

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №8177

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА АНАЛИТИКИ, ИЗУЧЕНИЯ И ПОНИМАНИЯ КЛИЕНТОВ

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Газпромнефть-Центр
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Санкт-Петербург
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	6
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.gazprom-neft.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Реализация и применение аналитики клиентского опыта
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

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

Комплексный анализ и управление клиентским опытом представляют собой ключевые компоненты стратегии по наращиванию лояльности к бренду и непрерывному улучшению качества сервиса, предоставляемого нашей компанией на территории РФ и СНГ. Для оперативного и точного выявления проблемных аспектов клиентского пути с 2016 года мы взяли вектор на цифровую трансформацию всего цикла работы с данными: от централизованного сбора и сведения разнородных и многочисленных источников до внедрения решений по каскадированию доступа к готовым интерактивным отчетам, адаптированных под конкретные цели и направления деятельности.

Параллельно с применением продвинутых инструментов аналитики мы осуществляем:

- обогащение данных через поддержание большого пула базовых справочников, организованных в рамках сквозной системы нормативно-справочной информации;
- совершенствование системы уникальных идентификаторов, в том числе для сведения информации по единому id-клиента и агрегации ретроспективных данных по объектам

управления;

- поддержание каталогов данных с описанием методики расчета показателей, аналитик и витрин данных, хранящихся в периметре Компании на базе системы управления данными;
- развитие и интеграцию инструментов оценки качества данных;
- формализацию и согласование четких требований с держателями внешних систем-источников в части полноты, формата, безопасности обмена и периодичности обновления данных.

В ходе реализации применяемого подхода мы прежде всего стремимся:

- увеличить скорость и качество реакции на обращения и потребности клиента;
- автоматизировать и облегчить контроль уровня и единообразия обслуживания;
- отслеживать эффективность и корректность обработки и интерпретации данных посредством вовлечения в эти процессы профильных подразделений компании.

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

Прежде всего мы обеспечиваем формирование единого информационного поля внутри компании и общего контекста компании с клиентом, для этого на постоянной основе производится:

- построение детальной аналитики обратной связи, получаемой в точках контакта с клиентом;
- сопоставления обратной связи с транзакционным потоком и результатами выполнения функционально-технических требований;
- оценка выполнения стандартов обслуживания на АЗС в разрезе критериев обязательного скрипта кассира.

Для этого на постоянной основе мы оптимизируем и автоматизируем консолидацию таких наиболее репрезентативных и содержательных источников для исследования уровня удовлетворенности качеством услуг, продуктов и цифровых сервисов как:

- обращения клиентов, регистрируемые омниканальным Единым Центром Поддержки Клиентов (голосовой и неголосовой каналы);
- оценки и комментарии по качеству сервиса после посещения АЗС в официальном мобильном приложении Сети АЗС "Газпромнефть";
- анкеты по опросам качества обслуживания, транслируемые на CRM-устройствах и дисплеях покупателей в прикассовой зоне;
- комментарии и публикации в социальном пространстве;
- внешние и внутрикорпоративные опросы для среза уровня доверия к бренду;
- оценки и комментарии по онлайн-сервисам и мобильном приложении Сети в сторсах и маркетах;
- оценки и комментарии об АЗС во внешних геосервисах.

Основной предпосылкой создания реализуемой системы аналитики стала необходимость синхронизации процессов:

1. оцифровки и транслирования «голоса клиента» на региональных руководителей, операционных менеджеров, профильные службы и продуктовые команды;
2. определения зон ответственности для каждой категории проблемных аспектов;
3. принятия управленческих решений;
4. регулярного мониторинга реакции клиентов на проводимые корректирующие мероприятия по устранению выявленных «узких мест» и «боли клиента».

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

Мы идем по пути расширения возможности клиента быть услышанным и повлиять на приоритизацию по наиболее важным на его взгляд составляющим высокого качества обслуживания. Для достижения персонифицированного клиентского опыта главным стейкхолдером изменений в подходах к изучению потребителя и операционных процессах, инициируемых в Компании, является сам **Клиент**.

Результаты релевантного анализа обращений, непосредственно связанных с функционированием каждого из наших Цифровых продуктов и IT-проектов, составляют немалую долю продуктовой аналитики и оснований для идей, включаемых в бэклог **Команд цифрового контура**.

Используемые для углубленного разбора обращений специально выделенные формы в интерфейсе операторов позволяют сотрудникам **аутсорсингового Call-центра** и **Единого Центра Поддержки Клиентов** оптимизировать время на заполнение первичных данных со слов клиента, а **подрядчику** - перераспределять ресурсы на каналы, требующие повышения уровня доступности, и избегать штрафных санкций за невыполнение SLA.

Более того, фиксируемая в специализированных полях информация используется для настройки автоматического назначения **профильных служб** - ответственных за решение проблемы и при маршрутизации тикетов к соответствующим участникам процесса обработки обращений. Так в режиме онлайн производится уведомление о наличии неисправности или ошибке в работе, благодаря чему подразделения по горячим следам могут запланировать меры по оперативной нормализации ситуации.

Конечные пользователи системы дашбордов в лице **руководителей функциональных блоков** за счет удобства и наглядности в представлении исторических данных по показателям сервиса оценивают эффективность деятельности и закладывают усиление контроля и повышенный уровень технической готовности в периоды сезонного роста клиентского потока.

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

Масштабирование процесса извлечения потенциально полезной информации из больших объемов не только системных, но и зачастую неструктурированных источников, нашло свое воплощение в подходе, базирующемся на концепции двухуровневого хранения и обработки информации: **Озеро данных (DL)+ Хранилище данных (DWH)**.

Озеро данных, как большая корпоративная база данных, адаптировано для подготовки отчетов и анализа бизнес-процессов с целью поддержки принятия решений. Хранилище данных же преобразует данные, метаданные, нормативно-справочную информацию из разнородных источников и обеспечивает доступ пользователям аналитических систем к единой версии правды. После прохождения слоев Обработки и Консолидации данные затираются в витрины, где хранятся и обновляются согласно разработанным требованиям от бизнес-заказчиков, за которыми закрепляются роли владельцев и экспертов конкретной предметной области данных.

Экстракция данных из витрин Озера возможна как через прямое подключение к **SQL-серверу**, так и с помощью **BI-инструментов**, в том числе реализованных на платформе QlikView.

Так, например, с помощью подключения к **BI-приложению или web-версии интерактивного отчета** руководитель может получить актуальную информацию о текущем уровне выполнения KPI, динамике сервисных показателей и тем срезам данных, что отслеживаются в рамках его направления деятельности. Дашборды с развернутой системой фильтров стали незаменимой альтернативой целого набора плоских Excel-отчетов. Это ощутимо снизило трудоёмкость и время

на расчет статистических срезов и справок.

Через интеграцию Озера данных с внешними системами мы **автоматизируем каскадирование показателей**, включенных в мотивацию персонала. Успешный пример настройки подобного обмена данными – реализация для управляющих АЗС и начальников территориальных участков на базе портала G-Manager **SLA-трекера и агрегирования обратной связи от клиентов** по закрепленным за руководителями объектам управления. Теперь через уже привычный для всех мобильный формат взаимодействия осуществляется оперативная коммуникация управляющих с менеджерами высшего звена. Увеличилась скорость получения и качество отчетности, дающей срез по уровню лояльности потребителей и зонам деятельности, нуждающимся в дополнительном контроле.

Личный кабинет пользователя портала организован в разрезе сервисных блоков и источников, обозначенных ранее во 2 разделе. Отдельная ветка функционала непосредственно связана с отображением пула обращений, поступивших на подведомственные пользователю регион/участок/АЗС. Помимо просмотра сути обращений у управляющих есть возможность **отправки комментариев и дополнительных материалов**, посредством чего информация сразу подгружается **в историю обработки обращения в тикетинговой системе**. В результате, минуя этап запроса сведений, региональные маркетологи и выделенные специалисты, являющиеся основными участниками обработки обращений, могут сократить время на подготовку ответа клиентам по оставленным жалобам.

В 2019 году была введена **лексико-семантическая аналитика**, заключающаяся в поддержании нескольких функций:

- определение степени эмоционального состояния обратившегося по голосовому каналу клиента;
- трекинг факта произношения слов-триггеров, присваивающих тикету; метку высокой важности (потенциально свидетельствует о повышенной угрозе потери лояльности).

Новым направлением в изучении клиентов стала разработка лексико-семантической модели для автоматической категоризации текста обращений и комментариев, поступающих к нам по неголосовому каналу.

5. Результаты (не более 3600 знаков с пробелами)

Обсуждение и разбор срезов по выполнению ключевых показателей качества обслуживания на регулярных встречах представителей профильных служб и директоров регионов с ТОП-менеджментом стало предпосылкой **утверждения внутреннего органа по контролю сервиса - ВОКС**. Цель создания данной структуры - усиление и развитие кросс-функционального взаимодействия. Стоит отметить, что участие в заседаниях ВОКС позволяет Блоку по работе с персоналом отслеживать скорость адаптации, полноту информирования сотрудников АЗС о новых активностях и эффективность обучения клиенториентированности и взаимодействию в конфликтных ситуациях.

При **разработке и автоматизации отчетности**, публично освещаемой на заседаниях ВОКС, акцент сделан, в первую очередь, на прозрачности, информативности и структурированности представления данных. С примером формата и детализации отчетности ВОКС можно ознакомиться в приложении 1.

Также мы произвели **четкую классификацию исходных причин неудовлетворенности клиентов**, и что особенно важно, если решение проблемы лежит на стыке зон ответственности. Для этого процесс обработки обращений был дополнен этапом выставления метки «первопричины»

по итогам детальной экспертизы ситуации. В рамках одного тикета предусмотрено заведение в систему до 3 первопричин. После определения «первопричины» согласно утверждённой матрице автоматически формируется перечень ответственных служб по конкретному обращению.

Для углубления анализа механизм первопричин используется параллельно с набором полей, заполняемых в момент регистрации, где фиксируются закреплённые в алгоритме тема, тематика и расшифровка тематики, присвоенные при формировании обращения.

Аналогичным образом раскладываются **оценки качества обслуживания**:

- выставленные в мобильном приложении Сети АЗС "Газпромнефть";
- выбранные при прохождении опросов на дисплеях покупателей.

Для каждой оценки ниже максимального балла клиент может выбрать предустановленный вариант причины снижения оценки и ввести свой комментарий, а в мобильном приложении еще дополнительно прикрепить фото.

Подобная категоризация совместно с тестируемой моделью лексико-семантического анализа легли в основу группировки обращений по широкому набору признаков, что помогает назначать ответственных и дополнять карту корректирующих мероприятий.

Высокие требования к корректности транслируемой на бизнес-пользователей информации были применены для **создания системы проверок качества данных**. С внедрением модели по выявлению факта наличия «плохих» данных стало возможным:

- оперативное осведомление владельцев данных, с какими именно источниками неполадки и как это повлияет на связанные процессы;
- немедленное устранение проблемы в данных, что может повысить качество связанных бизнес-процессов;
- повышение скорости анализа причин сбоев для широкого спектра консолидируемых данных.

Комплексный подход к сбору и анализу данных по обратной связи влияет не только на качество обработки и учета в нашей работе жалоб и пожеланий клиентов, но и оказывает ощутимый эффект на результат деятельности. Совершенствование реализуемой системы аналитики обеспечивает своевременность реагирования профильных служб, что нашло отражение в стойкой

положительной динамике сервисных SLA:

- увеличение уровня NPS с 84,1% до 86,7% с начала 2021 года к ноябрю;
- двукратное снижение количества обращений с исходной проблемой в зоне ответственности функциональных подразделений компании;
- рост средней оценки визита на АЗС в мобильном приложении по пятибалльной шкале на 0,13 единиц;
- сокращение на 35% количества жалоб на качество обслуживания в расчете на 10 тысяч транзакций.

6. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Почему мы уверены в эффективности описанного подхода? Благодаря сквозной аналитике клиентского пути по всем точкам продаж мы отслеживаем результат работы и усилий, приложенных каждым конкретным участником операционной деятельности. Клиент же, будучи услышанным, получает отклик на свой запрос.

Инициированные улучшения позволяют сделать наши сервисы более гибкими и адаптировать

процесс обслуживания под специфику и ожидания целевой аудитории.

Обеспечение доступа к расширенным интерактивным отчетам для представителей функциональных подразделений и продуктовых команд оптимизирует время и затраты на диагностику источников проблем.

Так высокий уровень автоматизации и сплоченный омниканальный опыт по сбору и анализу обратной связи приближает нас к переходу от прогностической к предиктивной аналитике, при помощи которой идентификация всего спектра негативных факторов и раскрытие новых возможностей развития будут осуществлять еще до инцидента и поступления обращения.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Дробышева
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Анастасия Сергеевна
ДОЛЖНОСТЬ	Главный специалист по развитию и контролю сервиса