ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №7324

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ МУЛЬТИ/ОМНИКАНАЛЬНЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Альфа Банк Казахстан АО ДБ
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Алматы
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	33
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://alfabank.kz/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Контакт-Центр для юридических лиц
ИМИДЖ НОМИНАНТА	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
ССЫЛКА на Youtube	https://youtu.be/Pa2_8le99xw

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Краткое описание

В век современных технологий Клиенты желают получать от Банка целостный, интерактивный, удобный, отвечающий его желаниям функционал его финансовой жизни. Многие сферы нашей привычной жизни давно уже перешли на цифровую сторону и дают отличное решение для экономия времени. Клиент хочет получать информацию о счетах, платежах, накоплениях, кредитах, не выходя из дома и Банк может предложить ему это. Вместе с Банком перерождаются и контактные центры, предлагая Клиенту наиболее оптимальные для него решения без физических усилий и дополнительных трат на дорогу и на очереди.

Нашим Контакт-Центром был внедрен опыт мультиканальности во благо Клиента, так как Банк предлагает им все продукты для успешных онлайн-операций, значит и качество, предлагаемое Клиенту, должно быть идеальным и, конечно же, дистанционным. Благодаря опыту мультиканальности Клиентского опыта на текущий момент наши Клиенты могут обращаться к операторам голосовым и неголосовым путем, могут получить техническую поддержку почти по всем продуктам, которыми пользуются. Контакт-Центр по обслуживанию юридических лиц предлагает Клиенту взаимодействие с оператором на прямую, что существенно облегчает его работу при обращении в Банк.

У Клиента есть выбор: обратиться напрямую по номеру 2510 и получить голосовую консультацию, либо обратиться в мессенджеры и получить текстовую консультацию от живых операторов. Наша стратегия мультиканальности, в первую очередь, подразумевает позитивный клиентский опыт. На текущий момент времени это нам позволяет обслужить Клиента со всех аспектов, не вызывая у него агрессию повторными вопросами, так как взаимодействие первой и второй линии напрямую позволяет перенаправлять Клиента в надежные другие руки.

2. Цели и задачи

Ключевые цели и задачи опыта мультиканального обслуживания:

1. Снижение потребностей клиента в посещении отделения Банка. #клиентвсердце. Посредством увеличения сопровождаемых продуктов технической поддержки более 10, мы охватим все продукты для юридических лиц, что позволит увеличить % решенных обращений без посещения отделения Банка;

2. Снижение среднего времени разговора по 1 линии до 2-х минут. Делегируя задачи, требующих большого времени обработки на социальные

сети, мы получим возможность освободить линию входящих вызовов от загруженности; #простыеибыстрые решения

3. Уменьшить среднее время обслуживания клиента на линии. Мы планируем достичь этого с помощью равномерного и бесшовного распределения нагрузки на все отделы; #развивайся

4. Увеличение лояльности Клиента к Банку. Посредством перехода Чат-Канала на режим работы 24/7 мы добьемся увеличения позитивной оценки со стороны Клиента. #взаимовыгодноепартнерство

5. Построение эффективного маршрутного пути направления Клиента на другую линию, например, к технической поддержке. Мультиканальность позволит нам после обращения Клиента идентифицировать его лишь раз, далее автоматически перенаправить заявку на 2 линию технической поддержки, не заставляя его ожидать на линии, что позволит сэкономить время Клиента, ведь у него больше нет потребности обращаться к разным специалистам и озвучивать свой вопрос заново. #действуйкакпредприниматель

6. Выявление, сбор и обработка ожиданий клиента. Посредством запуска отдела по работе с жалобами и претензиями мы можем оптимизировать процессы предоставления обратной связи.

3. Каналы доступа

На текущий момент времени Контакт-Центр работает с четырьмя каналами доступа: 1 линия 2510 (голосовое взаимодействие), Чат-Каналы (неголосовая поддержка) и 2 линия технической поддержки, а так же отдел по работе с жалобами и претензиями. Применение каждого канала позволяет нам предоставить Клиенту инновационное решение по его проблемам, так как благодаря внедрению мультиканального опыта мы снизили необходимость посещения отделения до минимума. Клиент может решить 80% своих вопросов без посещения. Структура работы Контакт-Центра построена следующим образом:

1. 1 линия – обработка входящих вызовов по номеру 2510 (голосовое взаимодействие). К основным задачам относится обработка входящих звонков, консультативная поддержка Клиентов и потенциальных Клиентов, предложение Банковских продуктов/услуг и консультации по ним, предоставление всей нужной информации Клиенту по тарифам, услугам, процедурам и акциям Банка;

2. 2 линия - техническая поддержка – абсолютное дистанционное удобство для Клиентов. Специалисты данного канала обрабатывают заявки по всем техническим вопросам, касаемых продуктов для юридических лиц.

3. Чат-Канал для юридических лиц – неголосовое взаимодействие с Клиентами через социальные сети по номеру +77719362510. Главная задача - обработка входящих обращений с мессенджера

WhatsApp, обработка всех комментариев к постам в Instagram и Facebook, сбор обратной связи и

перераспределение, уведомление Клиентов о поступающих входящих суммах в национальной валюте.

4. Возможности взаимодействия

Для реализации успешной стратегии, описанной выше, мы определили для себя следующие точки взаимодействия в каждом канале доступа:

1) Чтобы соответствовать ожиданиям Клиентов и шагать в мир с ним необходимо постоянно улучшать сервис, продукты и процессы. В мире, где сейчас машины ездят без бензина, а картой можно оплачивать без наличия самой карты, было бы важным превосходить всякие ожидания Клиентов для их удобства. Банк, в свою очередь, предложил своим Клиентам перейти в мир цифровых технологий, предоставив ему возможность открыть счет онлайн за 10 минут, получить мобильное приложение с возможность переводить деньги, оплачивать любые платежи в бюджет, открыть карту для его Бизнеса онлайн в личном кабинете, открыть любой дополнительный счет в разных валютах в течении 2 минут и много всего другого. Клиенту удобно, но так же в этом случае не стоит забывать о эффективном Клиентском опыте. Благодаря точке взаимодействия как техническая поддержка у Клиента всегда есть гарантия, что его не оставят. Ему всегда помогут в предопределении всех технических ошибок на этапах взаимодействия с новыми процессами Банка. Техническая поддержка так же не стоит на месте и постоянно увеличивает список своих продуктов, повышая лояльность Клиентов. Работа с другими отделами интегрирована бесшовно, что у Клиента нет необходимости постоянно объяснять причину своего обращения, обращаясь по разным номерам телефона и говоря с разными специалистами.

2) Мы понимаем всю значимость своей работы, ведь на нас огромная ответственность, так как Клиент в праве создавать свое первое впечатление о Банке, оценив просто специалиста, который ответил на его звонок. Взаимодействие с Клиентом проходит двумя разными путями: голосовым и не голосовым. У Клиента есть возможность обратиться прямым телефонным звонком по номеру 2510, а так же написать в мессенджере WhatsApp. Возможность самому выбрать канал взаимодействия с Банком удовлетворяет потребность Клиентов. На текущий момент времени запущен проект Телеграм-Бота, который позволяет Клиенту в автоматизированном виде получить желаемый ответ. Хоть и все сейчас переходит в автоматизацию, мы понимаем, что выдвинуть социальные сети или телефонные звонки с пути будет невозможно, по этой же причине мы ищем новые пути взаимодействия, не отрекаясь от старых.

3) Возможность взаимодействовать с Клиентом через социальные сети позволило нам отслеживать пути развития Клиентского сервиса. Прозрачное определение желаний Клиента помогает ему соответствовать. У Клиента есть определенный шаблон во всех социальных сетях, на официальном сайте и так же по телефонному звонку для того, чтобы у него была возможность оставить положительный или же негативный отзыв, который непременно будет обработан.

Все возможные возможности взаимодействия наиболее подробно должны отражать стратегию Вашего Бизнеса. Наличие эффективной стратегии взаимодействия с Клиентами важна по основным трем причинам:

1) Ожидания Клиентов меняются слишком быстро. Не важно от вида услуг, которыми они пользуются, Клиент увидев какое-либо новшество, начинает ждать этого и от других. Совсем не важно какой сферы бы касается его вопрос, если Клиент хочет, то он всегда будет хотеть легкого решения его вопроса.

2) Отдел обслуживания Клиентов важен, так как благодаря этому мы создаем ценность, и именно стратегическую ценность, ведь все мы понимаем эффект сарафанного радио.

3) Понимание того, чего же хотят Клиенты через эффективное взаимодействие открывает новые пути в развитии самой Компании. Благодаря этому вы всегда будете знать какие ожидания необходимо оправдать, а какие превзойти.

5. Результаты и преимущества

Традиционная банковская сфера первой сдается в технологической войне. Банки не производят никакого материального продукта, поэтому их деятельность легко оцифровать. Это и позволяет конкретизировать действия в пользу Клиента, рассчитывая все его потребности с помощью цифр. Ведя статистику обращений Клиента посредством тематик, продуктов и процессов, по которым обращаются больше всего, мы смогли поменять структуру нашей работы, тем самым облегчили жизнь своему Клиенту. Внедрив несколько каналов доступа мы ставили цель повысить позитивную оценку Клиента о Банке, так как Контакт-Центр можно по праву считать первым впечатлением о целом. С момента открытия Контакт-Центра для юридических лиц мы не только смогли сохранить всех Клиентов, но и пополнили их ряд. На текущий момент времени мы являемся лучшим Контактным-Центром среди Банков второго уровня, что мы можем доказать и статистикой.

С июня 2019 года мы смогли поднять Service Level с 18,7% до 96,93% за октябрь 2020 года, а так же достичь среднегодового показателя в 91%. Если взять в цифрах, то мы 37811 звонков из 39009 приняли до 20 секунд, тем самым увеличили, в первую очередь, лояльность Клиента. Во вторую очередь, поддержка SL и правильный его расчет позволил нам рациональнее использовать кадровые ресурсы и снизить утомляемость сотрудников. В третьих, мы оставили хорошее впечатление у Клиента. Этот факт доказывает и уровень CSI, который мы держим на плане 4,8 из возможных 5.

С момента образования Контакт-Центра, мы пополняя свои ряды высококлассными сотрудниками, смогли увеличить штат до 14 сотрудников на первой линии, 7 на группах цифрового взаимодействия и 10 человек на второй линии технической поддержки, в сравнении на момент запуска Контакт-Центра он рассчитывал 10 человек на общую линию. С целью изменения структуры работы мы с сентября 2019 года перешли на мультиканальный опыт обслуживания и образовали первую и вторую линию.

Вторая линия подразумевает под собой технической поддержку по всем продуктам Массового Бизнеса. На текущий момент команда технической поддержки сопровождает 9 продуктов и это позволяет нам уменьшать время ожидания Клиента до минимума. Если основываться на цифрах, то техническая поддержка смогла снизить среднее время решения каждого обращения с 12,57 до 9,31 минуты, это беря в расчет, что с января 2020 года количество обращений на вторую линию увеличилось с 1378 до 11280.

6. Итоги

Клиент воспринимает все точки соприкосновения с Банком как единый процесс. Для него не существует отдельных сотрудников, отвечающих по телефону, в мессенджере или по электронной почте. Это просто клиентский опыт общения с Банком. Мультиканальность помогает сделать этот опыт одинаково удобным и простым во всех каналах. Благодаря внедрению данного опыта:

§ Контакт-Центр, который предоставляет поддержку по звонку на короткий номер 2510 смог принять порядка 39 тысяч звонков без угрозы потери звонков и без факта снижения Service Level;

§ Мы уменьшили время ожидания Клиента на линии до 3 секунд;

§ Мы запустили официальный, безопасный, защищённый WhatsApp и социальные сети. В месяц мы отрабатываем около 30 тысяч обращений в Чат-Канал.

§ Техническая поддержка смогла увеличить объем сопровождаемых продуктов до 9;

§ Снизить время решения технического вопроса до 9 минут;

§ Технической поддержкой было отработано порядка 11 тысяч обращений;

Главная цель мультиканальности – создание позитивного клиентского опыта. Бизнес не просто работает в разных каналах, он собирает вместе все данные, которые есть по клиенту, и помогает сделать жизнь клиента и бизнеса удобнее с помощью этих данных.

Когда у Контакт-Центра Банка мультиканальная система, он «помнит» привычки и обращения клиента, как старого друга. И это важная часть сервиса. Потому что со стороны клиента любой канал не отдельный канал, а бренд.

Мы уверены, что Контакт-Центр Альфа-Банка Казахстан может претендовать на победу в данной номинации.

Спасибо за внимание!

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Аймаганбетов
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Бауыржан Адильханович
ДОЛЖНОСТЬ	Начальник Управления