

## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

**ID:** №8173

**НОМИНАЦИЯ:** ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО, РОБОТИЗИРОВАННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

|                                                       |                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА</b>                    | Beeline Казахстан                                                                                             |
| <b>ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА</b>            | Алматы                                                                                                        |
| <b>КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА</b> | 737                                                                                                           |
| <b>ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ</b>                           | <a href="http://www.beeline.kz">http://www.beeline.kz</a>                                                     |
| <b>НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА</b>                         | Команда развития систем сервиса                                                                               |
| <b>ИМИДЖ НОМИНАНТА</b>                                |  <p>Beeline Kazakhstan</p> |
| <b>ССЫЛКА на Youtube</b>                              | <a href="https://youtu.be/f5cAwoZUI08">https://youtu.be/f5cAwoZUI08</a>                                       |

## ЭССЕ НОМИНАНТА

### 1. Краткое описание (не более 1800 знаков с пробелами)

Beeline лидирует по объёму абонентской базы в Казахстане и управляет большим потоком обращений от клиентов, пользующихся услугами мобильной и фиксированной связи. Но вы не окажетесь в ситуации, когда будете вынуждены снова и снова прослушивать пресловутое: «Оставайтесь на линии — Ваш звонок очень важен для нас».

Наши клиенты могут не ждать помощи оператора, а получать её при обращении, сразу в системах самообслуживания. Процессы информационного обслуживания у нас автоматизированы и роботизированы: мы внедрили в практику голосовой и кнопочный IVR, чат-бота и мобильное приложение.

В первые секунды обращения «умные системы» в фоновом режиме проводят диагностику номера или логина, обращаясь в разные системы, выявляют проблему и, если она есть, предлагают решение, используя проработанные клиентские сценарии, которым мы обучили наши каналы самообслуживания. Зачастую ответ робота подкрепляется SMS с важной информацией и полезными ссылками или командами.

Мы постоянно внедряем инновации в обслуживании, чтобы улучшить клиентский опыт, сократить поток обращений к нашим специалистам и стабилизировать нагрузку на call-центр, офисы продаж и обслуживания или социальные сети.

Нам важно не просто проконсультировать каждого клиента, ответив на его вопрос, но и решить проблему, с которой он обратился, а лучше — предвосхитить это обращение! Помните из «Алисы в стране чудес»: *«Чтобы остаться на месте, нужно быстро бежать. А чтобы куда-то попасть, нужно бежать вдвое быстрее»?*

## 2. Цели и задачи (не более 1800 знаков с пробелами)

**Какие цели и задачи мы преследуем в развитии систем самообслуживания?**

### **Чат-бот, кнопочный и голосовой IVR**

Чат-бот, кнопочный и голосовой IVR, во-первых, помогают предвосхитить вопрос клиента и сразу же дать на него ответ. «Умные системы» считывают информацию по абонентскому номеру или интернет-логину и, основываясь на полученных данных, включая исторические, предугадывают возможную причину обращения и предлагают решение ещё до того, как озвучивается вопрос клиентом. Даже если клиент обращается по иному вопросу, наши системы самообслуживания могут проанализировать и определить другое событие, предупредив о нем клиента и исключив его повторное обращение.

Во-вторых, эти инструменты позволяют снизить нагрузку на специалистов обслуживания в точках касания с клиентом: в call-центре, офисах продаж и обслуживания, а также в социальных сетях. Задача в том, чтобы при обращении в один из каналов клиент оперативно получал всю нужную информацию, не дожидаясь помощи консультанта.

И, в-третьих, наш подход к автоматизации и роботизации процессов позволяет сделать сервис круглосуточным, доступным и удобным во всех каналах самообслуживания. А ещё у наших клиентов всегда есть выбор — получить консультацию у робота или у человека.

### **Мобильное приложение**

Мобильное приложение «Мой Beeline» нацелено на сервис по популярным тематикам обслуживания, поступающим в офис или call-center, тем самым снижая поток обращений в этих каналах. И важно отметить, что оно всегда под рукой в любой точке мира!

Кроме того, «Мой Beeline» собирает биометрические данные наших клиентов и буквально «знает их в лицо». Этот функционал делает взаимодействие с клиентами безопасным и комфортным.

Клиенты часто говорят нам "спасибо" за сэкономленное время.

## 3. Заинтересованные участники (стейкхолдеры) (не более 1800 знаков с пробелами)

Нас много. И мы в (жёлто-чёрных) тельняшках.

**Customer Experience Management (далее СЕМ)** запускает опросы для замера удовлетворённости нашими сервисами и анализирует результаты, на основании которых создаёт новые и улучшает существующие клиентские пути.

Через **Службу стандартов сервиса** проходит любое инновационное внедрение с дальнейшими отслеживанием эффекта.

**Call-центр** предлагает сценарии развития и улучшения процессов самообслуживания, опираясь на опыт живого общения с клиентами.

**Дирекция по продажам на массовом рынке** формирует список ключевых сервисных операций и предлагает способы их реализации в каналах самообслуживания для снижения потока в офисы.

**Служба разработки** отслеживает и запускает технологические процессы, позволяющие стабилизировать работу систем самообслуживания.

**Big Data** способствует обучению ботов путем анализа запросов клиентов, на основании которого мы обогащаем словарь семантического ядра ботов, повышая уровень распознавания вопросов для предоставления оптимальных ответов клиентам.

**Отдел развития систем сервиса** прорабатывает топовые обращения, анализирует и прорисовывает схемы клиентских путей и архитектурные решения, проводит интервью с респондентами перед запуском, участвует в тестировании до реализации. Всё это возможно благодаря тому, что команда сформирована из сотрудников с экспертизой оператора первой линии, техподдержки, бизнес-аналитики и архитектуры.

Наша команда поддерживает и развивает кнопочное меню, закупленное у поставщика AVAYA, голосового бота от греческого вендора Omilia, а также продукты внутренней разработки - чат-бот и приложение.

Учитывая, что мы работаем слаженно, можем в максимально сжатые сроки запускать инициативы любой сложности.

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

Одна из основных целей Beeline стать сервисной компанией № 1 в Республике Казахстан, поэтому мы стремимся использовать креативный подход в обслуживании клиентов, а также отслеживаем мировые тренды и применяем инновационные практики. В этом году, для предвосхищения ожидания клиента, мы внедрили биометрию, предиктивную консультацию и многое другое.

### Зачем нужна биометрия?

Каждый клиент может пройти аутентификацию и подтверждение своей личности прямо в мобильном приложении «Мой Beeline»: нужно только отсканировать удостоверение личности и идентифицироваться по фото.

Биометрия помогает узнать, действительно ли является владельцем данного номера конкретный клиент, что исключает мошеннические действия.

Если клиент прошёл биометрию в приложении, то мы можем приветствовать его по имени и даже поздравлять с днём рождения во всех системах самообслуживания. К тому же, прохождение биометрии позволяет обслуживаться в наших офисах без документов, удостоверяющих личность.

Благодаря сбору биометрических данных мы предоставляем клиентам сервис в каналах самообслуживания, для получения которого обычно требуется посещение офиса. Так мы проявляем заботу о клиентах, экономя их время на поездки в офисы и дозвон в call-center. Яркие примеры

операций внутри мобильного приложения: замена SIM на SIM / eSIM, переход на Beeline с номером другого оператора, покупка нового номера, регистрация/перерегистрация номера.

### В чём сила предиктива?

Наша цель — предвосхитить вопрос клиента до того, как он был задан. В момент обращения мы проверяем мобильный номер или интернет-логин на предмет наличия проблем и ошибок, включая работоспособность оборудования (роутер, кабель). И если таковые есть, мы не только информируем, но и предлагаем решение. Это, несомненно, делает клиентов счастливыми, ведь вопрос решается быстро и нет необходимости тратить время на ожидание и объяснение ситуации консультанту. Нагрузка на сотрудников также снижается.

### Как помочь и словом, и делом?

Наши системы самообслуживания умеют давать не только ответы, но и создавать сервисные заявки на выезд монтажника. Простой пример: при обращении пользователей услуги «Интернет Дома» в предиктиве выявляется проблема с оборудованием, и робот сам предлагает клиенту создать заявку на выезд монтажника. Быстро и эффективно! А ранее такое обращение обрабатывалось **только** консультантом. На момент обращения клиента наши роботы определяют и геолокацию. Это значит, что бот может предоставить информацию, относящуюся к конкретному региону: например, об ограничении сервиса или запуске новой акции/ услуги или же о местоположении офисов Компании.

А ещё наши боты умеют продавать! Предлагают смартфоны, используя два сценария: 1) по запросу клиента, когда он сам хочет купить телефон; 2) согласно скоринговой модели, формируется список клиентов, подходящих под категорию покупателей, при обращении которых бот сам предлагает воспользоваться супервыгодным предложением. Оформление покупки доступно на странице [www.beeline.kz](http://www.beeline.kz), а ссылку на неё бот непременно отправит в SMS.

При планировании задач для разработки мы ориентируемся на популярность клиентских запросов по принципу - чем больше обращений, тем выше приоритет для реализации! Задачи в соответствующей последовательности проходят этап оценки через продуктовый подход. Выдвигаются гипотезы проблем и решений для задач: 1) нужно ли данный сервис/операцию переводить в самообслуживание и почему? 2) как лучше всего их реализовать? Для проверки и подтверждения этих гипотез, мы проводим интервью с клиентами, A/B тесты, коридорные и другие исследования. Всё это помогает нам повышать автоматизацию.

## 5. Результаты (не более 3600 знаков с пробелами)

Давайте сравним наши каналы самообслуживания в 2020 и 2021 годах.

### Чат-бот:

- **На 74% выросло количество пользователей** за счет внедрения бота в новые удобные для клиентов каналы: мобильное приложение «Мой Beeline», сайт, мессенджеры WhatsApp и Telegram.
- **До 10% сократился трансфер** на специалистов; **уровень автоматизации достиг 88%** за счёт активного обучения бота топовым тематикам обращений и повышения индекса распознавания.
- **До 91% вырос уровень распознавания**, благодаря постоянному процессу обогащения синонимами с помощью инструментов Big Data.
- **На 3 пункта повысился CSI** (показатель удовлетворенности клиентов) за счёт улучшения

существующих сценариев обслуживания.

#### Кнопочный и голосовой IVR:

- **На 200 лицензий увеличилась пропускная способность одновременного обслуживания** клиентов. Причиной этому послужил уникальный в своём роде симбиоз двух систем, дающий возможность клиенту переключаться между кнопочным и голосовым IVR.
- **До 6,3 пунктов вырос CSI** (показатель удовлетворенности клиентов) благодаря взаимовыгодному обучению обеих систем.
- **55% достиг уровень честной автоматизации.** Мы использовали политику компании «Честен и открыт» и сделали доступным выход на специалиста из любого канала для любого клиента.
- **До 60 секунд, то есть в 3 раза (!),** сократилось время ожидания клиента на линии.
- **На 8 пунктов (до стабильных 90%) увеличились уровень распознавания и на 13 пунктов (до 66%) индекс решения вопросов.** Результаты дало сотрудничество с Big Data в сфере работы с n-граммами и ежемесячная загрузка новых синонимов.
- **52% достигла автоматизация сервисных операций** за счёт обработки топовых запросов обслуживания, исключающих посещение офиса клиентами.

#### Мобильное приложение:

- За счет появления новых функций и операций **в 2 раза увеличилось количество активных пользователей (3 млн достигла ежемесячная абонентская база).**
- Мы охватываем нашими сервисами самообслуживания всё больше клиентов, а также всё больше людей доверяют нам свои биометрические данные: **на 75% выросло количество верифицированных пользователей.**
- **На 15% выросло количество проданных услуг и тарифов через приложение!** Всё дело в умных системах по подбору наилучших предложений.
- **На 10% выросла удовлетворенность пользователей** (до 65%).
- **По отношению к 2020 году количество сервисных операций выросло на 16%.**
- **До 70% снизилась доля звонков пользователей** в разрезе сервисных операций, доступных в приложении.

Наши достижения в развитии сервиса самообслуживания в мобильном приложении отмечает один из топовых маркетплейсов мира. «Мой Beeline (Казахстан)» занимает **почетное второе место в Play Market** (после приложения Telegram) среди самых популярных мобильных приложений в секторе связи Республики Казахстан!

И главное, все наши каналы самообслуживания при запуске новых инициатив синхронизируются между собой: если клиент обратится в любой из каналов, то он получит одинаковую информацию.

Развитие каналов силами внутренних разработчиков существенно сокращает операционные затраты, так как покупка любого внешнего решения с поддержкой и развитием в разы дороже.

Автоматизация рутинных процессов позволяет сократить количество переводов на специалистов, что, в свою очередь, даёт возможность более рационально использовать текущие человеческие ресурсы и не увеличивать штат сотрудников обслуживания.

## 6. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Наши каналы самообслуживания развиваются внутренними командами. Это позволяет:

- беречь ресурсы, избегая покупок внешних решений, продуктов и систем обслуживания;
- полностью синхронизировать команды разработчиков и заказчиков: мы не ждем готового

решения, а делаем его вместе (методология SCRUM/ Kanban/ продуктовый подход);

- синхронизировать каналы самообслуживания и быстро реализовывать инициативы: мы переиспользуем готовые операции (например, если внедрили для мобильного приложения регистрацию номера без бумаг, то её можно запустить и в чат-боте, и в системах обслуживания офисов, и т. д.).

Каждый канал самообслуживания предоставляет информацию разным сегментам клиентов: пользователям мобильной связи и фиксированного интернета.

За счет прогрессивного развития систем самообслуживания **использования сервисных операций в сравнении с 2020 годом существенно выросло**: в чат-боте, голосовом и кнопочном IVR на 88,5%, в приложении — на 16%.

И отметим, что, несмотря на довольно «молодой» возраст голосового бота — 1 год, удовлетворенность клиентов достигла уровня нашего «старичка» — кнопочного IVR.

Нам есть чем гордиться, но мы ставим перед собой ещё более амбициозные цели.

Например, в приложении мы планируем:

**- Разместить более 90% ключевых сервисных операций (дойти до отметки в 60 млн и более сервисных операций в год), что позволит нашим клиентам решать больше вопросов в мобильном приложении и меньше обращаться в традиционные каналы обслуживания, минимизируя физический контакт и повышая комфорт собственной жизни.**

**- Увеличить процент удовлетворенности до 70%.**

Мы стремимся сделать сервис максимально комфортным, разнообразным и, самое важное, доступным.

Спасибо за предоставленную возможность рассказать о том, чем мы живём... на яркой стороне!

## ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

|              |                    |
|--------------|--------------------|
| ФАМИЛИЯ      | Каймонова          |
| ИМЯ ОТЧЕСТВО | Елена Владимировна |
| ДОЛЖНОСТЬ    | Начальник отдела   |