



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; #простыеибыстрыерешения
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 возможностью 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. Хотя 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 касался 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