



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №7494

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШАЯ ЦИФРОВАЯ КОМАНДА взаимодействия с клиентами по цифровым – не голосовым каналам доступа

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Билайн
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Нижний Новгород
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	550
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	http://beeline.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Команда обслуживания клиентов в социальных сетях
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	https://youtu.be/_a5FPSQmkk

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Краткое описание команды

Мы – команда по обслуживанию клиентов Билайн в социальных сетях.

Мы решаем вопросы, которые клиенты задают нам в соцсетях и помогаем тем, кто просто упомянул Билайн, не обращаясь к нам напрямую.

Мы отвечаем как в официальных сообществах Билайн в Facebook, ВКонтакте, Одноклассниках, Twitter, Instagram, так и в прочих пабликах и на страницах клиентов, а еще на маркетплейсах, Youtube, Livejournal, Pikabu и Otzovik. Мы охватываем большинство мест, где клиент может поделиться своей болью. **(Инфографика, сл. 2)**

Мы всегда рядом. Достаточно просто написать «Билайн» на любой открытой странице и через несколько минут на помощь придет опытный сотрудник, который вежливо и быстро все разрешит.

В команде 40 человек и два руководителя – Эля Демидова и Влад Ясенев. Мы работаем удаленно, наши ребята живут в Нижнем Новгороде, Твери, Саратове, Перми, Санкт-Петербурге и еще

нескольких уголках России. Кстати, локация никак не влияет на качество работы. Мы общаемся в едином ключе, и все сотрудники имеют одинаково высокую квалификацию.

К нам может прийти любой клиент: мобильной связи или домашнего интернета, B2C или B2B, и получит решение. Мы знаем и умеем все.

Мы называем свою работу суперсервисом, и дальше вы поймете, почему.

2. Положительное влияние на деятельность организации

Глобальная цель Компании – стать самым любимым оператором. А стратегия сформулирована кратко и всем известна – «Просто. Удобно. Для тебя». Но за этой короткой фразой скрыт огромный труд множества команд, синергия их взаимодействия и строгое следование ценностям.

Написать в соцсети – это очень просто. Получить там же ответы на все вопросы – очень удобно. Чутьочку больше полюбить своего оператора после ответа – реально!

Работа в публичном пространстве по умолчанию предполагает не только помощь клиентам, но и влияние на имидж. Как показывает себя Билайн, отвечая на вопросы прилюдно, такое отношение аудитории он и заработает.

С этой задачей мы отлично справляемся. Множество крупных и мелких конфликтов мы гасим, не дожидаясь их разгорания в огромный пожар. Мы работаем с крупными блогерами, селебрити, чиновниками, топ-менеджерами различных компаний, прекрасно зная, насколько высок уровень их притязаний и какой эффект может вызвать одна-единственная сториз в инстаграме.

В приложении «Мы и Клиент» покажем пару примеров успешно разрешенных вопросов.

Ах да, чтобы тебя любили в Интернете, нужно уметь не только классно разругивать. Иногда требуется оказаться в нужное время в нужном месте с правильным комментарием. И это мы тоже покажем)

3. Операционная эффективность

Весной 2020 года мы внимательно посмотрели на то, как работаем, и решили, что хватит нам быть хорошей поддержкой. Нужно стать лучшей!

Мы пересмотрели множество процессов, чтобы наш саппорт стал передовым. Мы провели много времени, анализируя наши результаты, изучая наши сильные стороны и определяя зоны роста. А еще мы подсмотрели за тем, как работают коллеги из других телеком-компаний, внимательно почитали их ответы на публичных страницах и в итоге наметили основные цели:

Первое, что нужно было сделать – сократить время реакции на сообщение клиента. Мы оптимизировали схемы обслуживания, поработали над приоритезацией задач и за несколько месяцев втрое уменьшили среднее время ожидания! В 1 квартале 2020 оно составляло 47 минут, а в 3 квартале – 18! Отметим, что это реакция не только на поступившие на официальных площадках обращения, а вообще на все – даже там, где нашего ответа никто и не ждал. Мы продолжаем работу над улучшением доступности. Наша большая цель – уложиться в 15 минут и закрепить этот результат. **(Инфографика, сл. 4)**

Второе: в погоне за доступностью не должны пострадать показатели качества.

Мы измеряем качество консультаций процентом ошибок в диалогах. В 1 квартале 2020 это было

8,85%, а в 3 квартале – 8,64%. Не только не уронили, но даже и немного сократили! К 92 диалогам из 100 нет никаких замечаний, а в оставшихся 8 большинство ошибок не влияют на клиента.

(Инфографика, сл. 5)

Третье: поток обращений растет, сейчас мы принимаем от 25 до 28 тысяч обращений в месяц, и это примерно на 14% больше, чем в прошлом году **(Инфографика, сл. 3)**. С этим нужно справляться без запинок, учитывая возможные всплески во время крупных маркетинговых запусков или совершенно неожиданные инфоповоды вроде популярных детских флешмобов. Ниже поясним, что это:)

Мы анализируем диалоги и всегда задаем себе вопрос: а что еще клиент может спросить? Исходя из этого, ответ формируется исчерпывающий. Тактика такого подхода хорошо видна в росте показателя FCR. На примере самого массового канала – ВКонтакте – его динамика следующая: 1 квартал 2020 – 58,4%, 3 квартал – 64,6%. 6,4 п.п. за полгода на фоне прочих изменений – это заметно! **(Инфографика, сл. 5)**

А что же случилось со скоростью обработки обращений? Давайте смотреть.

618 секунд в среднем мы тратили на решение вопроса клиента в 1 квартале. 596 – в 3 квартале. Поставленная цель – 596 секунд. Мы справились! **(Инфографика, сл. 5)**

Мы совершили большой рывок в KPI. Есть чем гордиться :)

4. Инновации и креативность

В текущем году мы многое пересмотрели в своей работе.

Так, прежняя схема работы с уведомлениями не давала нам возможность реагировать на них онлайн.

Как было:

Каждый час мы получали выборку упоминаний Билайн в интернете, дополнительно фильтровали ее, дежурный распределял ссылки между ответственными за площадки, ответственные обрабатывали эти запросы. Неудобно и очень долго.

Как стало:

Мы начали использовать YouScan. Это платформа, которая индексирует и фильтрует упоминания в режиме онлайн. Сотрудник получает запрос в работу практически мгновенно с момента публикации записи. Бонусный эффект: количество релевантных упоминаний, принятых в работу, увеличилось. Мы видим больше вопросов и помогаем большему числу клиентов еще быстрее.

(Инфографика, сл. 6)

Это серьезно улучшило показатели доступности в «обычные» дни. Но также нужно было решить проблему пиков. Проблема была в том, что далеко не всегда можно спрогнозировать всплески обращений, инфоповод может появиться из ниоткуда, обрушить канал и так же быстро испариться. С этим, пожалуй, сталкиваются все крупные social media саппорты.

Так, одно время были популярны флешмобы. Как правило, это случается летом. В каком-то паблике появляется идея начать писать разным брендам интересные вопросы не по теме, слать постиронические картинки и так далее. Или кто-то пустит «дезу», что у Билайна появились свои стикеры ВКонтакте. Такой «взрыв» может принести тысячи обращений в день.

Мы нашли вариант страховки от всплеска по любому инфоповоду.

Сначала мы опросили коллег из поддержки чата и со второй линии обслуживания, кто хотел бы помогать в отработке личных сообщений ВКонтакте. Это самый крупный и наиболее близкий к чату канал. Сами удивились результату — собрали около сотни откликов))

Потом мы отобрали несколько десятков специалистов и провели им сокращенное обучение по работе в соцсетях, и у нас появился резерв на любые случаи. Теперь мы, наблюдая рост очереди, сразу связываемся с отделом онлайн-мониторинга и просим помощь. Соцсети – приоритетный канал, и ресурсы для нас находятся всегда. Так мы делаем сразу два нужных дела: держим свою нагрузку и даем полезный функционал коллегам, если у них образуются простои.

А на самый экстренный случай мы припасли пару-тройку схем, которые мы можем использовать, если что-то совсем грандиозное случится. Мы пока обходимся без них, но они всегда доступны. Так спокойнее)

А теперь опять к цифрам:

В июле 2019 года мы приняли примерно 25000 обращений со средним временем ответа 189 минут. В июле 2020 года мы приняли 26000 обращений со средним временем ответа 17 (семнадцать) минут!

Вот что значит учиться на своем же опыте!

Пересмотру подверглись и все схемы эскалации. Мы выделили специальные очереди, куда отправляем задания для второй линии, чтобы с клиентом связались и провели диагностику либо отработали претензию. Эти задания имеют повышенный приоритет. Так, весной сложные запросы клиентов Домашнего интернета решались в среднем за 20,6 часа, а в 3 квартале – за 5,4 часа, и это с учетом того, что ночью клиентам не звонят.

5. Клиентоориентированность

Социальные сети – это пространство, где боль клиента видна издалека. Одна жалоба может разлететься по разным уголкам Сети, попасть в сторис к тысячам человек, появиться на профильных сайтах и вызвать интерес СМИ. Мы просто не имеем права быть равнодушными, и каждый из нас верит в то, что делает.

Любая заминка вредит клиенту и репутации Билайна. Поэтому соцсети работают по-особенному. Мы видим все, что происходит в медиапространстве.

Мы приходим, если кто-то пожаловался и искренне интересуемся деталями, чтобы помочь. Если нужно обратиться к автору поста в личные сообщения с собственного аккаунта – мы это сделаем. А собрав необходимые данные, мы приступаем к решению вопроса, и закроем обращение только тогда, когда проблема будет улажена.

Мы следим за всеми клиентскими кейсами. Мы эскалируем проблемы и в нестандартных случаях действуем нестандартно. Например, мы помогли важному клиенту, известному журналисту срочно "спасти" номер, который без ведома владельца пытались портировать к другому оператору. Для этого мы сами связывались со службой безопасности этого оператора.

Если мы передаем задачу экспертам, мы указываем, что клиент обратился в соцсети – и коллеги сразу понимают, насколько ответственная эта задача.

А еще мы внимательно изучаем и улучшаем процессы обслуживания в масштабах всех каналов. Приведем несколько примеров:

Мы распознали мошенническую схему, когда злоумышленник мог, обратившись в контакт-центр и, представившись владельцем номера, установить переадресацию звонков. Это позволяло получать несанкционированный доступ к учетным записям Whatsapp. Для этого требовалось лишь знать паспортные данные жертвы. А последствия такого взлома могут вызвать катастрофу – пусть и для отдельно взятого человека.

Мы немедленно забили тревогу, и по нашей инициативе была срочно, буквально в течение одного вечера, изменена процедура подключения услуги «Абсолютная переадресация», и теперь она доступна только в личном кабинете.

Увы, но все сферы, где присутствуют деньги, в зоне риска, и нужно глядеть в оба. Еще одна незаконная схема касалась переноса якобы ошибочных платежей. Путем некоторых манипуляций с заменой номера мошенники выводили деньги ничего не подозревающих клиентов. Мы получили несколько таких обращений, изучили проблему и инициировали правки в механику переноса платежей. Так мы сохранили много денег наших клиентов – а страдали от такого не просто абоненты, но и некоторые благотворительные фонды, которым переводились значительные суммы. Если вместо детей деньги получает преступник – это трагедия.

В прошлом году мы сопровождали в соцсетях запуск тарифа «Социальный пакет» — нашумевшее в индустрии событие, которое принесло много счастья тысячам наших особых клиентов. В процессе мы нашли, как упростить процесс, сократив количество поводов для визита в офис. Эта практика нам очень пригодилась потом, когда грянула пандемия и локдаун первым коснулся целевой аудитории этого тарифа. Мы смогли быстро перестроиться на удаленную верификацию и подключение ТП.

К нам часто обращаются клиенты с ограниченными возможностями. Не каждый человек, к сожалению, может зайти в офис или позвонить оператору и просто поговорить с ним. Такие люди приходят к нам за помощью, потому что соцсети для них часто единственный шанс связаться со своим оператором. Мы не только полностью решаем все их вопросы, но еще и ставим метки в системе CRM, чтобы сотрудники других подразделений видели, что с клиентом нужно общаться письменно.

А еще мы не используем шаблоны. Вообще.

6. Вовлеченность сотрудников

Покажем результаты проведенного в этом году исследования вовлеченности:)

Опрос проводился на платформе Happy Job. Согласно ему, 100% процентов сотрудников вовлечены в процесс на высоком и среднем уровне, невовлеченных сотрудников не оказалось вовсе, лояльность в рамках средних значений по отрасли – 71,9%, а показатель Happy Index значительно выше, чем в среднем по контактными центрами – 78,1% против 69,5%! **(Инфографика, сл. 8)**

Большую роль в этом сыграла хорошо подобранная команда. Во-первых, к нам не так просто попасть, хотя желающих хоть отбавляй. Набор мы открываем редко – как правило, когда кто-то уходит на повышение в другой отдел. Конкурсы по 10 человек на место – не редкость. Но возьмем мы не каждого.

В соцсети берут тех ребят, у кого есть опыт работы в текстовых каналах, а еще отличные

показатели, «живая» речь и огонь в глазах. Наши руководители умеют находить такие таланты :)

Отбор включает в себя тестовые задания, демонстрацию навыков ведения диалога и тщательную проверку реальных разговоров с клиентами на текущем месте.

Но у многих есть возможность попробовать себя, помогая. Об этом мы писали чуть выше. Самые талантливые и заинтересованные помощники могут однажды получить приглашение стать «основным» сотрудником. Так сюда и попадают те, кто горит желанием.

А дальше коллектив делает свое. Плотная командная работа, максимальная включенность в работу руководителей и всякие крутые штуки вроде конкурсов с призами в виде поездок в командировки затягивают в работу очень активно.

Кстати, пара слов о руководителях. Эля и Влад много лет работают в Билайне, прошли через все, с чем сталкивается сотрудник и практически всегда на связи. И помочь, и подбодрить, и просто поговорить о жизни – нет здесь людей более отзывчивых и надежных. И пусть они не забывают быть строгими, мы их все равно любим и уважаем, хоть не все из нас встречались с ними лично.

Надо сказать, что дистанция нас нисколько не смущает. Совместные рабочие поездки в штаб-квартиру? Практикуем. Собраться большой компанией и махнуть в Казань на выходные? С радостью! Поехать в отпуск в гости к коллегам из Перми в Тверь? Нет причин не сделать этого!

Эффект хорошо отлаженного механизма мы создавали долго и преуспели. Оба направления работают как одна большая команда, полностью доверяя друг другу, помогая без принуждения и понимая друг друга с полуслова. У нас сформировалась своя внутренняя культура. Новички в нее охотно погружаются и быстро становятся ее частью.

Одна из особенностей такой работы – саморегуляция и самоотладка. Каждый знает и выполняет свои задачи без лишних напоминаний, а обнаружив ошибку коллеги, исправит ее, сообщит о ней коллеге и всегда получит благодарность в ответ.

Идеальными получились связки руководитель-команда. Руководители помогают ребятам и страхуют их в сложных ситуациях, а взамен всегда могут на них положиться. Отпуск или внезапный больничный – можно быть уверенным, что ничего не рухнет.

Легко мы общаемся и с другими подразделениями компании. Это происходит много раз в день и необходимо для решения вопросов клиента в одной точке, без перенаправлений. Мы создали удобные всем схемы взаимодействия с такими отделами. Можем мгновенно передать информацию на вторую линию обслуживания, в режиме онлайн запросить и получить помощь коллег в отработке очереди, создать приоритетный инцидент и тут же его эскалировать нужным людям, или за пять минут решить вопрос клиента, связанный с любым из сотен наших офисов. Минимум задержек ради клиента!

7. Лучшие практики в индустрии

Просто напишите нам – vk.me/beeline :)

А если серьезно, то:

60% обращений к нам – это клиенты B2C мобильной связи

30% — клиенты Домашнего интернета

10% — клиенты B2B

Мы собрали экспертные знания нескольких отделов и дополнили их своими, уникальными для соцмедиа.

Наши сотрудники прошли обучения от корпоративного университета Билайн и службы по развитию: тренинги по обслуживанию клиентов, работе с претензиями, живому общению, мастер-классы по общению в социальных сетях от экспертов SMM и social media support и целую гору профильных вебинаров. Средний стаж специалистов – 46 месяцев работы в Билайне!

В 2020 году 20% наших сотрудников получили повышения!

Руководители, помимо экспертных тематик, обучались в Билайн Университете управленческим навыкам, обратной связи, подбору и развитию, мотивации и управлению изменениями, и каким-то еще менеджерским штукам и секретикам :)

Еля закончила с отличием корпоративную «Школу Лидера» и программу допобразования в АНО «Сити Бизнес Скул», а Влад получил награду «Лидер года» и вышел в полуфинал конкурса «Лидеры России».

Мы свободно ведем диалоги на русском и английском языках, и знаем специфику клиентов на каждой из площадок. А еще мы не робеем перед клиентами.

Жалоба известнейшего стримера? Спокойно и четко разбираемся.

Злодеи украли номер у звезды, которая не пропускает ни один голубой огонек на ТВ уже лет двадцать? Мы рядом, мы поможем.

И так везде. Мы знаем и умеем все, что нужно клиенту. А ему нужна не просто помощь. Ему нужен человек, который и про тарифы расскажет, и пошутит смешно, знает в лицо корейских поп-звезд и пишет стихи. Так вот Билайн это все может:) Суперсервис же!

В уже далеком 2017 году мы попали в ТОП-10 служб поддержки по версии «ВКонтакте для бизнеса». С тех пор мы сильно изменились к лучшему. Ждем новый ТОП!

8. Итоги

Весь мир знает регату «Оксфорд-Кембридж» — старейшее соревнование в мире академической гребли.

Каждую весну, начиная с 1829 года, на Темзе встречаются команды двух университетов. Две команды — 8 гребцов и один рулевой в каждой — на своих лодках стартуют от моста Патни вверх по течению и финишируют у моста Чизвик.

Длина этой дистанции – 6779 метров. Настоящее командное испытание. Гонка длится не больше 20 минут, но готовятся к ней годами. И победит та команда, которая гребет чуточку лучше.

Мы очень хорошо готовились в последние годы. Мы отлично умеем грести, и уже даже спустили лодку на воду :)

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Демидова
---------	----------

ИМЯ ОТЧЕСТВО	Эльмира Рустемовна
ДОЛЖНОСТЬ	Руководитель направления