CCGuru Awards

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №8307

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА АНАЛИТИКИ, ИЗУЧЕНИЯ И ПОНИМАНИЯ КЛИЕНТОВ

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Ингосстрах, СПАО
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Москва, Нижний Новгород, Иркутск, Краснодар
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	300
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.ingos.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Ingos Challenge
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

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

Мы реально сделали это!

Проект **Ingos Challenge** был придуман и стартовал за 1 ночь! **С середины июля 2021** года мы запустили масштабный проект и совершили невероятный прорыв в улучшении клиентского сервиса. Все получилось!

Суть проекта заключается в изучении клиентского опыта сотрудниками компании - от генерального директора, который возглавил данный проект, до обычных сотрудников и операторов КЦ. Но изучение состоит не в просмотре презентаций и отчетов, а в личном присутствии на площадках контактного центра и в филиалах компании по всей стране.

Из офисов мы вышли в поля. Пройдены клиентские пути в офисах и на площадках контактного центра Ингосстраха. Опрошены клиенты компании в Москве, Нижнем Новгороде, Санкт-Петербурге, Омске, Иркутске, Красноярске и других городах, и конечно же, в контактном центре - по всем точкам наших каналов, где есть взаимодействие с клиентами.
Клиенты и их удовлетворенность работой компании - одна из главных стратегических целей СПАО “Ингосстрах”. Именно поэтому был запущен уникальный проект IngosChallenge!

«Здравствуйте! Вы позвонили в Ингосстрах» - эту фразу услышали мы, сотрудники, оказавшись на той стороне провода. Мы не просто слушали и анализировали звонок Клиента, мы сами стали Клиентами.

Мы рассматривали и приоритизировали обращения клиентов с помощью инструментов Производственной системы. Мы запускали ГЕМБА на всех участках, создавали комнаты производственного анализа, рисовали карты потоков, выявляли и устраняли потери. Сегодня у нас в работе 62 предложения по улучшениям, созданные с помощью инструментов Производственной системы.

«И теперь абсолютно понятно, что процесс постоянных улучшений – это наше НОВОЕ ВСЕ.» (Ларкин А.С., генеральный директор СПАО «Ингосстрах»)

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

«Ingos Challenge – это возможность увидеть полный производственный цикл целиком. Это совершенной другой ракурс» (Мруз С.В., Директор Департамента Онлайн бизнеса и Развития отношений с клиентами, СПАО «Ингосстрах»).

Зачем мы решились на такие изменения? Зачем мы запустили Ingos Challenge?

Основная цель – масштабное и системное улучшение качества клиентского сервиса и гостеприимства.

Основные задачи:

- Определить ожидания клиента путем прохождения клиентского пути и проведения опросов.
- Выявить наши сильные и слабые стороны. Сконцентрироваться на улучшениях;
- Найти лучшие инструменты развития клиентоцентричности, используя все подходы и методы;
- Исследовать уровень нашей заботы, повысить общий уровень удовлетворенности клиентов, внедрив новые стандарты заботы о клиентах;
- Внедрить корпоративную культуру постоянных улучшений;
- Сделать путь взаимодействия клиента с компанией максимально комфортным, чтобы у клиента было желание сотрудничать с нами снова и снова.

Во время Ingos Challenge мы не просто занимались сбором данных для того, чтобы в перспективе их внедрить в бизнес-процессы. Вызов заключался в том, чтобы уже в процессе проекта внедрить улучшения, проистекающие на основе пожеланий клиента.

Это же практически невозможно? Мы знаем, что возможно!

В рамках Ingos Challenge мы планировали проверить на себе уровень сервиса и лично пообщаться с десятками реальных клиентов, выясняя, как именно мы можем улучшить нашу работу здесь и сейчас. И у нас получилось.

На основании проработанных нами в полях методиках мы начали волну изменений всего Ингосстраха!

3. Заинтересованные участники (стейкхолдеры) (не более 1800 знаков

с пробелами)

Ingos Challenge реализовывается в полном соответствии с ключевыми стратегическими элементами развития компании: клиент, цифра и команда. Посмотрите, это действительно так и есть. В центре всего – **клиент** и наша забота о нем. Мы слышим, какие требования выдвигает клиент в области технологий. Воплотить улучшения можно только с очень вовлеченной и мотивированной командой.

Проектная команда была сформирована буквально за часы (около 100 человек, включая всю топ-команду). Две недели на связи практически круглосуточно, обмен планами и мнениями, создание эталонов лучших практик и шкалы оценки изменений.

IngosChallenge контактного центра проходил на площадках присутствия КЦ СПАО Ингосстрах – г. Краснодар, г. Иркутск, г. Нижний Новгород и г. Москва.

Участниками такого масштабного и динамичного проекта стали **все сотрудники Департамента Онлайн Бизнеса и Развития отношений с Клиентами** от руководителя до оператора.

Представителями фронт-офисов выступали **Директора Региональных Центров** (Черноземье; Свердловская, Самарская, Иркутская, Кемеровская области, Дальневосточный и Пермский край) и Руководители филиалов (20 городов от Москвы до Петропавловска-Камчатского).

4. Подходы и решения (не более 3600 знаков с пробелами)

"***Быть в потоке постоянных улучшений – все равно что дышать. Чтобы выжить и победить, нужно делать это непрерывно.***" (Ларкин А.С., генеральный директор СПАО «Ингосстрах»)

При таком глобальном проекте как IngosChallenge важно не просто громко заявить о недостатках в системе, но и найти правильные подходы к решению выявленных проблем.

В рамках проекта мы использовали разные подходы, но основными инструментами стали **CJM (CustomerJourneyMap), ГЕМБА и обратная связь**.

В процессе изучения и построения карты клиентского пути участники IngosChallenge слушали диалоги в режиме онлайн, перезванивали клиентам, выясняя, как именно мы можем улучшить нашу работу здесь и сейчас, анализировали эмоции клиента при взаимодействии с компанией.

Все выявленные барьеры мы разделили на три категории: «Люди», «Процессы» и «Технологии». И большая часть изменений коснулась улучшений «Технологий», т.к. это позволит избежать трудностей в процессах и минимизирует количество ошибок со стороны сотрудников.

Выявленные трудности решали сразу, по факту.

ГЕМБА в КЦ позволила дополнить полученные в рамках CJM данные и не только выявить барьеры, но и сразу внедрить улучшения или поставить амбициозные цели по внедрению изменений.

Быстрые изменения (изменения, которые были внедрены в прямом эфире проекта):

- Для более эффективного исполнения функции поддержки установлены дополнительные мониторы на каждое РМ. За счет этого сократилось время на переключения между каналами обращения;
- Переработаны шаблоны ответов, при ответах в чатах/ с целью достижения большей информативности;
- Для облегчения клиентского пути сокращен перечень пунктов в IVR;
- Обновлены и переработаны скрипты операторов;
- Внедрена оценка FCR с запуском процесса поиска корневых причин низкого показателя;

- Составлена карта текущих процессов для каждой тематики обращений, выявили процессы приводящие к потерям, процессы не добавляющие ценность и процессы добавляющие ценность. Составлен план мероприятий по улучшениям;
- Внедрен отчет по аномальным событиям.

Среднесрочные изменения (срок реализации до 1 месяца)

- Пересмотр методик и программ обучения операторов;
- Оценка эффективности Базы Знаний;
- Унификация тематик в различных каналах коммуникаций;
- Получения обратной связи об удовлетворенности исполнения запроса (CSI) конкретным исполнителем по голосовому каналу и по email.

Долгосрочные изменения (доработки, требующие большего времени для внедрения)

- Технологические работы по совершенствованию внутренних целевых Автоматизированных Систем, расширяющие возможности для решения вопроса самостоятельно клиентом;
- Изменение процессов поддержки в части приоритезации задач, переключения с задачи на задачу, исполнение задачи в одно обращение.

5. Результаты (не более 3600 знаков с пробелами)

«Ingos Challenge через постоянные улучшения клиентского пути призван сделать наших клиентов счастливыми. Счастливым клиента делает возможность решить свой вопрос за максимально короткое время – в любом канале, будь то офис или дистанционный способ.» (Кареньких О.В., Начальник Управления Дистанционных продаж и обслуживания клиентов, СПАО «Ингосстрах»)

IngosChallenge это процесс непрерывных изменений и улучшений. Это новое направление развития СПАО Ингосстрах. И поэтому, главным результатом данного проекта стали сами изменения, изменения для нашего клиента и для нас.

На текущий момент **выполнен план системных улучшений**:

- Разработан единый стандарт сервиса в контактном центре и офисах компании (переход от обслуживания к заботе);
- Оптимизирован процесс продаж и сервисных операций (устранены потери; оптимизированы процессы, приносящие ценность);
- Расширен функционал сотрудников контактного центра для более быстрого решения вопроса клиента;
- Составлена тепловая карта по точкам взаимодействия с клиентом, разработаны короткие и среднесрочные инициативы по изменению;
- Автоматизированы многие процессы и технический саппорт;
- Скорректирована мотивация сотрудников, ориентированная на решение вопроса клиента;
- Расширен функционал мобильного приложения.

Дорожная карта планируемых изменений растиражирована на весь Ингосстрах. Что конкретно теперь мы делаем?

Работаем с обратной связью от внешнего и внутреннего клиента. Проведено более 200 интервью с клиентами. Каждую жалобу, предложение или благодарность мы рассматриваем как идею и возможность для улучшений. Мы систематизировали это движение, четко распределили роли и назначили ответственных. Так что ни одна мысль не уходит в песок, по каждой идет работа.

И, конечно, наши изменения чувствует и видит клиент:

- Доля жалоб на трудности с дозвоном в КЦ за 3 квартал составляет 0,6% от общего количества жалоб по данной тематике за год;
- Доля жалоб на качество консультации за 3 квартал составляет 22% от общего количества жалоб по данной тематике за год;
- Процент переводов из одного отдела в другой снизился с 36% до 21% за счет унификации навыков сотрудников и изменений процесса;
- Уровень CSI - 4,72 (+ 0,9 к июлю 2021 г).

Ещё одним результатом нашей работы и изменений в компании стали результаты независимой оценки доступности и качества предоставляемых информационных услуг контактных центров страховых компаний. Компания NAUMEN представила результаты исследования доступности и качества обслуживания контактных центров российских страховщиков в 2021 году, их активности в цифровых каналах и уровень проникновения чат-ботов и голосовых роботов.

И первое место среди страховых компаний с лучшим обслуживанием в цифровых каналах и с наивысшим уровнем доступности и FCR (97%) занял СПАО «Ингосстрах».

Исследование охватило 69 крупнейших страховых компаний в России, занимающихся обслуживанием физических лиц. Наше лидерство в данных рейтингах демонстрирует результат уже внедренных изменений, которые мы запустили во время Ingos Challenge.

Успех Ингосстраха основан на трех началах: клиент - команда - цифра. Важны все 3 без исключения.
Когда команда в теме, как вывести в digital ряд процессов, чтобы сделать общение клиента с нами максимально комфортным, стало очевидным и оперативно возможным. Многие новшества были внедрены буквально в прямом эфире проекта.

6. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Ingos Challenge стал одним из самых значимых событий в жизни КЦ Ингосстраха. Сотрудники выдвигали предложения, участвовали во встречах, круглых столах, мозговых штурмах и ГЕМБА. Каждый из нашей команды причастен ко всем изменениям, которые уже произошли или произойдут совсем скоро.

Мы не останавливаем процесс изменений, поэтому в честь Дня Рождении компании (16 ноября) был запущен конкурс среди сотрудников КЦ. По условиям конкурса сотрудник должен описать ситуацию, в которой не смог помочь клиенту по причине каких-либо ограничений, предложить вариант возможного решения вопроса(бизнес-процесса, автоматизации и т.д.). Также, каждому сотруднику необходимо было предложить 5 идей, быстрых в реализации, для облегчения клиентского пути и предвосхищения ожиданий клиента. Такими предложениями стали идеи по усовершенствованию мобильного приложения, которые позволят клиенту урегулировать убыток дистанционно, предложения по методологии процесса, дополнительные скидки на услуги компании и группы компаний ИНГО. Конкурс завершился, победители награждены, а мы уже спешим воплощать идеи и предложения.

Такой подход к развитию стал привычным в нашем контактном центре. Каждый сотрудник уверен, что, если он нашел ситуацию, в которой у Клиента с компанией могут возникнуть разногласия или клиент может остаться недовольным – нужно инициировать изменение данной ситуация. **Мы не ждем, а действуем!**

Изменения нельзя воплотить в жизнь, не зная клиентский путь, поэтому Ingos Challenge был необходим нашей компании, для того чтобы узнать и понять клиента. Услышать идеи из первоисточника.

Теперь улучшения — это постоянный процесс в Ингосстрахе и наша новая мантра. Это интересно и заводит команду, это нужно и важно для наших клиентов, и это современно! Мы в этом уверены!

Ингосстрах. Просто быть уверенным.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Кочетова
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Вероника Алексеевна
ДОЛЖНОСТЬ	Руководитель проекта