



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №7108

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ АУТСОРСИНГОВЫЙ ПРОЕКТ, ПАРТНЕРСТВО

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	CallTraffic
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Чебоксары, Тольятти, Казань
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	2000
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.calltraffic.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Проект CallTraffic и Пятёрочка
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Краткое описание

Текущий 2020 год характеризуется повышенной потребностью клиентов в дистанционном получении информации, услуг и продукции. Объем коммуникаций на рынке B2C и в рамках поддержки различных социальных сервисов вырос более, чем на 30%. При этом, в карантинный период, потребители стали более требовательными к каналам и качеству дистанционного обслуживания. Задачи обеспечения омниканальности, бесшовности и единства процессов при взаимодействии с клиентами стали ключевыми для удержания и повышения лояльности клиентов в условиях общего падения покупательской способности населения.

В условиях карантина, в ритейле сервисная «обвязка» стала для клиента одним из приоритетных параметров принятия решения о покупке, преобладающим даже над розничной ценой продукта. Организации, традиционно осуществлявшие продажи через торговые точки, начали экстренно развивать дополнительные направления: программы лояльности, интернет-магазины, заказ товаров по различным каналам, партнерство с централизованными службами доставки и выдачи заказов, собственные службы доставки.

Для CallTraffic ускоренная трансформация ритейла ознаменовалась целым комплексом проектов, масштабной ИТ разработкой и внедрением новых решений, срочным запуском новых площадок под потребности одной из самых крупных федеральных торговых сетей -«Пятёрочка».

Исторически, нашими функциональными заказчиками были Департаменты Клиентского сервиса,

Лояльности и ИТ. ИТ служба напрямую взаимодействовала с нашей командой разработчиков по задачам интеграции и настройки ИТ инструментов, которые на правах внешнего доступа использовались нашими операторами.

2. Цели и задачи

Техническая разобщенность систем приводила к высокому уровню стресса у операторов - при работе в трех разных системах одновременно, и у клиентов - из-за длительного ожидания решения своего вопроса. У Заказчика появилось понимание необходимости объединения данных, так как зачастую инциденты взаимосвязаны и являются продолжением одного и того же запроса для эффективного разрешения конфликтных ситуаций и управлению лояльностью, обращения нужно прорабатывать комплексно, например, в случае претензий по качеству товаров или обслуживания в магазине, можно сразу компенсировать клиенту полученное неудобство бонусными баллами на карту лояльности.

Клиентам требовалась прозрачность и скорость сервисов. Менеджменту Заказчика - единство и непротиворечивость данных, удобная комплексная аналитика и отчетность. Контакт-центру - технически упростить громоздкий алгоритм работы, чтобы операторы не уставали и не выгорали, быстрее достигались требуемые значения показателей уровня качества. Так возникла идея создания CRM системы - общей оболочки для объединения функционала в системах Пятерочки, интегрированной с нашей платформой Контакт-центра в формате «единого окна».

Таким образом были сформированы основные цели:

- Обеспечить прозрачность и скорость получения информации для клиента
- Сформировать единую базу данных и отчетность для Заказчика
- Упростить работу оператора в «одно окно».

Задача включала участие в разработке новой единой CRM системы Пятерочки и её интеграцию с панелью операторов SoftPhone, с удаленным управлением рабочими местами операторов, обменом данными между 2-мя системами в режиме реального времени и передачей статистических данных между системами. Благодаря слаженной и практически синхронной работе ИТ служб и менеджмента компаний, проект удалось реализовать всего за 7 недель.

3. Добавленная стоимость/ценность от партнерства

Интеллектуальный вклад CallTraffic в развитие инфраструктуры Заказчика сложно оценить в денежном эквиваленте, он не ограничивается периодом разработки - наши специалисты и сейчас активно участвуют в отладочных процессах, постоянно находясь на связи с коллегами из Пятерочки. Контакт-центр подтвердил свое намерение и возможности совместно и долгосрочно работать в формате полноценного партнерства, разделив ответственность с заказчиком. Пятерочка вкладывала в разработку и внедрение CRM системы на своей стороне, CallTraffic осуществлял интеграцию систем и разработку ПО со стороны контакт-центра за счет собственных средств. Ответственный подход и открытое взаимодействие обеспечили качественный результат и заложили основу дальнейшего доверительного, долгосрочного сотрудничества.

Интеграция и настройка обмена данными - это трудоемкая и ресурсоемкая задача, требующая соответствующих компетенций со стороны менеджмента и ИТ контакт-центра. Преимуществом стало то, что CallTraffic, работает на собственной платформе EzCom, поэтому способен в

кратчайшие сроки и без дополнительных затрат доработать ПО в соответствии с новыми требованиями. Такая гибкость и глубокая интеграция делает нас значимым звеном в бизнесе заказчика. Заказчик нам доверяет, передает часть полномочий собственных специалистов нам для оптимизации внутренних бизнес-процессов.

Операторы могут компенсировать клиентам неудобства и закрыть претензии баллами на карту лояльности в режиме онлайн, без задержек, расследований и согласований. Для этой модели были разработаны алгоритмы, произведена категоризация тематик обращений, по которым осуществляется компенсация и зафиксированы суммы компенсаций в зависимости от критичности жалобы.

Проявленное доверие принесло существенный экономический эффект: выручка по таким клиентам выросла в 3 раза. Удовлетворенность клиентов тоже повысилась. Уровень NPS среди них вырос на 15 пунктов, эти клиенты в 3 раза чаще стали посещать магазины, средний чек по ним вырос в 2 раза.

Также в помощь операторам был внедрен бот «Юля» на базе голосового меню IVR. Сейчас бот решает типовые вопросы клиентов, помогает провести активацию, дедупликацию карты, проверить баланс, произвести блокировку в случае утери без участия сотрудника. Доля в общем объеме обращений на горячую линию «Пятерочки», которую берет на себя «Юля», составляет почти 30%.

Эти решения совокупно помогли снизить нагрузку на контакт-центр, минимизировать число перезвонов, что снизило расходы Заказчика по проекту на 20%. Положительное влияние отразилось на результативности решения вопросов клиентов и их лояльности. Так, FCR повысился на 15 пунктов, индекс удовлетворенности CSAT вырос на 5 пунктов, а CDSAT снизился на 3 пункта.

По итогам интеграции, операторы получили максимально удобный интерфейс для работы в системе, который сами помогали разрабатывать на стратегических сессиях с заказчиком и тестировали на этапе разработки. В процессе создания интегрированной среды, фокус-группы операторов подключались к системе, выполняли тестовые алгоритмы и оставляли свои комментарии о том, насколько понятно и удобно пользоваться, быстро находить нужную информацию, как и где лучше отобразить инструменты, какие цвета наиболее комфортны для восприятия. Таким образом, операторы заранее знали и поддерживали грядущие изменения, ощущали свою сопричастность и искренне помогали разработчикам. Большинство из них являются приверженцами Пятерочки, проявляют активность и вносят предложения по оптимизации - более 50% операторов хотя бы 1 раз вносили предложения на «Фабрику идей», более 30% - работают на проекте уже более года.

4. Результаты

Новая CRM система не просто объединила разрозненные данные и функционал отдельных систем, но и дала возможность оптимально выстроить работу по разным проектам в едином интерфейсе, и даже перемещать операторов между отдельными направлениями внутри проекта. Например, в этот комплекс вошли две линии поддержки клиентов, организованные на базе CallTraffic:

Благодаря успешному совместному переводу проектов Пятерочки в единую информационную среду, в 2020 г. заказчик передал в CallTraffic еще одно ключевое направление взаимодействия с клиентами - мессенджеры. Этот канал был сформирован с нуля в новой интегрированной CRM по принципу омниканальности- единого коммуникационного поля и общей истории взаимодействия с каждым клиентом по всем каналам и тематикам обращений. Поддержка мессенджеров

интегрирована в панель операторов для обработки обращений параллельно с голосовыми сервисами и передача данных в системы заказчика осуществляется посредством единой информационной среды. В дальнейшем, по итогам первичного накопления и анализа данных, это позволит максимально эффективно формировать персонализированные спецпредложения, основываясь на клиентском опыте каждого покупателя в отдельности.

Результаты реализации проекта:

- Рост индекса удовлетворенности клиентов CSAT на 5 пунктов (с 85 до 90%)
- Снижение индекса неудовлетворенности CDSAT на 4 пункта (с 5 до 1%).
- Рост индекса вовлеченности персонала eNPS на 6 пунктов (с 86 до 92%)
- Сокращение времени обслуживания АНТ на 10% (с 230 до 207 сек).

На рубеже 2019 -2020 гг. Пятерочка успешно запустила два новых направления по доставке товаров, предвосхитив кризисную ситуацию второго квартала 2020 года. В период карантинных мер они прошли «проверку боем» и сразу стали пользоваться особенно большим спросом у клиентов. Эти направления являются обособленными бизнес-юнитами Пятерочки и на данный момент обслуживаются нашими операторами отдельно от основной поддержки клиентов и программ лояльности. Но учитывая общую тенденцию к созданию разветвлённых экосистем под единым зонтичным брендом, эти направления являются следующими в очереди на подключение к интегрированной среде новой CRM системы. И наши ИТ-разработчики, и проектная команда Контакт-центра уже готовятся к новому этапу внедрения. Удовлетворенность сервисами онлайн-заказа, доставки и получения заказов напрямую влияет на репутацию общего бренда и лояльность клиентов к торговой сети Пятерочка в целом.

5. Итоги

Идея объединения совокупного функционала автоматизированных бизнес-систем в единую оболочку позволила обойтись без дорогостоящей и длительной доработки интерфейса и закупки иностранного программного решения, которое требующего постоянных вложений.

Фактическая обработка данных, аналитический аппарат и формирование отчетности остались в ведении уже внедренных ранее систем, но при этом появилась удобная среда с эргономичным и гибко настраиваемым интерфейсом, который снимает сложности взаимодействия с системами для пользователей на всех уровнях: сотрудников магазинов, менеджмента и аналитиков, специалистов по клиентскому сервису и операторов контакт-центра.

В результате перехода на единую систему ресурсы операторов высвободились на дополнительные интеллектуальные задачи, аналитические функции без увеличения бюджета Заказчика.

Упростилась и уменьшилась стоимость масштабирования направлений внутри проекта, сократилось время обработки обращений и повысились качественные показатели обслуживания клиентов.

Внутренние бизнес-процессы и затраты оптимизируются за счет передачи полномочий специалистов Пятерочки сотрудникам контакт-центра, а также благодаря постоянному комплексному анализу и оценке качества обслуживания в каждой точке взаимодействия с клиентом.

CallTraffic приобрел статус стратегического партнера федеральной торговой сети «Пятерочка», стал опорой для комплексной поддержки одной из первых российских экосистем в ритейле.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Михайлова
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Лариса Владимировна
ДОЛЖНОСТЬ	Операционный директор