ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №6912

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ АУТСОРСИНГОВЫЙ ПРОЕКТ, ПАРТНЕРСТВО

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Альфа-Банк, Телеконтакт
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Ульяновск, Тверь, Пенза, Саратов, Белгород
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	160
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.telecontact.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Проект исходящего телемаркетинга для Альфа-Банка
ИМИДЖ НОМИНАНТА	Альфа Банк и Телеконтакт!
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Краткое описание

Альфа-Банк — крупнейший частный банк в России, «Банк года» по версии журнала The Banker в 2019 году. Альфа-Банку доверяют 16 млн частных клиентов и 568 тысяч компаний и предпринимателей, а сеть включает 900 городов с курьерской доставкой, 498 офисов и 27 900 банкоматов по всей стране.

В 2017 году Банк и Телеконтакт совместно запустили мультипродуктовый проект в двух городах. Это исходящий обзвон с целью предложить флагманский продукт – карту «100 дней без процентов» (в 2019 году признана лучшей кредитной картой России по версии Finaward).

В рамках проекта мы работаем с продажами кредитных и инвестиционных продуктов действующим клиентами банка. Все сотрудники универсальны и в рамках одного диалога могут предложить клиенту любой доступный ему продукт в соответствии с его потребностями.

На 2020 год проект – это пять продуктов и три площадки, обслуживающие клиентов по всей территории России. Помимо уже проверенного процесса продаж, постоянно происходят микро-пилоты по экспериментам как продуктов, так и процессов со сценариями, что позволяет нащупывать новые направления бизнеса.

Альфа-Банк решил выбрать аутсорсинговый контакт-центр для реализации этого проекта, чтобы оперативно управлять объемами, переключать сотрудников между продуктами, получать

дополнительный ресурс IT для повышения гибкости сценариев и освободить себя от необходимости решать непрофильные задачи, сосредоточившись на ключевых компетенциях.

2. Цели и задачи

Цель проекта – увеличение продаж за счет предложения новых продуктов действующим клиентам банка.

Задачи проекта со стороны Банка – запуск исходящего обзвона на основании выборки, предоставленной Банком, с целью продажи и допродажи продуктов и услуг Банка клиентам.

Задачи проекта со стороны аутсорсингового контакт-центра (далее АКЦ):

- поддержка мультипродуктовых предложений для клиентов со стороны операторов и админ состава;
- автоматизация работы и интеграция мультиканального ПО оператора с ПО банка;
- обеспечение качественного уровня обслуживания клиентов;
- рост эффективности проекта за счет интеграции внутренних разработок АКЦ и Банка (таких как программы обучения и контроля качества);
- помощь клиентам в период кризиса по получению дополнительных финансовых инструментов;
- помощь в сборе и анализе клиентского опыта и обратной связи по продуктовой линейке и инструментам;
- проактивная обратная связь в случае изменения ситуации у клиентов, конкурентов и в целом на рынке;
- проверка гипотез своих и Банка по причинам этих изменений (на уровне диалога с клиентами).

В период пандемии были поставлены дополнительные задачи, в решении которых АКЦ показал свою гибкость:

- оперативный отклик на потребности Банка в отношении объема работ;
- перераспределение объемов и продуктов между городами присутствия в периоды роста больничных на региональном уровне с сохранением качественного и количественного показателей работы отдела телемаркетинга и продаж;
- проактивное изменение сценариев диалогов, предоставление ОС и совместная корректировка презентаций/отработок в быстро меняющихся условиях;
- оперативная реализация таргетных опросов с целью выявления «температуры» по рынку и организации антикризисных мер.

3. Добавленная стоимость/ценность от партнерства

Партнерство с АКЦ позволяет обозначить условия, ограничения и желаемые результаты, оставив за партнером подходы и способы решения задачи. При этом партнёрство именно с АКЦ Телеконтакт – это не только достижение поставленный целей, но и получение независимой обратной связи, развитие совместных процессов или даже продуктов.

Телеконтакт – контакт-центр с более чем 21-летней историей, обладает опытом и мощностями, которые позволяют масштабировать процессы для любого объема задач, обеспечивать непрерывность работы и быстро подстраиваться как под меняющиеся требования Банка, так и

влияние внешних обстоятельств. Собственный штат программистов и технических аналитиков, а также КЦ-платформа собственной разработки, позволяют реализовать любую степень интеграции с процессами заказчика, начиная от формирования персонализированной отчетности до создания CRM.

Одним из преимуществ АКЦ является наличие высокой экспертизы в занимаемой отрасли. Собственные разработки, проверенные и отточенные за время внедрения в контакт-центры суммарной численностью более 6000 операторов, используются и партнерами для качественного управления проектами. При взаимодействии по проекту применяются дополнительные инструменты. Основные перечислены ниже:

1. Телеконтакт Framework - конструктор операторских скриптов. Это инструмент, позволяющий без привлечения дополнительных ресурсов разработчика, в режиме реального времени корректировать логику отображения блоков операторского скрипта. Легко адаптируется под бизнес-процессы Банка, что в условиях колебаний банковских предложений на рынке, что позволяет оперативно реагировать на ситуацию. Дополнительно в этом же ресурсе для Банка реализованы интерфейс с онлайн доступом к статистикам работы операторов и проекта в целом (настраивается по шаблону заказчика) и возможность прослушивания звонков в режиме реального времени.
2. QMT - инструмент для управления качеством. Это единое унифицированное приложение для контроля качества телефонных звонков, текстовых взаимодействий (таких как чат, email) и видео, удобное для всех, кто задействован в процессе контроля качества. Помогает привести цикл контроля качества на уровне компании в соответствие COPC стандартам. Через этот же ресурс ведется контроль всей работы с сотрудником, планирование тренингов и назначение точек контроля по проведенной работе. При этом у сотрудника есть возможность в онлайн-режиме видеть все свои оцененные коммуникации и рекомендации по работе, а у административного состава определить проблемные места в процессах обучения, бизнес-процессах заказчика, технических процессах и регламентах работы с системами. Это позволяет Банку и АКЦ объективно оценивать текущую картину, оперативно отслеживать проблемные зоны, динамику по сотрудникам, повышать уровень клиентского сервиса и продаж.
3. EVA.Телеконтакт – это платформа дистанционного обучения руководителей контакт-центра. Это инструмент, сочетающий в себе e-learning с коучингом, направленный для решения практических задач заказчиков. В условиях пандемии АКЦ дополнил возможности платформы программами дистанционного обучения для операторов. Что позволило получить квалифицированных сотрудников со стороны АКЦ (админ состав и операторы) и минимизировать риски потери сотрудников на этапе обучения.

Все инструменты имеют возможность гибкой настройки для достижения максимальных результатов работы на совместном проекте в кратчайшие сроки.

4. Результаты

Влияние на бизнес заказчика

Не смотря на внешние факторы, за 2020 год удалось достичь большинства поставленных целей:

- Мультипродуктовое первичное обучение модифицировано для увеличения качества знаний сотрудников, высаживающихся в линию. Скорректирован типовой тайминг обучения, что позволило сократить сроки вывода новых сотрудников с 8 до 5 дней без потери качества, сократить выход новых сотрудников на целевые показатели эффективности с 3х до 1,5

месяцев.
- Проведены внутренние исследования АКЦ с привлечением коллег из Банка для выявления максимально комфортных параметров рабочего места оператора (совмещение работы ПО Банка и АКЦ)

В партнерстве с АКЦ негативные влияния последствий кризиса удалось нивелировать за счет выполнения следующих задач:

В период пика кризиса остро встал вопрос быстрых ответом на совсем нетипичные вопросы\опасения клиентов. Например:

Многие клиенты не могли посещать офисы и опасались выезда курьеров и не были уверены в собственно будущем. Нам важно было оперативно проинформировать сотрудников об альтернативных способах оформления продукта, безопасности встреч с курьером и пр. При этом ситуация менялась несколько раз за день и в разных регионах клиенты имели разные сложности/возможности.

В качестве решения АКЦ сократил сроки внедрения новостей и функционала в 3 раза

Операционная эффективность партнерства

За 3й год партнерства удалось:

- увеличить конверсию в выдачи на 176% за счет:
    - дообучения сотрудников, изменения подхода к базовому обучению и адаптации персонала;
    - проработки алгоритма свободного диалога с клиентами;
    - совместной оптимизации подпроекта по обзвону «недошедших» клиентов;
- увеличить показатели качества на 30% и уменьшить количество жалоб от клиентов на 39%
- По объемам удалось:
    - в пик неопределенности (апрель-май): сохранить объем на уровне 64% от начала года. При этом 6% объема взяты за счет увеличения эффективности работы сотрудников/технических настроек дайлера (подняли загрузку операторов на 6%);
    - в сезон (осень) увеличивать объемы проекта на 20% в месяц.

Влияние на клиентский опыт заказчика и его клиентов

В период кризиса для удобства и безопасности клиентов Банка была усилена навигация в удаленные каналы доступа, клиент может оформить кредитный продукт без визита в отделение.

Альфа-Банк создал лучшее, по мнению экспертов и клиентов, банковское приложение в России. Мы взяли 1 место среди мобильных приложений по версии Markswebb. Нашим приложением постоянно пользуются 80% клиентов, у него — самая высокая оценка в App Store: 4,9 из 5.

АКЦ в рамках своей работы активно применял изменения Банка, предлагая клиентам максимально удобные и доступные возможности оформления и использования продуктов.

Влияние на персонал заказчика

Экспертиза и опыт административного состава АКЦ позволили забрать на себя нестандартный функционал (оперативные доп. исследования, сбор нестандартой ОС, информирование клиентов, дополнительные обзвоны). Это позволило использовать внутренние ресурсы заказчика для решения более сложных и стратегических задач, стоящих перед Альфа-Банком (например, переключение на сохранение клиентов).

За год работы обмен опытом позволил расширить ракурс и увеличить вариативность подхода к

обучению и качеству работы с персоналом с обеих сторон. Например, обмен опытом в части обучения (встреча тренеров АКЦ и Банка для обмена опытом).

5. Итоги

Когда встречаются крупнейший частный банк и высококлассные эксперты в своей отрасли с единым понимаем стратегии развития общего проекта — это победа. За 2020 год был совершено огромное количество достижений во всех смежных проектах в каждой из запланированных активностей. Планы амбициозны, мы знаем что делать, как делать и самое главное — для чего. Номинация “Лучший аутсорсинговый проект, партнерство” позволила нашей команде показать чего мы стоим и открыть новые горизонты развития.

Так мы открыли для себя новые возможности развития сотрудников (в том числе и удаленно), смелость в достижении результатов не смотря ни на какие ограничения и планируем достигать новых более высоких результатов в 2021 году.

За текущий год мы запустили в 2 раза больше пилотов чем за предыдущие годы совместной работы суммарно и не планируем останавливаться. Это дало нам новые пути развития, позволило повысить продажи и уйти от неактуальных процессов.

Мы научились быть еще более быстрыми во внедрении новых процессов, запусках пилотов, оповещении сотрудников, внедрении технических настроек. Хотя до весны 2020 года мы искренне верили, что быстрее быть уже нельзя (зато честно:)). И совместно подводя итоги мы можем с уверенностью сказать, что нам не за что краснеть!

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Дунаева
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Алена
ДОЛЖНОСТЬ	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ