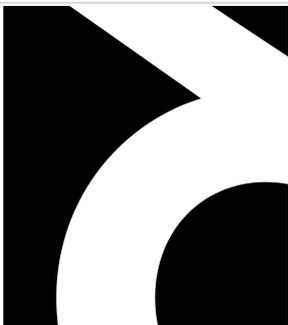


ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №7932

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ КОНТАКТНЫЙ ЦЕНТР (не более 500 операторов)

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Делимобиль
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Волгоград
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	480
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://delimobil.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Клиентская поддержка в Волгограде
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	https://youtu.be/5Ef83qolxj8

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Описание контакт-центра (не более 3600 знаков с пробелами)

В дополнение см. сопроводительный файл No1 к эссе

Всего в службе клиентской поддержки Делимобиля почти **500 сотрудников**. Больше 90% обращений обрабатывается инхаус и только 10% на аутсорсе. Центральный офис находится в Москве, контакт-центр с письменной, голосовой и поддержкой в соцсетях — в Волгограде. В контакт-центре больше **350 линейных специалистов**. Мы работаем в режиме 24/7 и обрабатываем все каналы коммуникаций.

Делимобиль — это каршеринг. **А каршеринг** — это такие машины, которые можно брать на время через приложение. Пользователь открывает машину прямо со смартфона, едет по делам или даже путешествует, а когда машина больше не нужна, паркует и закрывает авто тоже со смартфона.

Проблемы у наших пользователей случаются всякие: серьезные и банальные, нестандартные и курьезные. Но для пользователя это почти всегда вопрос жизни и смерти. Мы понимаем, что Делимобиль прочно встроен в повседневность пользователя и его близких, поэтому стараемся оправдать доверие.

Служба клиентской поддержки Делимобиля — это и голосовая поддержка, и еще десять отдельных процессов обслуживания и взаимодействия пользователей с компанией. Ежедневно мы

обрабатываем больше **7 тысяч обращений**. Специалистам приходится консультировать по работе приложения, правил сервиса, условий договора, комплектации и устройства машины, ПДД, а также дистанционно определять неисправности и помогать решать, безопасно ли пользователю продолжать движение.

Структура клиентской поддержки:

- Первая линия поддержки в голосовом канале коммуникации — это первые впечатления пользователя от взаимодействия с компанией. Мы знаем, как важно вкладываться в развитие первой линии поддержки, поэтому звонки на другие линии переводятся только в 3% случаев. Поддержка доступна 24/7.
- Вторая линия поддержки — это эксперты и сотрудники, помогающие со сложными или нетипичными вопросами пользователя, например сопровождение при ДТП или когда клиент забыл ценную для себя вещь.
- Письменные каналы коммуникации — знаем, что тут от нас ждут ответ как можно быстрее. По email и в форме обратной связи в приложении или на сайте отвечаем в течение 24 часов, в чате через приложение — в течение пяти минут.
- Третья линия поддержки (омбудсмены) — для сложных, громких и нестандартных кейсов. Омбудсмены решают ситуации персонально, стараясь встать на сторону пользователя.
- Отдел по работе с клиентами в социальных сетях — тут мы не только помогаем пользователям получить ответ прямо во «ВКонтакте», Facebook, Instagram или Twitter, но и работаем с отзывами на любых ресурсах.
- Отдел компенсаций — занимается возвратом средств, перерасчетом аренды, начислением бонусов.

Поддержку Делимобиля сопровождают:

- Отдел планирования и мониторинга — отвечает за аналитику всего контакт-центра и WFM-координацию специалистов: создание графика, перерывов, ведение табеля.
- Отдел контроля качества.
- Отдел обучения и развития персонала.

2. Положительное влияние на деятельность организации (не более 1800 знаков с пробелами)

В дополнение см. сопроводительный файл No1 к эссе (слайд 6)

2020 год стал для нас периодом адаптации и становления после объединения контакт-центра Делимобиля. А 2021 год — это время, когда уже можно взглянуть на результаты.

Над чем мы работали:

1. Оптимизация бизнес-процессов, self-service и помощь с доработкой продукта

За 2021 год мы инициировали, описали и обосновали больше 50 идей по оптимизации процессов, развитию self-service (сокращение обращаемости в КЦ) и улучшениям в приложении.

2. Работа с клиентскими отзывами

Мы спрашивали у наших пользователей про работу службы поддержки после каждого обращения, а также интересовались в опросе NPS, насколько они довольны работой КЦ.

А еще запустили глубокую аналитику и обработку клиентских отзывов в опросах CSI и NPS и возвращались к тем пользователям, чей вопрос не был решен.

3. Поддержка сотрудников

Внедрили процедуру корпоративной поддержки сотрудников на всех стадиях развития — от новичка до профи:

- Обновление знаний сотрудников каждые четыре месяца;
- Систематический сбор обратной связи при помощи фокус-групп и опросов;
- Ежемесячные командообразующие мероприятия.

Результаты:

1. Сократилась обращаемость в поддержку:

- Contact rate (количество обращений/количество использований сервиса) сократился в 1,85 раза, с 9,2% в январе 2021 года до 5,0% в ноябре 2021-го.

2. Сократились затраты контакт-центра:

- Cost per call/ticket (стоимость обработки одного обращения) по итогам III квартала 2021 года на 22% ниже, чем в III квартале 2020 года.
- Сократились затраты на одного сотрудника на 24% за аналогичный период.

3. Улучшился показатель клиентского опыта:

- NPS. Удовлетворенность контакт-центром в опросе NPS выросла на 0,67 п. п. в III квартале 2021 года относительно I квартала 2021 года и составила 4,25 (max 5).

3. Операционная эффективность (не более 3600 знаков с пробелами)

В дополнение см. сопроводительный файл No2 к эссе

Нам важно, чтобы каждый пользователь получал качественную поддержку: то есть не ждал ответа слишком долго, а его вопрос решался при первом обращении. Поэтому мы внимательно следим за ключевыми операционными показателями производительности. А именно:

FCR - решение вопроса клиента в первом контакте

Мы стараемся не переадресовывать пользователя в разные отделы, а помочь при первом обращении в поддержку. Среднее значение FCR за последние шесть месяцев — 90,9%.

Второй важный показатель — SL

В голосовой поддержке наша цель — чтобы 70% клиентов получали ответ в первые 30 секунд. Такое целевое значение — 70/30 — мы выбрали неслучайно. Это комфортно и для бизнеса, и для пользователей. Анализ реакции клиентов в опросах NPS и CSI показывает, что это решение не вызвало негатива.

В письменных каналах коммуникации (форма обратной связи, email) наша цель — более 95% в первые 24 часа.

В чате и в социальных сетях — более 95% ответов течение пяти минут.

- SL в письменном канале в пределах целевого значения: **в октябре 2021 года составил 99,3% ответов в первые 24 часа.**
- SL в голосом канале в пределах целевого значения: **в октябре 2021 года составил 72,4% в течение 30 секунд.**
- SL в социальных сетях: **95% в течение 5 минут в аналогичный период.**

CSI - индекс удовлетворенности потребителей

Для повышения качества обслуживания проводим опрос удовлетворенности клиентов. После обращения в поддержку предлагаем оценить консультацию.

Показатель удовлетворенности клиентов по итогам октября 2021 года составил **80,6% в голосовом направлении и 76,9% в письменном** при таргете 75%. В дополнение к опросу отдел телемаркетинга проводит интервью и телефонные опросы с наиболее важными группами пользователей.

Оценка качества

Сотрудник поддержки – лицо компании. Для пользователя он представляет весь Делимобиль. Поэтому повышение качества обслуживания клиентов для нас действительно важно. В июле 2021 года мы сократили долю аутсорс-ресурсов до исторического минимума (с 30% до менее чем 10% объемов), активно расширяя инхаус. В этот период нам было особенно важно сохранить высокие показатели качества при большом объеме новых сотрудников. Благодаря системному подходу в обучении и стандартизации процессов уже в сентябре мы вновь достигли показателя **оценки качества в 90 баллов** при целевом показателе 85 баллов.

4. Инновации и креативность (не более 3600 знаков с пробелами)

1. Голосовой отзыв

Изменили процесс post call IVR. Если, по мнению пользователя, оператор не смог помочь, пользователь еще раз может проговорить свою проблему. Голосовое обращение будет записано, затем кейс рассмотрит сотрудник контроля качества. Если окажется, что мы были неправы или недостаточно разъяснили, с пользователем свяжемся повторно. Новый процесс помогает глубже понимать кейсы пользователей и улучшает клиентский опыт.

С момента запуска post call IVR **индекс CSI в голосовом канале коммуникации повысился на 1,6 п. п.**

2. Боты

Дружелюбный бот-информатор Тео анализирует сотни алгоритмов и миллионы срабатываний датчиков автомобилей. Если пользователю нужно о чем-то напомнить, Тео сам отправит пуш-уведомление, СМС или даже позвонит. Если у Тео не получилось связаться, создается инцидент, и уже тогда подключается сотрудник контактного центра. Бот-информатор **помогает сэкономить до 40% времени сотрудника** и избежать спорных ситуаций с пользователями, когда они забывают завершить аренду.

Чат-бот Тео — самообучающийся бот в приложении Делимобиля, он анализирует ответы сотрудников и постепенно учится. Чат-бот **обрабатывает до 20% письменных обращений пользователей**, снижая нагрузку на контактный центр.

3. Вау-сервис

Эту милую инновацию мы запустили в марте 2021 года. Если Делимобиль подвел пользователя или хочет отметить постоянного клиента, мы используем вау-сервис. Это небольшие нестандартные сюрпризы с очень оперативным реагированием на упоминание. Вау-сервис помогает решать даже негативные кейсы. Пользователи не могут о таком молчать, чем повышают количество позитивных упоминаний.

Примеры кейсов:

1. Один из постоянных пользователей написал в соцсетях, что уже ездил на делимобилях во всех городах, где работает наш сервис. Остался последний — Краснодар. Чтобы порадовать его, мы купили билеты на самолет и подключили специальный тариф на поездки по Краснодару.
2. Пользователь с ребенком в аэропорту пытался арендовать машину с детским креслом. Но из-за особенностей приложения фильтр «Детское кресло» сбрасывался при максимальном увеличении карты. Не найдя кресло в машине несколько раз, пользователь завершал аренду. В итоге уехал на аэроэкспрессе. Мы извинились, передали доработку в продукт, компенсировали пользователю поездку на аэроэкспрессе и подарили сертификат в семейное кафе.

4. Омниканальность

Сейчас для обращений пользователей, помимо голосовой и письменной поддержки, есть три соцсети и чат-поддержка. Пользователи могут начинать общение в одном канале и бесшовно продолжать в другом, им не нужно уточнять суть проблемы снова и снова.

5. Клиентоориентированность (не более 3600 знаков с пробелами)

В дополнение см. сопроводительный файл №3 к эссе

Мы в Делимобиле действительно любим наших пользователей и работаем над тем, чтобы это было взаимно. Наша задача — решить обращение с первого контакта с участием одного сотрудника. Сейчас нам это удается в 97% обращений, и только 3% переводятся на следующую линию поддержки.

Чтобы справляться даже со сложными кейсами и удерживать пользователей, мы запустили третью линию поддержки — омбудсменов.

Омбудсмены — это настоящие защитники пользователей в Делимобиле. В команду вошли сотрудники, которые особенно отличались эмпатией, клиентоориентированностью и умением находить нестандартные решения.

Омбудсмены подключаются к кейсам, в которых компания была неправа и случай уже стал резонансным. Пользователь в такой ситуации настроен очень негативно и готов уйти из сервиса. Омбудсмен проводит доскональное расследование и сообщает пользователю о его результатах, приносит извинения, ищет варианты, как сгладить конфликт.

Этот проект показывает пользователям, что мы умеем признавать ошибки и очень дорожим их доверием. Команда омбудсменов не просто улучшает клиентский опыт, но и вселяет уверенность, что в следующей спорной ситуации мы точно поможем. Такие пользователи не уходят к конкурентам и продолжают пользоваться сервисом.

С момента подключения третьей линии поддержки вероятность, что после решения кейса пользователь вернется, возросла на 30%.

Выход в медиaprостранство и узнаваемость

Раньше в соцсетях и на медиаресурсах мы давали ответы только на громкие случаи. Теперь обрабатываем все упоминания. Чтобы звучать одинаково, сформировали единый голос команды поддержки. Обучили сотрудников не только понимать его, но и говорить на нем. Образ поддержки Делимобиля стал узнаваемым, а вовлечение в дискуссии значительно влияет на охваты бренда.

Сейчас обрабатываем 100% упоминаний и 100% отзывов на всех медиаресурсах.

Формирование лояльного комьюнити

Изначально мы обрабатывали комментарии в соцсетях в одностороннем порядке, не провоцируя продолжение диалога. Сейчас мы транслируем полную открытость; бренд и пользователь — равноправные участники. Поэтому не стесняемся просить помощи, советов, предлагаем подкидывать идеи — кому, как не пользователям, лучше знать, чего не хватает, что требует доработки.

Обратная связь не уходит в никуда, она обрабатывается, а предложения пользователей реализует продуктовая команда. Негативные мнения помогают нам увидеть несовершенства и изменить процессы. Чуткое, живое и нешаблонное общение поддержки помогает пользователям ощущать сопричастность к изменениям в продукте. А для бренда формирование лояльного комьюнити — это особая ценность.

6. Вовлеченность (не более 3600 знаков с пробелами)

Клиентская служба Делимобиля — это отдельная экосистема и почти **50% от всей компании**. Мы внимательно следим за микроклиматом и поддерживаем атмосферу сплоченности.

В начале 2021 года сформировали отдел по развитию корпоративной культуры, внедрили индивидуальный подход в работе с сотрудниками и разработали корпоративный кодекс — «Делипринципы».

О чем мы позаботились:

1. Условия труда и комфорт в офисе

Офис состоит из нескольких опенспейсов — так отделам легче взаимодействовать, а специалистам — оперативно обращаться к наставнику, супервайзеру или сотруднику контроля качества. Открытые пространства позволяют поддерживать дружескую атмосферу в команде, а каждому сотруднику — чувствовать себя ее частью.

В офисе созданы комфортные условия труда и отдыха: стильный ремонт, современные и удобные рабочие места, уютная кухня и зона отдыха. Наличие кофе-пойнта и снекового автомата позволяет каждому сотруднику не тратить время своего перерыва на путь до кафе — перекусить можно прямо в офисе. А ежедневная компенсация питания — еще один полезный бонус.

По итогам опроса удовлетворенности **88% сотрудников высоко оценивают условия труда в компании**.

2. Система мотивации и развития сотрудников:

Тактическая мотивация — программа награждения лучших сотрудников. С момента старта программы средняя производительность персонала по основным процессам выросла более чем на 15%.

Карьерная лестница — это грейдовая система горизонтального роста для сотрудников контакт-центра. Сотрудник проходит программу развития (обязательные и дополнительные тренинги) и уже через год может получить максимальный грейд.

Программа наставничества — возможность попробовать себя в роли наставника, обучиться базовым управленческим навыкам и попасть в кадровый резерв.

Программа развития — сотрудник контакт-центра может поучаствовать в собеседовании на любую открытую вакансию, например в HR, маркетинге, операциях, контроле качества. Мы

поддерживаем внутренний горизонтальный и вертикальный рост, больше 70% всего персонала находят для себя новые направления и развиваются внутри компании.

По итогам опроса удовлетворенности **86% сотрудников высоко оценивают систему мотивации в компании.**

3. Атмосфера в коллективе

Сплоченность команды не только влияет на отношение сотрудников друг к другу, но и на рабочие результаты. Отсутствие барьеров между руководителями любого уровня и линейными сотрудниками — один из принципов Делимобиля. Любой сотрудник может прийти с идеей, вопросом, предложением к руководителю и всегда будет услышан и поддержан.

Регулярные пятничные вечеринки и другие офисные активности помогают узнать друг друга поближе, проговорить рабочие обиды, а новеньким — поскорее стать частью команды.

Для улучшения профессиональных качеств организуем обучение с приглашенными специалистами. Для повышения клиентоориентированности мы подготовили программы тренингов. Примеры тем: «Управление эмоциями», «Управление негативом», «Умение слышать и слушать клиентов».

По итогам опроса удовлетворенности **94% сотрудников высоко оценивают атмосферу в коллективе.**

Влияние мероприятий на удовлетворенность персонала:

1. Уровень удовлетворенности персонала по итогам опроса в октябре 2021 года составил 89% (средний балл всех блоков опроса).
2. Индекс eNPS составил 65% (промоутеры 74%, критики 9%).

7. Лучшие практики в индустрии (не более 1800 знаков с пробелами)

Не станем скрывать: пока в нашем контактном центре нет сотрудников, владеющих сертификатами соответствия профессиональным стандартам. Но это не мешает нам стремиться соответствовать им уже сейчас.

Мы понимаем и ориентируемся на стандарты СОРС. Анализируем нашу работу, определяем показатели эффективности, прогнозируем результаты и формируем процесс еженедельных встреч (Point of Contact, POC), основываясь на стандартах СОРС.

Мы стремимся внедрять стандарты работы, которые повысят качество обслуживания и при этом позволят сократить затраты. **В 2021 году нам удалось сократить затраты больше чем на 20% и увеличить удовлетворенность клиентов и сотрудников** — такие результаты отражают, что мы достаточно эффективно применяем современные практики.

8. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Победа в конкурсе — не самая большая мечта для нас. Все же мечта у нас одна — сделать жизнь наших пользователей и сотрудников лучше и проще. Но победить тоже было бы очень приятно, ведь нам действительно есть чем гордиться. **Смотрите сами:**

1. Менее чем за полтора года мы собрали команду из 500+ человек, а 70% руководителей и экспертов вырастили внутри компании.

2. Сформировали уникальную и приятную корпоративную культуру, где 90% сотрудников вовлечены в социальную, корпоративную жизнь компании и многие готовы рекомендовать Делимобиль друзьям.
3. Разработали систему поддержки сотрудника на каждом этапе его жизни: обучение, наставничество, карьерная лестница с возможностью профессионального роста всего за 1 год.
4. Выстроили тесное и плодотворное взаимодействие с продуктовыми разработчиками. За счет инициатив службы поддержки за год Contact rate сократили до исторического минимума с 9,2% до 5%.
5. Поработали над автоматизациями и оптимизацией бизнес-процессов, отстаивали и утвердили самые смелые идеи. За счет оптимизации сократили затраты на 22%.
6. Разработали и успешно применяем особый подход к пользователям. Слышим и слушаем их, выступаем в роли защитников в любой ситуации, умеем и не боимся принимать нетипичные решения. Это отражается в положительной динамике роста индексов CSI и NPS.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Шагеев
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Семен Георгиевич
ДОЛЖНОСТЬ	Руководитель обособленного подразделения