



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №9397

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ ЦИФРОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (с поддержкой операторами)

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Банк ВТБ, КЦ СМБ
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Барнаул
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	164
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	http://vtb.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Команда поддержки цифровых каналов
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

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

«Всегда давайте клиентам больше, чем они ожидают получить» - Нельсон Босвелл.

Небольшая предыстория.

В 2021 году банк ВТБ создал для юридических лиц совершенно новый, инновационный программный продукт, который пришёл на замену сразу 5 разным онлайн банкам.

Клиентов переводили в новую систему не одномоментно, а частями, тем не менее трафик входящей линии при каждой волне миграции увеличивался более чем в 2 раза. Новый интерфейс, обновленные сервисы и, во многом, неограниченные возможности нового интернет-банка вызывали большое количество вопросов.

Во время первых этапов миграции мы провели анализ текущей ситуации – доля вопросов по новому интернет-банку, поступающих на входящую линию, доходила до 40%. Опираясь на результаты, поставили задачу – помочь максимальному количеству клиентов быстрее освоиться в новой системе и решить технические вопросы, не отходя от своего компьютера.

Внедрение интерфейсных подсказок помогло покрыть 80% вопросов. Если клиенту не хватило

подсказок - в ВТБ бизнес был создан сервис «Помощь», который представлял собой свод инструкций по использованию нового интерфейса, при этом клиент может выбрать удобный формат справки: фото, видео, текст.

На тот случай, если клиент не смог решить свой вопрос самостоятельно или же ситуация требовала вмешательства технической поддержки, в ВТБ Бизнес был внедрён уникальный банковский сервис «Документы свободного формата» (ДСФ). Данный сервис позволил клиенту решить любой вопрос через Интернет-банк просто написав сообщение, которое оперативно обрабатывали операторы контактного центра, сотрудники офиса или специалисты зарплатного проекта в зависимости от выбранной тематики письма клиента.

Благодаря внедрению этих инструментов, количество вопросов на входящей линии стало сокращаться.

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

Бизнес цель, которой вдохновлялась наша команда – создание современных сервисов, способных помочь клиенту комфортно, оперативно и эффективно решить любой вопрос, связанный с интернет-банком.

На этапах разработки самостоятельного сервиса «Помощь» и функционала «Документы свободного формата» учитывался тот факт, что долгое время клиент-юридическое лицо мог обращаться в банк только по 3 каналам – позвонить на входящую линию, написать в чат или на электронную почту. При этом круг вопросов, решаемые в этих каналах был настолько узким, что в 50% случаев результатом коммуникации была необходимость личного обращения в офис. Перед командой стояло несколько задач:

- Распределить часть потока обращений со входящей линии на оффлайн каналы (Service Level – на уровне 70% и более);
- Предоставить клиенту возможность дистанционной отправки документов в банк через безопасный канал;
- Оперативно решить технический вопрос при обращении клиента;
- Помочь клиенту эффективно работать с зарплатным проектом;
- Пересмотреть действующие и реализовать новые процессы внутри банка опираясь на обратную связь от клиента;
- SLA на уровне 100% (все обращения клиента в интернет-банке должны быть решены в установленный целевой срок);
- Оперативно оптимизировать и обновлять программное обеспечение для удобства пользования сервисом со стороны оператора и со стороны клиента.

Реализовав поставленные задачи на 100%, мы перераспределим большую долю обращений в цифровые каналы и сократим количество обращений на входящую линию. Для бизнеса это дешевле, чем обработка голосовых обращений, для клиента это возможность не тратить своё время на ожидание оператора входящей линии и не отвлекаться от своих дел.

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

В запуске новых проектов в первую очередь было заинтересовано руководство Департамента

Корпоративного Цифрового Бизнеса, так как инновационный продукт (на рынке во многом однотипных услуг) значительно влияет на имидж банка и предоставляет комфорт клиенту, что напрямую влияет на удовлетворенность. Внутри департамента взаимодействовало несколько команд различных управлений. О каждом из них далее:

- Управление «Интернет-банк» заинтересованы в решении проблем при работе сервиса – как со стороны клиента, так и со стороны оператора, а также в сборе обратной связи от пользователей и операторов для последующих обновлений и организации эффективной работы.
- Управление «Мобильный банк для бизнеса» активно работает в направлении улучшения работы в том числе мобильного сервиса «Документы свободного формата» и «Помощь», оперативно обновляют сервис, исходя из потребностей клиента.
- Управление «Развитие контактного центра» - это прежде всего команда профессионалов, операторы контактного центра, которые находятся «на передовой» и являются первоисточником получения обратной связи, каждый день помогая тысячам клиентов решать свои вопросы.

Отдельно отмечу, что польза от новых сервисов отразилась не только на клиентах, но и на коллегах из Департамента регионального корпоративного бизнеса и напрямую коснулась специалистов офиса, взаимодействуя с которыми мы выстроили четкие правила коммуникаций между разными структурными подразделениями и продолжаем поддерживать бизнес связи, ежедневно оттачивая свои процессы до идеала.

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

Для клиентов-юридических лиц традиционным и привычным каналом взаимодействия с банком при возникновении технических ошибок выступала электронная почта – оператор контактного центра на основании письма клиента формировал обращение в службу поддержки пользователей. Подать документы или обсудить вопрос с офисом клиент мог только при личном визите в отделение.

20 сентября 2021 сотрудники контактного центра приняли первое сообщение от клиента в новейшем сервисе «Письма в банк» (или ДСФ – Документы Свободного Формата). Ключевыми особенностями нового функционала являются:

- **Оперативность** – самый быстрый ответ на письмо клиенту предоставлен в рекордные 30(!) секунд.
- **Безопасность** – все взаимодействие происходит внутри интернет-банка.
- **Удобство** – чтобы написать письмо, клиенту не нужны сторонние сайты, почта или другие программы, а в обращении уже будут предзаполнены все необходимые данные для аутентификации.
- **Простота** – для отправки сообщения требуется всего 3 (!) клика.
- **Гибкость** – создать или посмотреть сообщения может любой пользователь, зарегистрированный в интернет-банке.
- **Многофункциональность** – в зависимости от выбора тематики обращения, клиент попадает в один из каналов – техническая поддержка (операторы контактного центра), зарплатный проект (центр обработки реестров) или сотрудники обслуживающего офиса.

С появлением сервиса оператору не нужно определять к какому офису прикреплен клиент, искать контакты менеджера, писать клиенту, что его запрос перенаправлен в офис. Клиенту не нужно ждать, когда менеджер возьмет запрос в работу – переслать письмо в отделение банка можно нажав на кнопку «Переслать» - офис клиента определяется автоматически.

В Банке выстроена отлаженная система коммуникаций, благодаря которой команда развития продукта оперативно информирует для оптимизации. За один год существования сервиса ДСФ:

- Добавлена возможность быстрого перехода к самому раннему сообщению в беседе,
- Операторы могут видеть, что обращение уже обрабатывается, что исключает двойную работу по одному и тому же кейсу.
- Возможность отправлять клиенту вложения.
- Фильтры обращений по тематикам обращения.
- Создана удобная отчётность, благодаря которой можно увидеть статистику обращений клиента в любой из каналов.
- Реализованы прямые гиперссылки, при нажатии на которые клиент сразу открывает новое обращение с уже выбранной тематикой, что активно используют в работе операторы чата, а сотрудники входящей линии при использовании смс-помощника.

Тем временем команда развития продукта представила ещё один сервис – «Помощь» – самостоятельный бесконтактный канал взаимодействия клиента с банком по типовым вопросам работы Интернет-банка. Сервис является «живым» организмом, который постоянно совершенствуется и пополняется – на основе статистики, собранной с входящей линии, чата, почты.

Операторы принимают активное участие в рабочих группах по наполнению раздела «Помощь», а также в продвижении функционала среди клиентов. В скрипты Контактного центра были добавлены соответствующие речевые модули, составлены смс-шаблоны со ссылками на необходимые разделы сервиса, которые оператор может отправить клиенту во время диалога. Операторам офф-лайн каналов в электронную подпись добавили навигацию на «Помощь» с описанием преимуществ сервиса. Слаженными действиями всех отделов Контактного центра удалось презентовать новый сервис без малого 100% клиентов.

5. Результаты (не более 3600 знаков с пробелами)

За один год мы проделали огромный путь по становлению сервисов дистанционного взаимодействия с клиентом как надежного и привычного канала обращения в банк.

В совокупности новые сервисы во время миграции клиентов позволили:

- повысить продуктивность каждого сотрудника более чем на 20%;
- сократить время ожидания ответа оператора для клиента;
- перераспределить более 25% нецелевого входящего потока однотипных звонков на цифровые сервисы.

Благодаря плотному вовлечению в работу каждого специалиста контактного центра, нам удалось показать впечатляющие результаты:

- Наполняемость раздела «Помощь» - при активной поддержке операторов за один год количество статей увеличили более чем в 4 раза;
- Популярность «Помощи» - большинство скриптов сотрудников входящей линии заканчивались рассказом о сервисе «Помощь» - во многом поэтому посещаемость увеличивается практически в геометрической прогрессии – если в декабре 2021 года сервисом воспользовались 16 тыс раз, то за июль 2022 года число посещений составило уже 76 тыс!;
- Популярность сервиса «Письма в Банк» - за год существования клиенты написали более чем 380 тыс обращений в контактный центр, в обслуживающий офис и отдел зарплатного

проекта. С начала существования сервиса, среднее количество уникальных обращений в месяц увеличилось в 26 раз. Вся аналитика явно показывает нам, сервис стал для клиента привычным каналом коммуникации с банком.

Каждый оператор обработки цифровых каналов заинтересован в своей работе, чувствует себя комфортно и готов в любое время помочь клиенту с решением вопросов, о чем говорит % оттока за год, находящийся на уровне 0%.

Эффективность работы операторов, обрабатывающих не голосовые каналы, в цифрах:

- Средняя продуктивность оператора (количество обработанных обращений в час) - 110%, со старта работы сервиса целевое значение для оператора удалось увеличить в 2 раза;
- Доля обработанных обращений в целевой срок – ежемесячно 100% клиентов получают ответ в течении 24 часов, мы стремимся быть как можно более эффективными. Мы прорабатываем внутри новые процессы и оптимизируем старые, благодаря чему удалось увеличить продуктивность в 3 раза;
- Качество предоставления сервиса - оценка оператора отделом контроля качества – 100%, мы предоставляем клиенту исключительно качественный сервис, полагаясь на свой профессионализм и экспертность.

Для проверки удовлетворенности клиента цифровыми каналами, мы, в качестве пилотного проекта, запустили в электронной почте опрос по оценке качества консультации оператора и получили ожидаемые цифры – средняя ежемесячная оценка 4,89. Это ещё раз подчёркивает важность и эффективность новых сервисов и подтверждает, что мы идём по правильному пути.

Новая технологическая система позволила повысить скорость процессов и обеспечить гибкость внедрения изменений.

6. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

С самого основания Нового Интернет-банка перед командами стояла цель сохранить качество и оперативность консультаций даже во время пиковых увеличений объёма обращений на входящей линии.

Благодаря четким действиям каждого, нам удалось достигнуть поставленных целей и дать клиентам такую экосистему, которую они готовы рекомендовать своим партнерам, о чём говорит результат опроса удовлетворенности клиента при обращении на горячую линию

Мы стали ближе к нашим клиентам, написать в банк можно из любой точки России – как через интернет-банк, так и через мобильное приложение. И клиенты активно пользуются этим – популярность сервисов увеличивается, буквально, каждую неделю.

Мы не планируем останавливаться на достигнутом, следим за трендами, прислушиваемся к мнению клиентов, оперативно реагируем на поступающие обращения, взаимодействуем с продуктовыми командами, улучшаем и упрощаем работу в интернет банке и мобильном приложении.

Мы видим плюсы новых сервисов и строим планы на будущий год:

- улучшение продуктивности сотрудников за счёт оптимизаций программного обеспечения;
- миграция 100% клиентов с канала e-mail в более безопасный – «Письма в банк»;
- оптимизация клиентского пути при обращении в техническую поддержку банка;
- повышение лояльности путем создания новых принципов обслуживания клиентов;
- запуск опроса удовлетворенности клиента оператором в канале «Письма в банк» Интернет-

банка;

- увеличение продуктовой корзины действующих клиентов за счёт продвижения небанковских сервисов через цифровые каналы.

Сотни тысяч клиентов оценили качество, удобство и эффективность наших сервисов. Это значит, что мы выбрали верный вектор движения и развития, ведь как сказал Нельсон Босвелл:

«Всегда давайте клиентам больше, чем они ожидают получить».

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Долгих
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Денис
ДОЛЖНОСТЬ	Евгеньевич