



Обработка

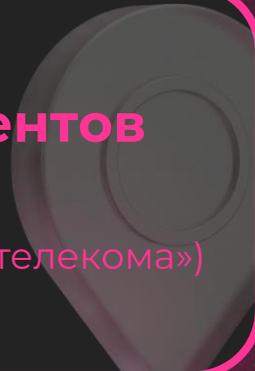
ГИГАНТСКОГО

числа упоминаний
мобильного
оператора T2
и конкурентов

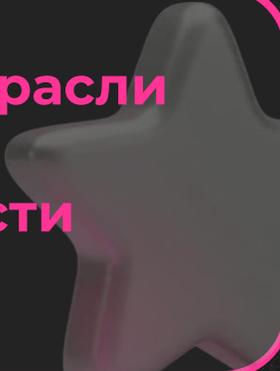




**Федеральный
оператор
мобильной связи**



**48,9 млн клиентов
в 70 регионах**
(с учетом MVNO «Ростелекома»)



**Лидеры в отрасли
по NPS, VfM,
релевантности
услуг**

В основе коммуникационной платформы T2 – «Другие правила. Новый уровень». Они указывают на эволюционный скачок во всем, что делает T2 – в техническом сервисе, продукте и обслуживании клиентов. Информационная нагрузка сделала управление репутацией в цифровых каналах критически важным фактором устойчивости бизнеса.

Контекст

**на
6,5%**

увеличился
телеком-рынок

**на
1,3%**

снизились
темпы роста

2 SIM-карты

приходится на одного пользователя,
что означает высокую конкуренцию в сегменте

**Насыщение
B2C-сегмента**



**Удорожание
обслуживания
инфраструктуры**

**Ограничения мобильного
интернета усилили
чувствительность аудитории
к коммуникациям брендов**



**С какой
проблемой
сталкиваются
операторы**

Данных становится
все больше,
человеческий ресурс
стоит дороже.

**Проблема
бизнеса
в категории**

Как обрабатывать
большие объемы
данных быстро
и качественно?

Ключевые задачи бренда T2

Системный мониторинг инфополя T2

для выявления трендов и ранних сигналов потенциальных кризисов.



Мониторинг инфополя ключевых конкурентов

для сравнительного анализа и укрепления позиций бренда T2 на рынке.

Ключевая проблема – количество упоминаний

T2, как один из крупнейших операторов страны, находится в центре общественного внимания.

Это формирует:

- тысячи упоминаний ежедневно;
- десятки тем и аспектов — от качества связи и тарифов до региональных инфоповодов и федеральных продуктовых анонсов;
- контент разного формата и в публикациях, и в комментариях: текстовый, фото, видео.

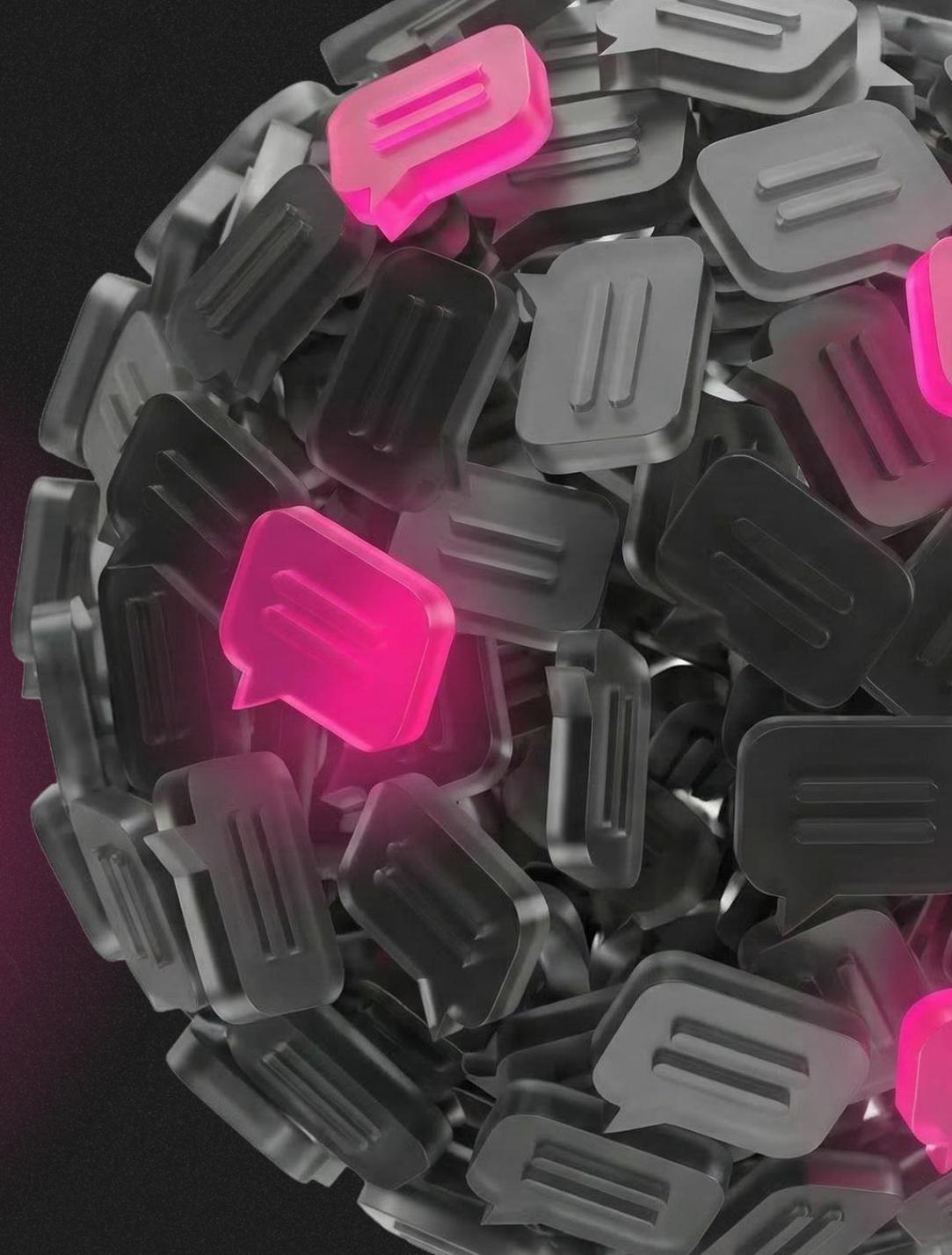


Дополнительные вызовы

инфополе непрерывно и не зависит от рабочего времени специалистов по мониторингу;

высокая сложность корректного определения тональности и контекста;

необходимость реакции в моменте, а не постфактум.



Стратегия

Для решения задачи T2 привлекла digital-агентство **Fistashki**.

Уже на старте стало очевидно: классические ORM-подходы не масштабируются под такой объём данных.



Сергей Максименко, руководитель отдела репутации Fistashki

Мы понимали, что **при таких объёмах данных ручная разметка не масштабируется, а стандартные автотеги и классические классификаторы дают лишь базовый уровень анализа.**

Эти инструменты хорошо работают для первичной фильтрации, но не позволяют глубоко учитывать контекст, нюансы тональности и смысловые оттенки, критичные для управления репутацией.

Даже сложные ML-модели хорошо работают на больших массивах, но всё ещё ограничены в глубине понимания смыслов. Для управления репутацией этого недостаточно — особенно если нужно ловить сигналы кризисов на ранней стадии.

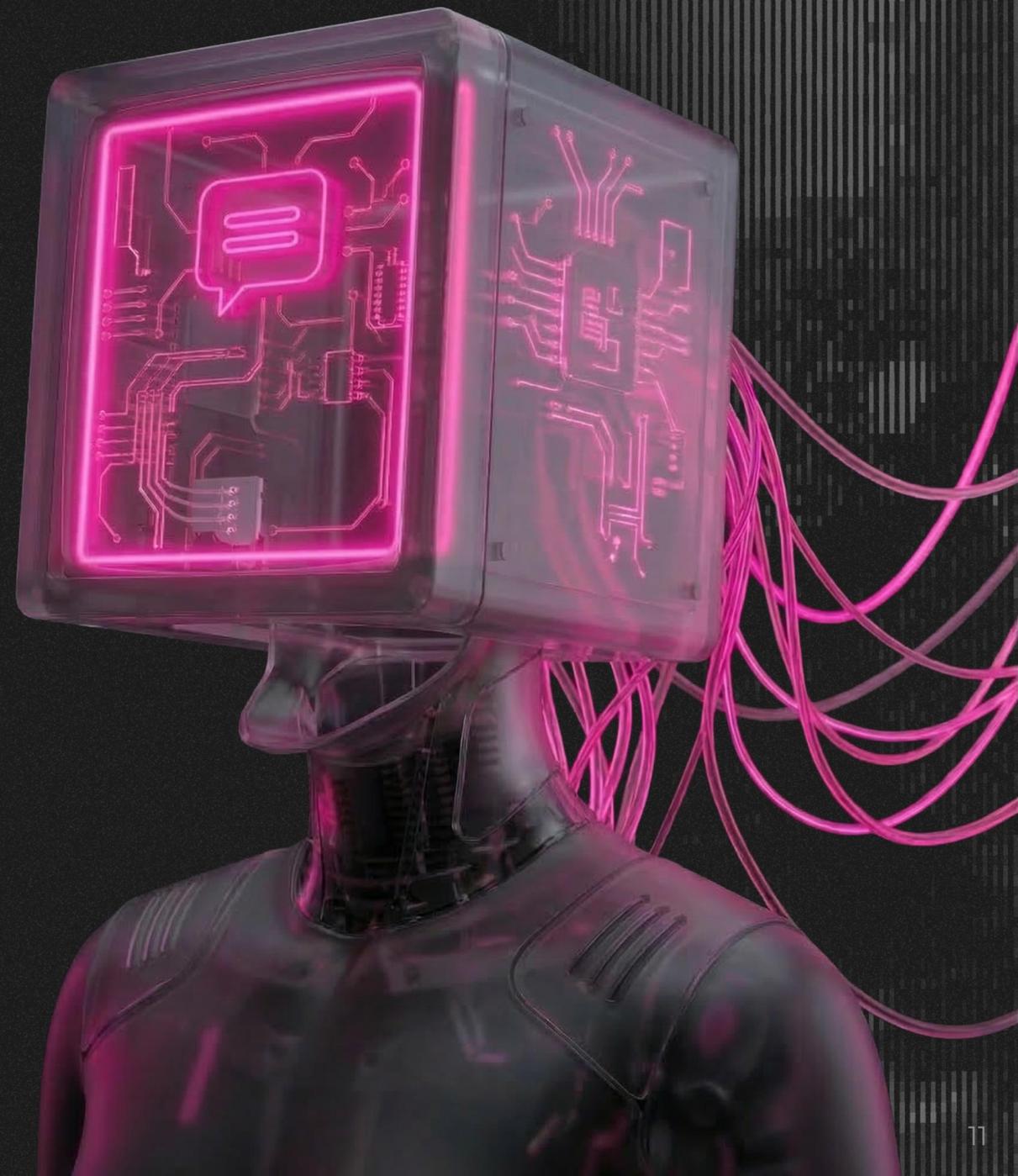




**Наш
ПОДХОД**

Мы перешли к использованию больших языковых моделей (LLM), дообученных на собственной выборке и адаптированных под задачи репутационного анализа.

Это позволило работать не просто с тональностью, а с качественными смыслами, контекстами и нюансами обсуждений.

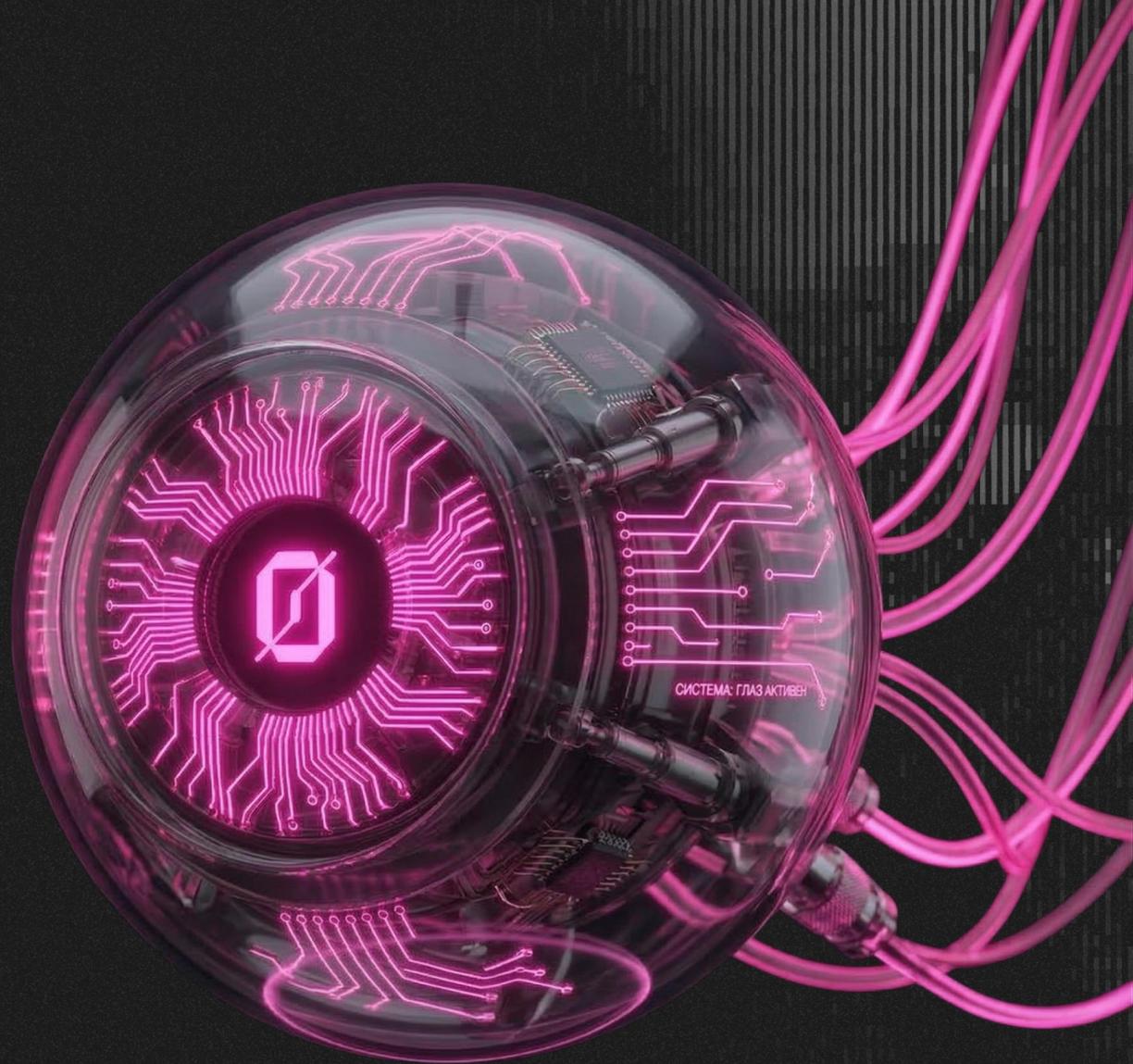


Инструмент: Airis

Стартап-разработка на основе AI

Главную роль в проекте сыграл Airis — AI-стартап и внутренняя разработка агентства Fistashki.

Airis — это система интеллектуальной обработки упоминаний, работающая на базе пяти Large Language Models и выполняющая качественную разметку сообщений.



КЛЮЧЕВЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА AIRIS:

- автоматизация значительной части ручного аналитического труда;
- отсутствие зависимости от заранее размеченных датасетов;
- гибкая настройка под задачи конкретного бренда.

10 000
сообщений/час

скорость обработки
(классические инструменты дают обработать 300-500 сообщений)

90-95%
точность обработки

Airis

Этапы работы

1. Формирование рабочего массива данных

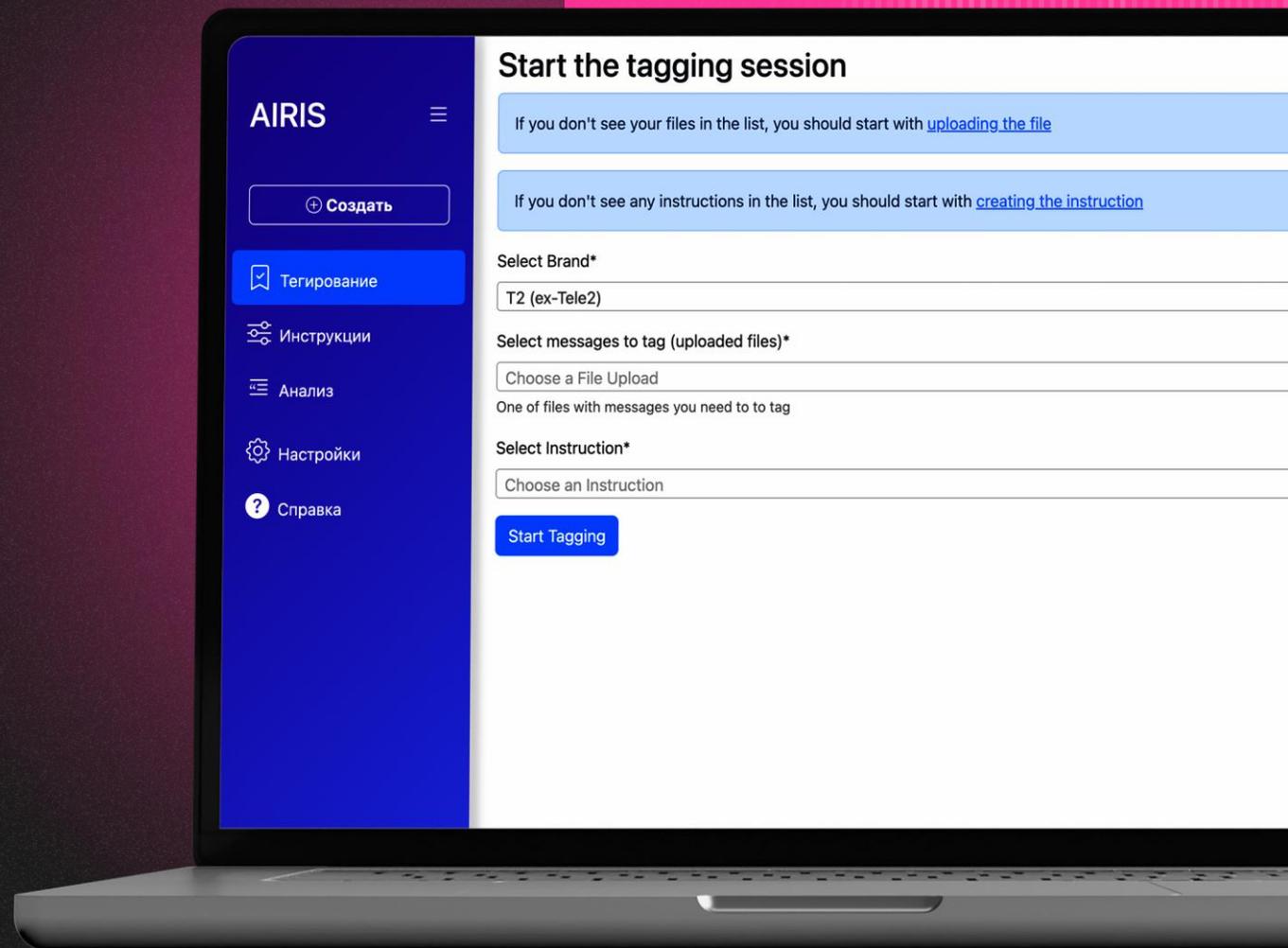
Система не ограничена источником: данные могут поступать из любой клиентской системы мониторинга.

2. Создание детальной инструкции (промпта)

Промпт формируется аналитиком или клиентом и описывает логику классификации и нужные признаки.

3. Оптимизация промпта

Движок Airis оптимизирует запрос системными параметрами. Наличие человека в цикле и гибкого рутинга снижает стоимость и повышает точность.



*интерфейс системы

Airis

Этапы работы

4. Подключение языковых моделей

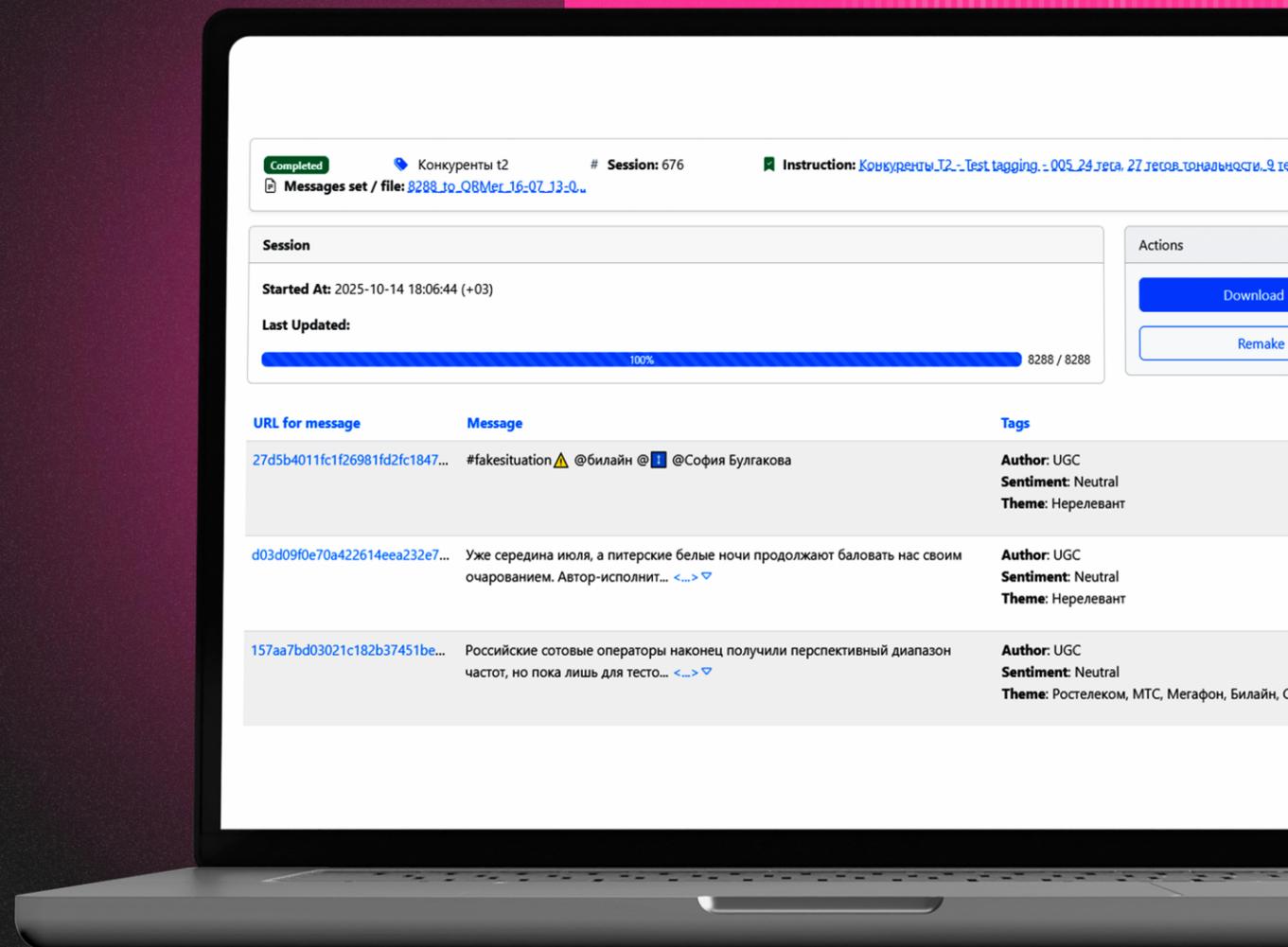
Используются GPT-4o mini, GPT-4o, GPT-4 Turbo, LLaMA 3, Gemini — в зависимости от задачи.

5. Получение размеченной выгрузки

Данные возвращаются в нужном формате и загружаются в систему мониторинга или базу данных клиента.

6. Контроль и донастройка

Аналитик проводит выборочную проверку, уточняет теги и использует результат для следующего цикла.



*интерфейс системы



Результат

Ключевые

результаты

до 1 000 000

сообщений ежемесячно

до 100 000

сообщений / день в пиковые моменты

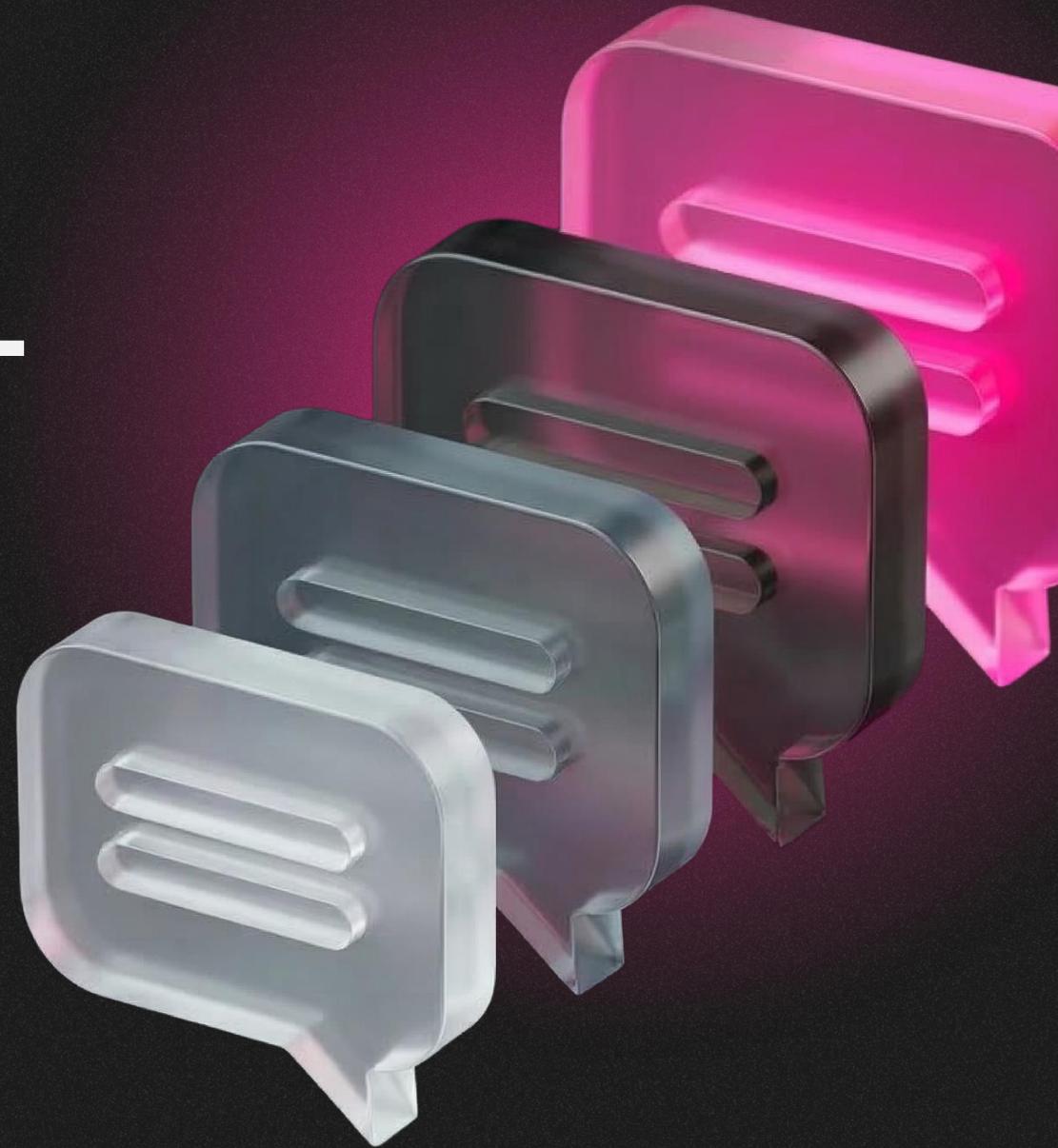
от 90-95%

доля точности

Проект подтвердил эффективность выбранного подхода и дал заказчику реальное, управляемое понимание репутации бренда.

Главный эффект — масштабируемый ORM-процесс

который не ломается при росте упоминаемости
и позволяет принимать решения на основе данных,
а не выборочных сигналов.



Новаторство

использование LLM в ORM не как эксперимента, а как решения



отказ от жёсткой привязки к автотегам и классическим классификаторам



гибридный подход «AI + аналитик», где человек отходит от рутинных процессов и управляет логикой инструмента

Качество исполнения

высокая скорость обработки без потери глубины анализа



адаптация под специфику телеком-отрасли



прозрачный и воспроизводимый процесс

Герман Прохоренко, руководитель группы по работе с социальными медиа T2

Ручная обработка такого объема сообщений существенно увеличила бы затраты на блок работ по ORM. Предложенное агентством решение помогло нам эффективно использовать ресурсы и включать человека для калибровки инструментов аналитики и точечных работ со сложными и неоднозначными кейсами.





FISTASHKI



**Спасибо
за внимание!**