


ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №8175

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ КОНТАКТНЫЙ ЦЕНТР (более 500 операторов)

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Beeline Казахстан
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Алматы
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	737
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	http://www.beeline.kz
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Call-center мобильного и фиксированного сегментов
ИМИДЖ НОМИНАНТА	 <p>Beeline Kazakhstan</p>
ССЫЛКА на Youtube	https://youtu.be/0KLRH6KLa98

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Описание контакт-центра (не более 3600 знаков с пробелами)

Контактный центр Beeline Казахстан работает с 1998 года. Сегодня он состоит из 2-х основных площадок, расположенных в городах: Алматы и Шымкент, объединяя команду из 737 сотрудников. При этом **80% сотрудников работают дистанционно** из других городов и даже стран.

Мы оказываем круглосуточную поддержку по любому вопросу более 10 миллионам клиентов, которые пользуются фиксированными и мобильными услугами связи. Дополнительно, при звонке клиентов осуществляются продажи, при которых подбираются услуги под потребности и дополнительные пожелания пользователя.

С 2018 года **Beeline является оператором №1 по услугам сотовой связи на рынке Казахстана**

и продолжает уверенно удерживать позиции, поэтому нам важно обеспечить качественный и доступный сервис во всех точках касания с клиентами для поддержания лояльности и оперативного решения возникающих вопросов.

Контактный центр входит в состав Дирекции клиентского сервиса и включает в себя:

- 1. Контактный центр мобильного сегмента (номер 116)**, который 24/7 оказывает консультационное сопровождение абонентов всех сегментов, пользующихся мобильными услугами связи. Количество сотрудников: 310 человек.
- 2. Контактный центр фиксированного сегмента (номер 3131)**, который 24/7 оказывает техническую поддержку и консультационные услуги абонентам, пользующимся услугами фиксированного интернета. Количество сотрудников: 266 человек.
- 3. Отдел обслуживания цифровых каналов (популярные социальные сети, поисковики, мессенджеры)** обеспечивает не голосовую консультационную помощь клиентам и репутационную поддержку имиджа компании. Количество сотрудников: 45 человек.
- 4. Отдел развития систем сервиса** занимается поддержкой и повышением уровня автоматизации в каналах самообслуживания, таких как – голосовой бот, чат бот, IVR и единое окно для консультантов. Количество сотрудников: 11 человек.
- 5. Отдел контроля качества** отвечает за подбор кандидатов, первоначальное и дополнительное обучение, контроль консультантов всех уровней, а также дает рекомендации по улучшению клиентских путей. Все процессы подбора и обучения проводятся дистанционно без посещения офисов компании. Количество сотрудников: 24 человека.
- 6. Отдел мониторинга и отчетности**, который обеспечивает постоянный контроль потока звонков, статусов операторов, быстро реагирует на инциденты и аномальные всплески, усиливая команду, а также планирует нагрузку, исходя из исторических данных и прогнозов, формируя графики консультантов. Количество сотрудников: 12 человек.
- 7. Служба стандартов сервиса и омни-канальности** включает в себя 4 самостоятельных направления – стандартизация: архитектурные стандарты, стандарты сервиса в каждой точке контакта с клиентом, стандарты обслуживания; пересмотр и трансформация процессов сервиса (как по плану, так и под заказ); развитие каналов самообслуживания: мобильное приложение, сайт, симкоматы, IVR, Voice bot, Chat bot и внедрение платформы омниканальности. Количество сотрудников: 8 человек.
- 8. Отдел поддержки обслуживания** занимается углубленной обработкой письменных и устных претензий и запросов Клиентов. Количество сотрудников: 55 человек.
- 9. Отдел информационной поддержки сервиса** отвечает за согласование запуска продуктов и маркетинговых инициатив по всем сегментам, а также своевременное информирование сотрудников обслуживания, актуализацию информации в единой базе знаний "ALLINFO" для консультантов, запуск обучающих видео-роликов для клиентов. Количество сотрудников: 6 человек.

Мы тщательно мониторим показатели работы систем и консультантов, внедряем инициативы для улучшения клиентских путей, исходя из пожеланий потребителей услуг, вовлекая все подразделения компании.

2. Положительное влияние на деятельность организации (не более

1800 знаков с пробелами)

С 2020 года и по текущий период мы наблюдаем тренд, при котором клиенты стали чувствительнее относиться к качеству услуг и обслуживания, а также к срокам решения вопросов, поэтому мы произвели ряд трансформационных изменений, оказавших положительное влияние на внутренних и внешних клиентов.

Достижения, которых удалось добиться в 2021 году:

В конце 2020 года стартовал **проект «Идеальный сервис»**, включающий в себя комплекс мер: внедрены стандарты обслуживания, пересмотрены условия подбора и работы сотрудников, изменена мотивационная программа, автоматизирован ряд процессов. Дополнительно, расчет ресурсного плана был привязан прямо пропорционально к росту абонентской базы, что позволило сделать канал более доступным для клиентов.

Фокус на качество обслуживания и возможность дистанционной работы изменили подход к подбору персонала, улучшив профиль сотрудников, что позволило положительно повлиять на качество сервиса и увеличить уровень удовлетворенности наших клиентов (CSI) на 3%. Еще больше абонентов стали решать свой вопрос с первого обращения (FCR), где показатель увеличился на 5%.

Увеличение штата на 20% от общей численности пропорционально росту базы облегчило клиентам доступность дозвона в контакт центр на 61%. При этом процент потерянных обращений снизился до 8% от всего потока звонков в контакт-центр.

Позитивный клиентский опыт подтверждается улучшением тональности обращений в социальных сетях. В прошлые периоды положительных комментариев было 39%, а в текущем году доля составляет не менее 50%.

3. Операционная эффективность (не более 3600 знаков с пробелами)

Следует отметить, что контакт-центр Beeline Казахстан является основным каналом обслуживания среди традиционных и принимает более 8 млн. звонков в год. В апреле 2021 года была согласована и утверждена на всех уровнях стратегия развития, направленная на улучшение сервиса во всех точках касания с клиентом. В результате реализации заложенных в нее инициатив, сфокусированных на качество обслуживания и улучшение доступности, контакт-центр Beeline продемонстрировал рекордные показатели:

Уровень удовлетворённости (CSI)

Впервые, за всю историю мы смогли достигнуть 9 баллов CSI в 2021 году. Этот показатель **на 3% выше** показателя 2020 года и отражает удовлетворенность клиента обслуживанием консультанта.

Среднее время ожидания (AWT)

Длительность ожидания клиента на линии до соединения с оператором **снижена на 61%** по сравнению с прошлым годом и составляет 78 секунд интегрально, что положительно сказывается на клиентском опыте в момент обращения в контакт-центр.

Средняя продолжительность диалога (ACD)

Для повышения качества обслуживания и увеличения доли решения вопросов клиентов с первого обращения мы рассчитали новые нормативы для каждого из сегментов, поэтому длительность диалога **увеличилась на 4%** и составляет 233 секунды.

Решение вопроса с первого обращения (FCR)

Незначительное увеличение длительности диалогов позволило **улучшить FCR на 5%** по сравнению с 2020 годом и достигнуть значения 81%. Для нас важно, чтобы клиент получил ответ на свой вопрос сразу при первом обращении.

Потерянные звонки (LCR)

Мы смогли **сократить объем потерянных звонков в 2 раза**, благодаря значительному сокращению времени ожидания. То есть только 8% клиентов не готовы ждать соединения с оператором, что уже ниже стандарта - 10%.

Норматив звонков на сотрудника

Мы отслеживаем продуктивность каждого сотрудника, а также корреляцию обращений к росту базы, поэтому **норматив увеличился на 9%** благодаря новым инструментам.

Дополнительно мы проводим работу по улучшению показателей, поддерживающих контакт-центр функций, где за 2021 достигнут результат отработки запросов день в день в 93% случаев.

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

Внедрение голосового бота при грамотном подходе и вовлечении всех функциональных подразделений позволило не просто достигнуть уровня автоматизации 45% за год, но и включить методы определения возможных причин обращения клиента в зависимости от наступления событий, при которых бот рассказывает о ситуации, предлагает варианты решения и дополнительно информирует посредством отправки СМС, чтобы клиент не забыл. Например, при наступлении блокировки по неоплате бот проговаривает о ее наличии, сумму к оплате и отправляет команду для проверки суммы выставленного счета. Дополнительно, транскрибация диалогов в текст и наращивание уровня знаний бота нам позволило синхронизировать данные методы во всех инструментах автоматизации одновременно (Chat bot и IVR).

Единое окно Digital Window для операторов – это база данных, которая объединяет в себе более 24 систем, что позволило сократить время на переходах между окон и полноценно видеть всю информацию о клиенте в одном интерфейсе. Таким образом мы оптимизировали потерю времени на 23%.

Универсализация 20% сотрудников позволяет в короткие сроки подключать консультантов к сегменту с наибольшей нагрузкой, оказывая моментальный эффект на улучшение доступности дозвона. Сегодня 91 консультант может равнозначно обслуживать клиентов мобильного и фиксированного сегментов.

Создание центра экспертизы помогло пересмотреть ряд процессов с целью упрощения клиентских путей и перераспределению потока обращений в digital каналы. Компания учит сотрудников придерживаться методов Kaizen и Lean, поэтому это подразделение рассматривает инициативы сотрудников, касающиеся улучшения жизни внутренних и внешних клиентов путем рационального использования ресурсов и постоянного развития.

Проект «Улучшаем online сервис Beeline» в корпоративной социальной сети Workplace способствует сбору и рассмотрению новых идей для улучшения обслуживания, благодаря откликам сотрудников компании и их знакомым. Любой сотрудник может оставить идею на страничке, написать пост или поделиться своим опытом, помогая нам находить слабые стороны для развития.

Сквозное целеполагание мотивирует сотрудников всех подразделений, даже тех, кто напрямую не работает с клиентами, быть заинтересованными в достижении лучших результатов. Например,

цель роста уровня автоматизации бота у разработчиков.

5. Клиентоориентированность (не более 3600 знаков с пробелами)

Beeline Казахстан – это технологически развитая телекоммуникационная компания на рынке, поэтому у нас для предвосхищения вопросов клиентов были разработаны различные методы диагностики, которые позволяют предиктивно получать клиенту информацию о наступлении определенного события во всех каналах самообслуживания. Клиенты приятно удивляются, если при звонке в контакт-центр или обращении в чат-бот мы информируем о решении вопроса сразу, до того, как клиент успел его задать.

При обращении в контакт центр или чат бот клиенты, которые сдали свои биометрические данные, приветствуются по имени и даже получают поздравления с днем рождения.

Стоит отметить, что в системах самообслуживания Chat Bot, голосовой бот и IVR отсутствует ложная автоматизация, то есть каждый клиент вне зависимости от срока жизни и уровня доходности может при необходимости соединиться с консультантом для решения своего вопроса.

Уровень удовлетворенности продуктами Компании и оценку качества обслуживания сотрудников мы измеряем путем смс-опроса в системе Medallia. После обращения клиент получает смс и может оценить: компанию, сотрудника, статус решения вопроса и оставить дополнительный комментарий, который не останется без внимания.

По всем негативным отзывам и оценкам руководители групп совершают обязательные обратные звонки клиентам. За 2021 год было получено 120 тысяч комментариев после рассмотрения которых был внедрен ряд изменений. Например:

- для клиентов, выбирающих государственный язык, на период ожидания установлена национальная мелодия, что позитивно отмечается в социальных сетях и воспринимается клиентами,
- сокращение клиентского пути при решении технических вопросов для пользователей фиксированными услугами связи, реализовано путем перевода звонка на вторую линию, если клиент имеет прямой доступ к оборудованию, что может сократить время решения с 20 часов до 15 минут,
- изменение тарифных планов для конвергентных клиентов на входящей линии, позволяет не посещать наши офисы, а производить процедуру, не выходя из дома.

При проведении маркетинговых кампаний, которые могут вызвать дополнительные вопросы и недопонимания у клиентов мы запускаем предиктивный обзвон путем голосового помощника, у которого цель не только предупреждать о предстоящих изменениях, но и в зависимости от инициативы предлагать альтернативные решения, если абонент не согласен с изменениями. В этом году данная активность помогла снизить отклики в период вступления в силу инициатив, где большая часть клиентов была своевременно проинформирована и переведена на новые условия, тем самым мы снизили количество претензионных обращений в контакт центр.

В команду поддержки сервиса, основной функционал которой - рассмотрение сложных и претензионных обращений от клиентов, принимаются лучшие сотрудники исключительно с первой линии, так как опыт и экспертиза команды должны быть на высоком уровне для предоставления корректных, развернутых и исчерпывающих ответов.

Прошли те времена, когда было достаточно просто хорошего сервиса. Сегодня клиентов нужно

удивлять постоянно.

6. Вовлеченность (не более 3600 знаков с пробелами)

Одним из основных инструментов для успеха являются **взаимоотношения руководителя с сотрудниками**. Великие команды добиваются успеха тогда, когда есть правильная атмосфера. Они должны получать наслаждение от своей работы и свободно демонстрировать свой талант. В Beeline Казахстан одной из ключевых компетенций является открытость не только сотрудников, но и руководства всех уровней. Еженедельно CEO компании проводит часовые эфиры со всеми директорами, на которых открыто делится новостями и успехами, вовлекая каждого сотрудника в процессы, которые могут к его функционалу не относиться. Во время таких эфиров сотрудники могут задавать вопросы и оставлять свои комментарии, а также открыто делиться проблемами.

В контакт-центре Beeline Казахстан существует **несколько программ премирования** сотрудников, которые стимулируют выполнять свои обязанности на достойном уровне:

Программа «Лучший на линии» - в рамках этой программы 15 отличившихся сотрудников по показателям за год получают мобильный телефон, грамоту и нагрудный значок из золота в виде пчёлки.

Ежеквартальная премия - в этой программе может участвовать любой сотрудник успешно закрывший испытательный срок и выполняющий показатели в течение квартала. Премия выплачивается в качестве надбавки в период следующих трех месяцев после учетного периода.

Ежемесячное премирование - в зависимости от выполнения показателей за прошлый месяц сотруднику выплачивается единовременная премия в размере 50% от оклада.

Дополнительная мотивация, которая помогает нам вовлекать сотрудников:

- ежемесячные публикации во внутренней социальной сети лучших сотрудников месяца;
- отдельная PR программа о достижениях, интересных случаях в работе контакт-центра, которая публикуется в издательствах и социальных сетях;
- бесплатные обучающие и развивающие курсы от компании;
- конструктор льгот, в рамках которого, сотрудник может выбрать медицинское страхование покрывающее годовое лечение в частных клиниках, оплату билетов на отдых, оплату развивающих курсов, тренажерного зала, детского сада для ребенка и прочее;
- возможность переобучения и карьерный рост внутри всей компании. Например, наши сотрудники могут изучить языки программирования, пройти конкурс и без специального образования гарантированно стать разработчиками;
- регулярные конкурсы, проводимые другими подразделениями и направленные на развлечение или изменение процессов с гарантированными призами, начиная от брендированной продукции компании, заканчивая автомобилем.

По результатам исследования команды HR, сотрудники контакт центра продемонстрировали следующие показатели:

- Условия для успеха - 96%
- Привлекательность бренда - 96%
- Обучение и развитие - 92%
- Вознаграждение и признание - 91%
- Содержание работы - 91%

Мы знаем, что вовлеченные сотрудники являются главным активом компании и помогают создавать лучший клиентский сервис.

7. Лучшие практики в индустрии (не более 1800 знаков с пробелами)

Основной фокус - это довольный клиент, который может беспрепятственно получить любую информацию и решить вопрос касательно своих услуг, поэтому мы **круглосуточно поддерживаем** основные каналы обращений: контакт-центр, социальные сети, популярные мессенджеры (what's app и telegram) и поисковики, а также внедряем новые технологии, способствующие благоприятному клиентскому опыту. Для лучшего понимания услуг и инструментов управления ими наша команда создала и разместила на **YouTube** ряд обучающих роликов, которые есть в прямом доступе.

С прошлого года ряд процессов был автоматизирован и сегодня выполняется **системой RPA**, что гарантированно исключает ошибки и сокращает сроки на массовые операции. Роботизация процессов осуществляется исключительно внутренними разработками. Например, проведение корректировок, изменение условий и активация номеров.

Основным инструментом для оператора контакт центра является **Digital Window**. Это внутренняя разработка компании, которая объединила в себе все базы данных, инструменты для продаж и базу знаний.

Наши сотрудники пользуются **мобильным приложением WFM Teleopti**, которое помогает своевременно ознакомиться с графиком работы, видеть свободное время, когда сотрудник может взять дополнительные рабочие часы или изменить свое расписание.

Единая база знаний ALLINFO, где хранятся все схемы действий, подсказки и новости об изменениях доступна как в веб версии, так и в мобильной.

Результаты работы сотрудников и ключевые показатели контакт-центра формируются в режиме реального времени и представлены в виде удобных дашбордов в программе **Power BI**, где при необходимости можно выбрать период отчета и его формат в виде таблицы или графиков.

8. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Наши достижения 2021 года подтверждаются результатами в виде показателей, где основными индикаторами успешности внедряемых изменений — это рост удовлетворенности клиентов и улучшение доступности контакт-центра, а точнее снижение времени ожидания до соединения с оператором. Мы проводим замеры CSI не только при контакте клиентов с консультантом, но и в обязательном порядке систем самообслуживания, поэтому за год нам удалось повысить знания ботов и улучшить качество автоматизации.

Идеальный сервис — это наш ключевой фокус и все принятые решения, начинания от подбора сотрудников, заканчивая развитием внутренних систем, создаются и внедряются с целью максимального удобства и упрощения клиентского опыта взаимодействия.

Соответствовать ожиданиям клиентов нам позволяет:

- Развитие омни-канальных систем и стандартизация процессов для всех каналов обслуживания,
- Постоянное улучшение и фокус на качественные показатели - CSI и NPS,
- Диджитализация и роботизация процессов,

- Систематический анализ и контроль обращений клиентов,
- Развитие и обучение навыков сотрудников с использованием современных моделей предоставления информации,
- Актуальность базы знаний,
- Оперативность реакции при инцидентах,
- Тщательная подготовка к проводимым маркетинговым кампаниям.

Благодарим Вас за внимание и предоставленную возможность рассказать о своих успехах и поделиться опытом с участниками конкурса. Подобные площадки мотивируют на новые свершения.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Шмарихина
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Оксана Сергеевна
ДОЛЖНОСТЬ	Директор Дирекции клиентского сервиса