การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ Contact Center ด้วย Artificial Intelligence (ระบบ AI Chatbot)

นำเสนอโดย

นางสาวปานเนตร จันทสิงห์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์

นางสาวนันณภัส ทองพูล พนักงานลูกค้าสัมพันธ์อาวุโส

ธนาคารอาคารสงเคราะห์

หัวข้อนำเสนอ

1. บทสรุปของผู้บริหาร
2. ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรและหน่วยงาน
3. การเรียนรู้ความต้องการและความคาดหวัง ของ "ลูกค้าของกระบวนการที่นำเสนอ"
4. กระบวนการและวิธีปฏิบัติในอดีต
5. กระบวนการและวิธีปฏิบัติที่ได้ปรับปรุงใหม่
6. การวัดและวิเคราะห์คุณภาพของผลการทำงาน และประโยชน์ที่ได้รับ
7. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการแก้ไข
8. ความท้าทายต่อไป
9. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ และความยั่งยืน
10. เอกสารอ้างอิง

1.บทสรุปของผู้บริหาร

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบดูแลบริหารและพัฒนาช่องทาง Contact Center ทั้งช่องทาง Voice ได้แก่ Call Center, Digital Call Center และช่องทาง Non-Voice ที่ลูกค้าติดต่อผ่าน E-Mail, Chat ,Social Network (Facebook Pantip,Twitter,Line) มีเป้าหมายในการให้บริการลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งปัจจุบันช่องทาง Voice ยังมี Abandoned Call ในระดับที่สูง ธนาคารจึงได้นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ช่วยบริหารจัดการให้ Contact Center เกิดประสิทธิภาพโดยขยายช่องทาง Non-voice และนำเทคโนโลยี AI Chatbot มายกระดับกระบวนการบริการลูกค้าเพื่อก้าวสู่ Sustainable Bank

วิธีปฏิบัติที่เป็นแบบอย่างที่ดีเยี่ยม

- ธนาคารบริหารจัดการช่องทางการให้บริการลูกค้าแบบ Omni Channel ผสมผสานทั้งช่องทาง Voice และ Non-voice
- ธนาคารนำเทคโนโลยี AI Chatbot มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ Contact Center

2. ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรและหน่วยงาน

ธนาคารอาคารสงเคราะห์

สถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐจัดตั้งตามพระราชบัญญัติธนาคารอาคารสงเคราะห์ พ.ศ. 2496

"เพื่อช่วยเหลือทางการเงินให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัยตามควรแก่อัตภาพ"

M พันธกิจ (MISSION)

ทำให้คนไทยมี "บ้าน"

V วิสัยทัศน์ (VISION)

ธนาคารที่ดีที่สุดสำหรับการมี "บ้าน"

The Best Housing Solution Bank

V ค่านิยม (CORE VALUE)

1 TEAM

GIVE + 4

- Good Governance ยึดมั่นธรรมาภิบาล
- Innovative Thoughts สร้างสรรค์สิ่งใหม่
- Value Teamwork ร่วมใจทำงาน
- Excellent Services บริการเป็นเลิศ
- (en) Courage to Change กล้าเปลี่ยนแปลง
- Achievement Oriented มุ่งมั่นความสำเร็จ
- Professional เชี่ยวชาญในงาน
- Speed เสร็จก่อน ตรงเวลา

กลุ่มลูกค้าสำคัญ

ลูกค้าสินเชื่อ
Business solution – รายได้ปานกลาง-สูง
Social solution –รายได้น้อย-ปานกลาง

ลูกค้าเงินฝาก
รายเล็ก/กลาง/ใหญ่

ผลิตภัณฑ์สำคัญ

- สินเชื่อที่อยู่อาศัย
- เงินฝาก
- สลากธอส.
- ใบรับฝากเงินประจำ FDR

2. ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรและหน่วยงาน

รางวัลสำคัญ (ปี2561 – 2565)

3. การเรียนรู้ความต้องการและความคาดหวัง

Customer

Need & Expectations Of Customer

- เข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร
- ได้รับข้อมูลที่ละเอียดครบถ้วนตรงตามความต้องการ
- ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการสอบถามข้อมูล

ดัชนีชี้วัด

- ร้อยละของ Abandoned Call ช่องทาง Voice (Call Center) ลดลง
- ร้อยละของคำตอบที่ Bot สามารถตอบคำถามให้ลูกค้าได้มากขึ้น

4. กระบวนการและวิธีปฏิบัติในอดีต

Customer

ธนาคารมีช่องทางให้ลูกค้าติดต่อผ่าน Contact Center ทาง Voice และ Non-Voice

G H Bank Contact Center

Voice
- G H Bank Call Center
- Digital Call Center

Agent

Non-Voice
- Website (E-Mail)
- Social Media ได้แก่
  - Facebook (Inbox)
  - Line : GHB Buddy
  - Twitter
  - Blog : Pantip
  - Instagram

AI Chatbot

Social Media Monitoring

Chat Agent

ประสิทธิภาพก่อนปรับปรุง มกราคม-พฤษภาคม 2564

Voice

G H Bank Contact Center

63% %รับสายได้

37% %Abandoned

Non voice

Chat (Inbox)

99.99% %Answer

0.01% %Abandoned

➢ จำนวนคำตอบที่ Bot สามารถตอบคำถามให้ลูกค้าได้ 42%

4. กระบวนการและวิธีปฏิบัติในอดีต

- จากสถิติช่องทาง Voice จำนวน Incoming และ Answer ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง พฤษภาคม 2564 ร้อยละ 63% มี Abandoned Call ร้อยละ 37%
- เมื่อเปรียบเทียบกับช่องทาง Non-Voice ด้วยการ Chat กับลูกค้าบน Social Media Platform : Facebook (Inbox) พบว่า อัตราการตอบกลับ (Answer) สูงเกือบ 100%
- AI Chatbot ยังตอบคำถามกลับให้ลูกค้าไม่ได้ 100 %
- พบว่าภายใต้อัตรากำลังที่มีอยู่ในปัจจุบัน ธนาคารไม่สามารถให้บริการลูกค้าผ่านช่องทาง Voice (G H Bank Call Center) ตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน

5. กระบวนการและวิธีปฏิบัติที่ได้ปรับปรุงใหม่

เพิ่มศักยภาพของช่องทาง Non Voice นำ AI Chatbot มาช่วยตอบคำถามทั่วไปที่ไม่ซับซ้อน

Pain point

- ลูกค้านิยมใช้บริการช่องทาง Voice (G H Bank Call Center)
- Bot ตอบไม่ตรงคำถาม ลูกค้าจึงต้องการคุยกับเจ้าหน้าที่
- การพูดสะดวกกว่าการพิมพ์ ไม่ต้องใช้ Internet

Goal

- ลด Abandoned Call ของช่องทาง Voice ลงไม่น้อยกว่าค่าเฉลี่ยร้อยละ 10
- Bot สามารถตอบคำถามลูกค้าได้มากกว่าร้อยละ 50

Solution

- เพิ่มประสิทธิภาพ AI Chatbot ให้มีความแม่นยำในการตอบคำถาม
- เรียนรู้สิ่งที่ Bot ตอบไม่ได้แล้วนำกลับมาสอนให้ Bot มีความฉลาดขึ้น
- เพิ่มศักยภาพ Bot ด้วยการสอนให้สามารถอ่านคำถามที่เป็นรูปภาพ (Image) ได้

5. กระบวนการและวิธีปฏิบัติที่ได้ปรับปรุงใหม่

Non - Voice

- Website (E-Mail)
- Social Media
  - Facebook (Inbox)
  - Line : GHB Buddy
  - Twitter
  - Blog : Pantip
  - Instagram

→ **AI Chatbot**

→ **ตอบได้**

→ **ตอบไม่ได้**

→ Chat Agent

→ Training

1 Training AI Chatbot ทุกครั้งที่มีการออกผลิตภัณฑ์และบริการใหม่

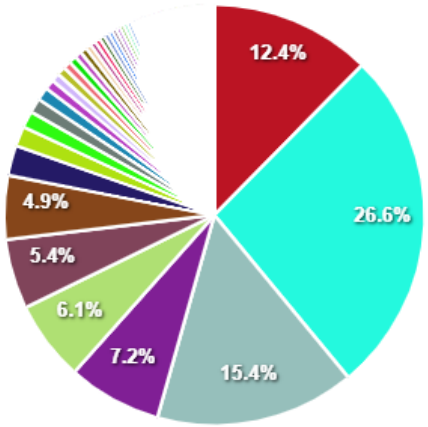
2 ทำเป็น Menu List หรือ ปุ่ม Button ให้เลือกสิ่งที่ต้องการสอบถามเพื่อลดการคีย์ของลูกค้า

3 พัฒนาให้ BOT ตอบคำถามลูกค้าได้ กรณีสอบถามด้วยภาพ

5. กระบวนการและวิธีปฏิบัติที่ได้ปรับปรุงใหม่

4 Wording ที่ AI Chatbot ตอบไม่ได้ จะถูกจัดเก็บลงในระบบ Dashboard เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการเรียนรู้และสอน Bot ให้ฉลาดยิ่งขึ้น

Conversation



Conversation	Count ↓
ติดต่อ Admin - กำลังติดต่อ	13,006
Welcome Message	7,501
Default Conversation	6,051
{image}	3,532
สอบถามคะแนนความพึงพอใจ	3,002
0_หลังจากปิดเคส	2,631

ติดต่อ Admin - กำลังติดต่อ

I work in company 18 years in England I want buy my self

ID Buddy

iy[mik[8iy[z

kandasp@hotmail.com

Kycไหน

Default Conversation

Call center 24 ชม. หรือเปล่าคะ

Central world มีไหมคะ

CR เสียนะคะเห็นจัดกิจกรรมใหม่

Developer ไหนเข้าร่วมโครงการบ้างคะสามารถเช็คได้ไหม

Dream home by gab

E-receipt

Image ที่ไม่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

AI Chatbot จัดแบ่งหมวดหมู่โดยหมวดหมู่ใหญ่ๆที่ Bot ตอบไม่ได้นำมาแสดงเป็น Dashboard ได้แก่ ส่วนที่แอดมินเป็นคนตอบ Default Conversation คือข้อความที่ตอบไม่ได้ก่อนส่งต่อให้แอดมิน และ การส่งรูปภาพ สติ๊กเกอร์ ต่างๆ

5. กระบวนการและวิธีปฏิบัติที่ได้ปรับปรุงใหม่

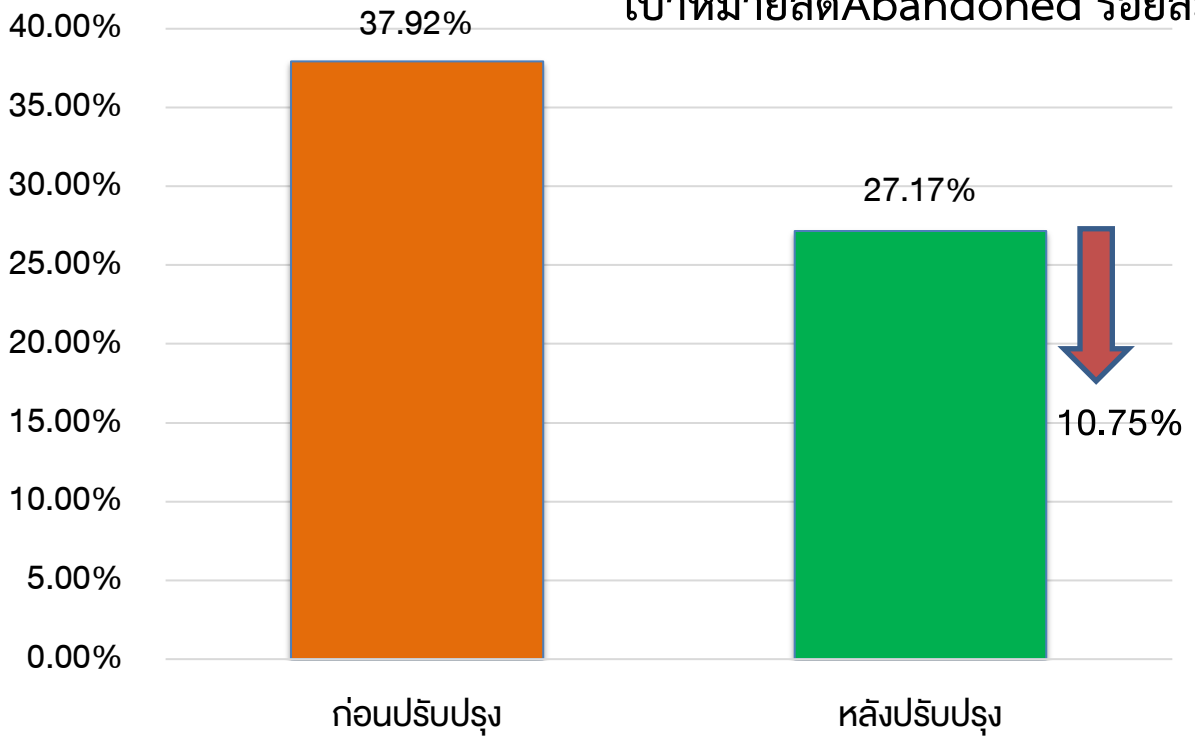
สถิติการสอบถามข้อมูลของลูกค้าผ่านระบบ Chatbot ระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 31 กรกฎาคม 2565

รายละเอียด	จำนวน Message
ลูกค้าสอบถามข้อมูลผ่านช่องทาง Social Media (Facebook Inbox, Line : GHB Buddy)	519,984
BOT ตอบได้ ประเภทเรื่องที่สอบถาม 5 อันดับแรก 1. สินเชื่อบ้าน 2. บ้านล้านหลัง 3. คุณสมบัติผู้กู้ 4. มาตรการปรับปรุงโครงสร้างหนี้อย่างยั่งยืน 5. ตรวจสอบผลการกู้	272,195
BOT ตอบไม่ได้ 1. Default Conversation อาทิ ลูกค้าพิมพ์ผิด ข้อมูลไม่ถูกต้องครบถ้วน แจ้งเลขที่บัญชี แจ้งหมายเลขโทรศัพท์ 2. ต้องการติดต่อ Admin 3. รูปภาพที่ไม่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร	247,789

6. การวัดและวิเคราะห์คุณภาพของผลการทำงานและประโยชน์ที่ได้รับ

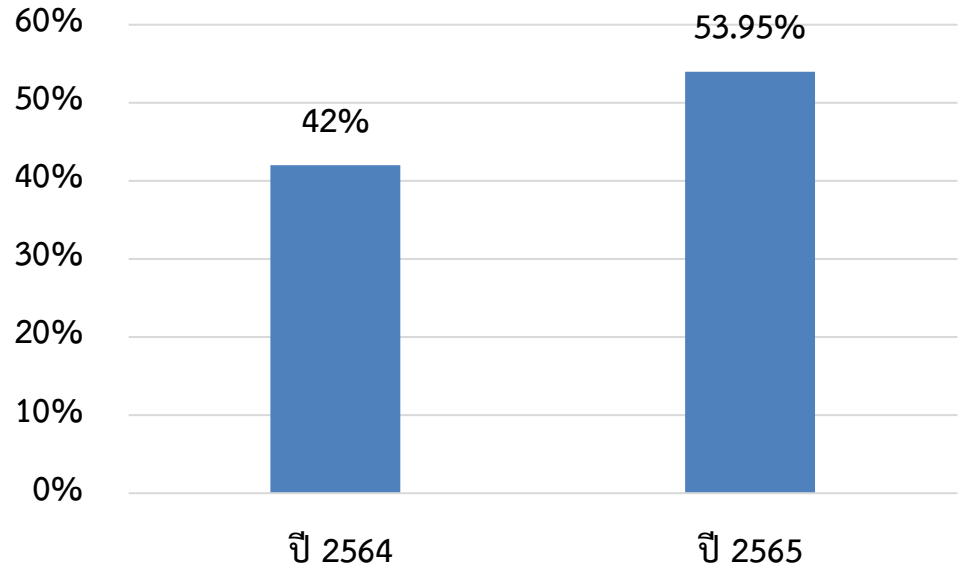
กระบวนการทำงานการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ Contact Center ด้วย Artificial Intelligence (ระบบ AI Chatbot)

เป้าหมายลดAbandoned ร้อยละ 10



ประหยัดค่าใช้จ่าย 2,715,724 บาท

เป้าหมายการตอบคำถามของ AI Chatbot มากกว่าร้อยละ 50



เป็นไปตามค่าเป้าหมาย

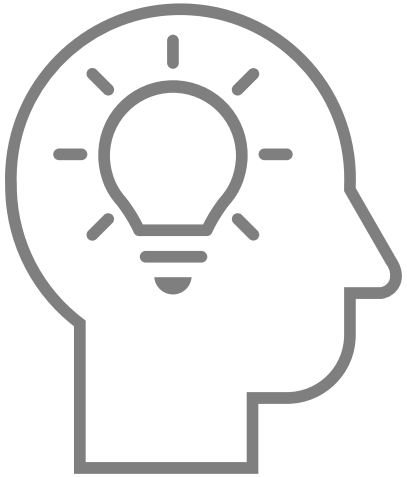
7. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการแก้ไข

ปัญหา อุปสรรค	แนวทางการแก้ไข
Training ข้อมูลไม่ครบถ้วน หรือไม่ถูกต้อง (ในระยะแรกของการนำ AI Chatbot มาใช้ในการตอบข้อมูลลูกค้า)	- Sale Sheet - FAQs จากฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ - Meeting ฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาคำถาม-คำตอบ (FAQs) เพื่อให้เกิดความแม่นยำในการตอบ

ปัจจุบันไม่พบปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการโครงการ

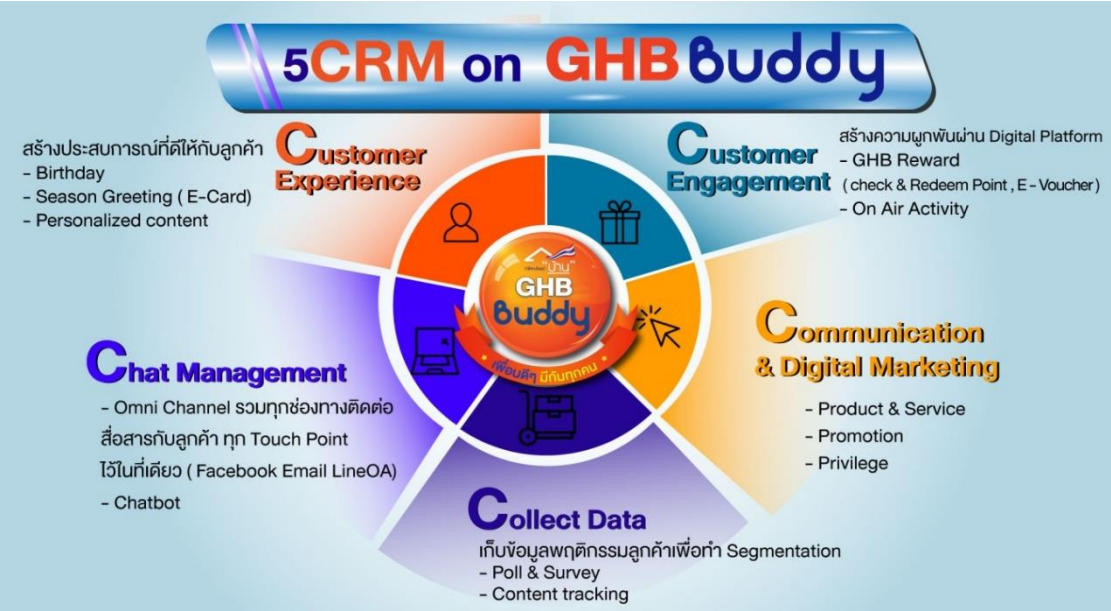
8. ความท้าทายต่อไป

1. พัฒนา G H Bank Contact Center เพื่อให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ทุกจุด Touch Point โดยเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับลูกค้าผ่าน Website ธนาคาร โดยนำ AI Chatbot มาให้บริการร่วมกับ Chat Agent เพื่อยกระดับเทคโนโลยีเพื่อความยั่งยืน



2. จัดเก็บพฤติกรรมลูกค้าที่สื่อสารกับธนาคารทุก Touch Point มาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการได้ตรงตามความต้องการความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างเหนือความคาดหวังนำไปสู่กลยุทธ์ Data Driven Marketing สู่การเป็น Sustainable Bank

9. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ และความยั่งยืน



กำหนดแนวทางบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าภายใต้กลยุทธ์ 5 CRM ได้แก่

- การสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Experience)
- การสร้างความผูกพันผ่าน Digital Platform (Customer Engagement)
- การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทาง Non-Voice (Chat Management)
- การสื่อสารกับลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ และโปรโมชั่นต่าง ๆ (Communication & Digital Marketing)
- การเก็บข้อมูลพฤติกรรมลูกค้าเพื่อนำมาทำการตลาด (Collect Data)

ที่ผ่านมาธนาคารดูแลลูกค้าทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่องตามเส้นทางพัฒนาลูกค้าของทางธนาคาร (Customer Journey) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธนาคารและลูกค้าและสอดคล้องต่อบริบทองค์กรในการก้าวสู่การเป็น Digital Banking ได้อย่างเต็มรูปแบบ

ถาม - ตอบ