет выявлять закономерности и факторы, которые влияют на результаты банковских операций, и определять показатели успеха. Такие прогнозы дают банку возможность корректировать планы, оптимизировать процессы и точнее проводить банковские операции, фокусируясь на наиболее перспективных клиентах (рис. 2).

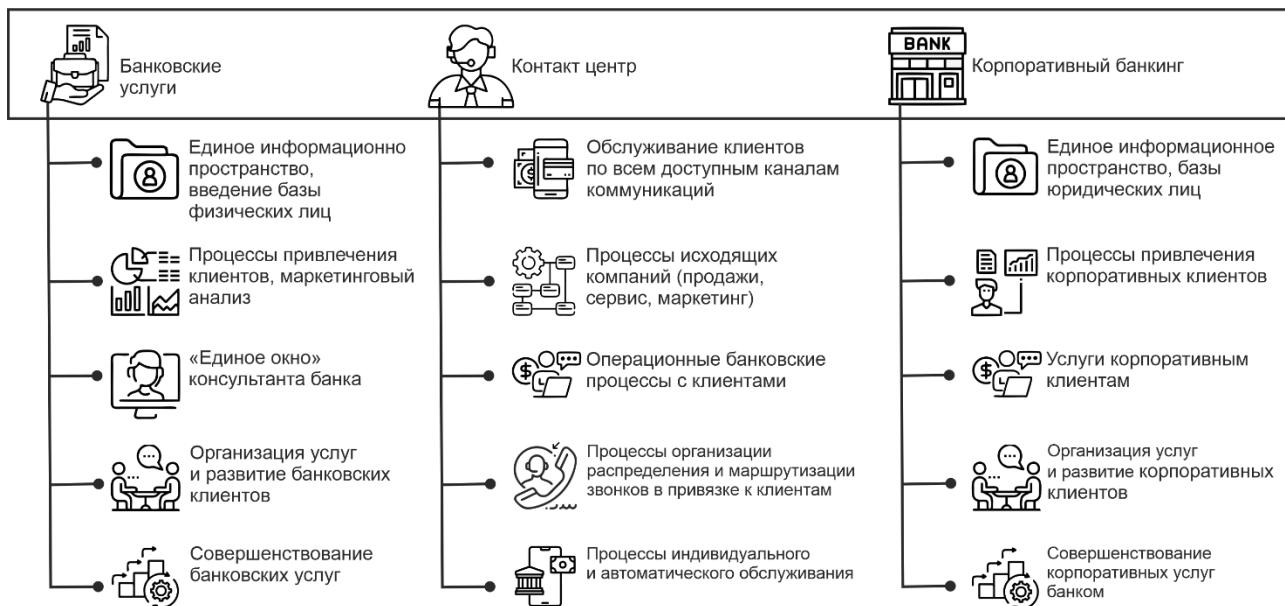


Рис. 2. Банковские услуги с помощью взаимодействия CRM системы

3. Традиционная система квалификации лидов, опять-таки, требует ручной работы – потенциальных клиентов оценивают и ранжируют по баллам в соответствии с набором правил. Лиды важны для банков, которые работают с большим потоком клиентов. Если вы активно оказываете банковские услуги, устанавливаете KPI по количеству и качеству привлеченных клиентов, высчитываете конверсию, а с клиентами работают сразу несколько отделов, то вам нужны лиды [3]. Например, «лид просмотрел страницу с прайс-листом – плюс 3 балла», «поделился ссылкой на компанию в соцсетях – плюс 5 баллов», «отписался от рассылки – минус 5 баллов».

Но этот подход устаревает. Искусственный интеллект позволяет перейти от балльной оценки на основе стандартных правил к прогнозируемой оценке. Анализируя сотни различных показателей, как текущих, так и связанных с предыдущими действиями человека (демографические и географические данные, активность, действия в сети, прежние бизнес сделки и т.д.), ИИ позволяет более точно определить готовность клиентов к сделке. Более того, он может анализировать данные CRM об успешных и проигранных сделках, чтобы выявить тенденции и также использовать их для прогнозирования (рис. 3).

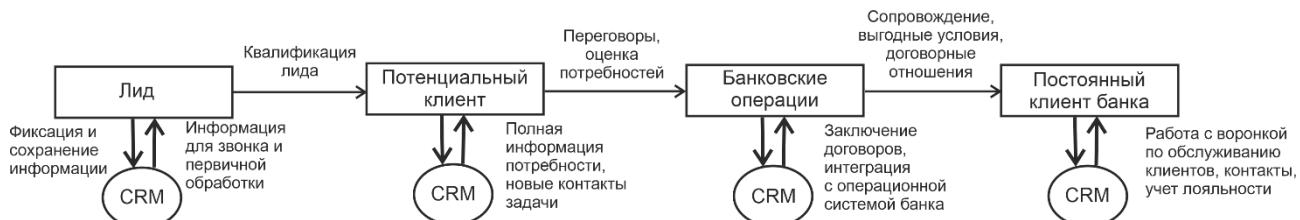


Рис. 3. Квалификация лидеров с CRM системе

4. Общение с потенциальными клиентами по телефону – всегда непростая задача: надо наладить понимание и доверие, опираясь только на слова и голос, без невербальных подсказок, языка тела, жестов. Технология ИИ, основанная на обработке текстов на естественном языке и миллионах проанализированных телефонных разговоров, позволяет распознавать эмоциональное состояние собеседника и подсказывать менеджеру, как следует вести дальнейший разговор – например, замедлить темп речи, проявить настойчивость или, наоборот.

5. Автоматическая расшифровка разговоров, ещё одна большая сложность, с которой сталкиваются практически все проектные менеджеры – необходимость одновременно активно слушать потенциального клиента и делать заметки по ходу разговора. Даже если сразу после беседы записывать все инсайты и моменты, которые показались важными, всегда есть вероятность что-то забыть, где-то ошибиться – и, конечно, это занимает много времени. ИИ, опять-таки «обученный» распознавать человеческую речь, может не только делать текстовые расшифровки разговоров, но и анализировать содержание: например, отмечать пожелания клиентов, упоминания конкурентов, добавлять теги и т.д.

6. Улучшенная персонализация, одного только имени клиента в письме ещё недостаточно для того уровня персонализации, которого ждут современные потребители. Анализировать нужды и особенности каждого лица вручную, особенно при наличии обширной базы, просто невозможно. ИИ, оценивая данные из CRM, может «понимать» бизнес-потребности каждого клиента и генерировать рекомендации для продавцов, включая персонализированные скидки, предложения и маркетинговые материалы, а также оптимальное время для их доставки.

7. Виртуальных помощников, которые используют данные CRM, можно разделить на две основные категории: предназначенные для помощи сотрудникам и предназначенные для помощи клиентам.

Первые выполняют такие офисные задачи, как планирование звонков и встреч, отправка напоминаний и уведомлений менеджерам, ведение заметок и т.д.

Вторые могут обрабатывать запросы клиентов на естественном языке, отвечать на простые вопросы и даже самостоятельно заключать несложные сделки, перенаправлять клиентов к менеджерам или операторам, а также собирать данные и сохранять их в CRM.

Исходя из вышеизложенного хочется отметить то, чем больше банк будет внедрять искусственный интеллект в проектное управление, тем больше будут совершаться сделки на оперативном уровне, прослеживание цепочек действий и их контроль на исполнение. Как для менеджера в проектном управлении, это хорошие показатели KPI.

ИИ может взять на себя значительную часть рутинных дел банка (от проверки клиентской базы до расшифровки звонков), которые необходимы, но будут отнимать массу ценного времени у человека.

И, наконец, ИИ способен сделать работу легче, удобнее и эффективнее, взяв на себя напоминания и оповещения, прогноз сделок, оценку качества разговора и даже часть общения с клиентами, чтобы ускорить их обслуживание.

Все те примеры искусственного интеллекта, что упоминались выше – это лишь малая часть существующих инструментов и технологий, которые используются уже сегодня. Завтра их будет ещё больше.

ИИ – это не про будущее, где всем управляют компьютеры. Это про настоящее, где технологии и машинное обучение помогают людям стать более продуктивными и успешными.

Список использованной литературы:

1. Черпаков И.В., Пчелинцева Н.В., Гущина А.А. Искусственный интеллект, его проблемы и перспективы развития // Наука и образование. 2022 №2.
2. Гринберг П. CRM со скоростью света: привлечение и удержание клиентов в реальном времени через Интернет. – Пер. с англ. – СПб: Символ Плюс, 2006.
3. Управление продажами и взаимоотношением с клиентами /А.В. Кудинов, А.А. Мироненко, М., ООО «1С-Паблишинг», 2019.