



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №7399

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ КОНТАКТНЫЙ ЦЕНТР (до 100 рабочих мест)

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Europharma
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Шымкент
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	30
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://europharma.kz/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Контакт центр
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	https://youtu.be/A_4eMBWMPgM

ЭССЕ НОМИНАНТА

Кол-во сотрудников

30

1. Описание контакт-центра

Компания Europharma - PharmStore сеть основанная в 1996 году. PharmStore позиционируются как основные аптеки своих районов и наряду с возможностью совершать покупки в комфортных условиях предлагают востребованный ассортимент лекарственных средств с акцентом на категории Health&Beauty. Europharma лидирует в своем сегменте, а платформа europharma.kz близка к тому, чтобы стать крупнейшим в стране онлайн-оператором розничной торговли.

Контакт Центр компании Europharma был основан 2014 году и базируется в городе Шымкент.

Запуск Контакт центра начинался с:

- четырех операторов
- обслуживание в среднем до 50 звонков в день
- один канал взаимодействия

Контакт центр Europharma сейчас:

- штат сотрудников 30 человек
- в среднем 1300 - 1500 клиентских обращений за сутки
- омниканальность взаимодействия
- CRM собственной разработки
- передовое ПО Cloud Contact
- доставка в 14 крупных городах и более 200 мелких населенных пунктах
- 27 место в списке Forbes

От других Контакт центров нас отличает тот факт, что все сотрудники являются дипломированными фармацевтами и настоящими профессионалами своей сферы.

За время становления состав Контакт центра пополнился:

- Супервайзерами - которые готовы помочь в решении самых сложных задач и вопросов сотрудников, обучить настоящих профессионалов.
- группой "Онлайн Мониторинга и Контроля Качества", которая обеспечивает оптимальную доступность Контакт центра и следит за соответствием норм обслуживания Контакт центра.

Основные услуги, оказываемые нами:

- консультация клиентов,
- курьерская доставка товаров аптечного ассортимента
- бронирование товаров в аптеках.

Europharma единственная компания в своей сфере, где основной фокус направлен на Контакт центр.

2. Положительное влияние на деятельность организации

2020 год богат как на события, так и на достижения. Для Europharma данный год проходит достаточно продуктивно.

Достижения, которых удалось добиться в этом году:

- Количество заказов за аналогичный период 2020 года по отношению 2019 году дало рост на 33%.
- Сумма продаж также растет. В ежеквартальном разрезе второй квартал дал рост на 39% относительно первого, третий на 4% относительно второго, четвертый же показывает предварительный рост суммы продаж еще на 5% относительно предыдущего аналогичного периода.
- Благодаря внедрению технического решения Cloud Contact появилась возможность выявления ошибок в ходе ведения диалогов с клиентами в режиме онлайн, присоединяться к

диалогу с клиентов в лице старших менеджеров, либо в режиме суфлер дать оператору совет по исправлению ситуации.

- По завершению диалога или чата с клиентом появилась возможность измерения: удовлетворенности работой оператора (Customer Satisfaction Index) и индекса потребительской лояльности (Net Promoter Score), которые на период ноября месяца достигли показателей CSI 4,6 и NPS 34% соответственно.
- Снижена средняя длительность диалога до 109 секунд.
- Показатель SL с момента внедрения модулей мониторинга соблюдается в рамках 80%
- Ежемесячное количество клиентских обращений составляет уже более 40000, что в 2 раза больше чем 6 месяцев назад.
- Процент потерянных обращений снизился до 6
- Среднее время ответа снижено до 14 секунд
- Звонки, в ходе которых клиент завершил обращение до ответа оператора обрабатываются автоматически системой, происходит обзвон и соединение со свободными сотрудниками. Данная процедура позволяет не потерять клиента в периоды повышенной нагрузки на линии.

3. Операционная эффективность

Качественный показатель SL по итогам последних трех месяцев составляет не менее 80% звонков принятых в установленные 20 секунд времени ответа.

Доработка CRM позволила автоматизировать обработку заказов на самовывоз и части заказов на доставку посредством бота

Звонобот производит обзвон клиентов клиентов и PharmStore касательно заказов.

Оптимизация за последние 3 месяца позволила:

- сократить среднее время ответа с 60 до 14 секунд
- процент пропущенных звонков снижен с 20% до 6%

Детальная проработка диалогов позволяет лучше понимать клиентов в различные времена и подготовить специальный скрипт ведения диалога. Данная практика помогла:

- конкретизировать диалоги
- быстрее выявлять потребность клиентов
- снизить длительность диалогов до 109 секунд

В начале года данный показатель равнялся в среднем 120 секундам.

В целях оптимизации ресурсов Контакт центра была разработана и внедрена система оценивания Key Performance Indicators. Данный шаг был обдуманым и на него мы пошли после тщательных замеров, расчетов и вычислений возможных алгоритмов и ситуаций.

Как результат получена:

- справедливая система оценивания эффективности работы сотрудников как в персональном разрезе, так и понимание эффективности штата Контакт центра в целом.
- стало реальным понятие "Превосходит результат", что мотивирует сотрудников и дает стремление покорять все новые и новые вершины, улучшать свои результаты от месяца к месяцу.

При оптимизации рабочих процессов мы руководствовались учением философии KAIZEN

В рамках состава супервайзеров и экспертов были пересмотрены цели и задачи, что дало возможность выделить на первый план наиболее важные аспекты рабочего процесса.

Результатом получена положительная динамика показателей доступности

4. Инновации и креативность

Прогресс никогда не стоит на месте, так и Europharma всегда за новшества.

- Обработка заказов с самовывозом автоматизирована и производится ботом, написанным сотрудником компании. Также на данный момент бот обрабатывает часть заявок с доставкой, а это уже порядка 15% от общего количества заказов.
- Звонобот освобождает операторов от задачи обзвона клиентов и PharmStore при обработке заказа, что сокращает время обработки каждого заказа на 2-3 минуты.
- Видеозвонки повышают эмпатию клиентов и доверие к сотруднику компании.
- Функция удаленной помощи "Co-browsing" позволяет помочь клиенту сориентироваться на сайте компании.
- По проведенному анализу до 90% обращений клиента так или иначе относятся к Топу 5 наиболее популярных вопросов. Сейчас в процессе интеграции и настройки находится голосовой робот, который сможет отвечать на наиболее частые вопросы, проверять статус заказов, принимать голосовые запросы. Это позволит улучшить доступность и сделать возможной автоматизацию Контакт центра.

-
- Для поддержания здоровья сотрудников было решено приобрести дорожки для ходьбы "Walking Pad". В среднем за день общее расстояние пройденное сотрудниками равняется 40 километрам.
 - Наравне с этим появилась нестандартная идея, сделать одновременно возможными разминку и работу. В результате к дорожкам добавили специальные стойки, на них планшеты, а также оборудовали эти разминочно-рабочие места беспроводными гарнитурами.
 - Теперь если сотрудник устал работать сидя, он может сменить стул на продуктивную прогулку "с клиентом".
 - Что может быть необычного в теннисном мяче скажете вы. Он может быть отличным тренажером для моторики рук, а также довольно интересной игрушкой-антистрессом. В операционном зале установлена специальная корзина доверху набитая теннисными мячами.
 - В операционном зале установлены большие экраны, на которые выведена интерактивная

карта с персональными продажами и показателями сотрудников. Такая практика прозрачна и дает стремление к совершенствованию результата.

5. Клиентоориентированность

Предоставление качественного, комфортного и своевременного сервиса для каждого клиента является основой нашего бизнеса. Руководство компании держит руку на пульсе самых новых инноваций и методов обслуживания.

- Омниканальность. На данный момент налажены различные каналы связи с Контакт центром. Начиная от основных звонком и электронной почтой, были введены - чаты в самых популярных мессенджерах страны WhatsApp и Teleram, Вэб чат на сайте с возможностью приема письменных, голосовых и видеообращений клиентов, заказ звонка с сайта, чат поддержки в приложении.
- Каналы поступления заказов. Для удобства клиентов заказ может быть осуществлен по входящему звонку на бесплатный короткий или городской номер , через ботов в мессенджерах, через сайт, с помощью приложения.
- База знаний. Представляет собой альманах с полной информацией по аптечному ассортименту, учебные материалы и статьи для предоставления клиентам полной актуальной информации. В настоящее время содержится более 5000 статей.
- Дефектура. Это инструмент позволяющий выявлять пробелы в наличии ассортимента и давать заявку на их наполнение. В среднем за месяц обрабатывается 3000 позиций по 14 городам.
- Предзаказ. Компания предоставляет сервис по заказу медикаментов, которых нет в наличии ассортимента компании.
- Языки обслуживания. Компания проводит профессиональное обучение сотрудников английскому языку.

Персональное обслуживание:

- Обращение по имени
- Ведение статистики заказов для формирования персональных предложений
- Обслуживание и приветствие на языке, предпочтеном клиентом

Для контроля качества обслуживания используются международные методы оценки уровня сервиса:

- Customer Satisfaction Index - индекс удовлетворенности клиента качеством обслуживания оператора.
- Net Promoter Score - индекс определения приверженности потребителей компании
- First Call Resolution - процент вопросов, решенных при первом звонке

6. Вовлеченность

"Премия Адал" - это ежегодная церемония награждения отличившихся, а также показавших лидирующие результаты сотрудников в различных номинациях. В зависимости от достижений и степени присужденного звания сотрудники могут быть награждены 2-3 кратным окладом, частичной оплатой при покупке квартиры, машины, а также памятными призами в виде ювелирных изделий и наградных часов.

В целях сплочения коллектива и получения позитивных эмоций проводятся командообразующие "Тимбилдинги" с выездом на природу и иные развлекательные мероприятия.

Вовлеченный сотрудник способен ответить на вопрос: **«Зачем я это делаю?»**

Europharma стремится вести дела максимально открыто для сотрудников на всех уровнях иерархической лестницы. Каждый сотрудник знает:

- что он делает
- видит какие результаты это приносит
- вносит свой вклад в развитие и получает плоды успеха

Оплата труда представляет собой модель "оклад" и бонусная часть - процент от вклада в деятельность компании в виде сделанных продаж.

Расчет получаемого бонуса от продаж производится по системе индивидуальных KPI. Каждый сотрудник видит результаты своего труда и поощряется равно приложенным усилиям.

Удовлетворенность персонала — это показатель того, насколько сотрудники довольны своей работой. Мы применяем ежемесячную практику анонимного анкетирования в целях выявления проблемных зон, желаний, потребностей и понимания атмосферы в коллективе.

Удовлетворенность = мотивация, сотрудники стремятся участвовать в жизни компании. Благодаря чему действует проект "Голос клиента", где каждый сотрудник может оставить идею по улучшению сервиса или изменению на его взгляд не удобных процессов.

7. Лучшие практики в индустрии

Основным инструментом сотрудника Контакт центра является модуль CRM собственной разработки. Его возможности и преимущества:

- Интеграция со всеми каналами поступления заказов: сайт, телефон, Telegram, WhatsApp, KaspiShop, PharmStore
- Удобный интерфейс обработки заявок со статусами заказа
- Функционал автоматического, логического распределения заявок между операторами
- Функции фильтров дают возможность найти любой заказ быстро.
- Интеграция с кассовым софтом
- Интеграция с платежными системами
- Онлайн остатки товаров
- Автоматическая отправка в дефектуру
- Автоматическая сборка товаров

- Функция бронирования, с отображением статуса брони и забронированных товаров
- Интеграция с картами, возможность выбора адреса клиента на карте
- Подсказка зоны адреса клиента, километраж ближайшей аптеки
- Интеграция с CourierApp/Яндекс Маршрутизацией
- Индикаторы обработки заказов.
- Отправка SMS
- Автоматическая обработка заказов EU-Bot
- Отчетность по продажам операторов и времени обработки заказов
- Интерактивная карта продаж
- Тепловая карта

В работе используется техническое решение Cloud Contact от профессионала в своей сфере - компании "Bright Pattern", не раз становившейся победителем в номинациях лучшего решения для Контакт центров. (вложение награды Клауда)

Данный выбор позволил использовать:

- Персональное обслуживание
- Омниканальность
- История взаимодействия с клиентом
- Работа в "едином окне"
- Развитую отчетность
- Анализ диалогов
- Контроль доступности
- Инструменты фиксации рабочего процесса сотрудников
- Интеграция нашего CRM
- Прослушка и оценка диалогов в функционале самого ПО

Техническое решение "Мой график" позволяет:

- Фиксировать приход/уход на работу по биометрическому сканеру лица сотрудника
- Формировать и публиковать график
- Вести табель рабочих часов
- Автоматизировать отчетность по опозданиям
- Получать статистику посещаемости на Telegram

8. Итоги

Europharma никогда не останавливается на достигнутом.

В частности наш Контакт центр работает в режиме нон-стоп, количество заявок и обращений растет с каждым днем, но вместе с тем растем и наше стремление оправдывать надежды наших клиентов, улучшать клиентский опыт, предоставлять удобный и современный сервис.

Соответствовать ожиданиям клиентов нам позволяет:

- Современное и обновляемое программное обеспечение
- Омниканальная система приема заявок и обращений, в том числе обслуживание по видеовызову и Co-browsing
- Использование современных сервисов обслуживания
- Трёхязычное обслуживание (на государственном языке, разговорном и международном)
- Персональное обслуживание и скрипты
- Система оценки NPS и CS
- Налаженная модель кросс взаимодействия между Контакт центром и заинтересованными подразделениями
- Гибкая система доставки несколькими способами
- Постоянный контроль качества ведения диалогов и чатов
- Обширная база знаний

Завершить хочется фразой "Нет предела совершенству...", и мы руководствуясь данным девизом будем расти дальше.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Даусейит
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Азамат Асетуллаулы
ДОЛЖНОСТЬ	Руководитель Контакт Центра