



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №8198

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА АНАЛИТИКИ, ИЗУЧЕНИЯ И ПОНИМАНИЯ КЛИЕНТОВ

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	ВТБ Лизинг
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Липецк
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	1800
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.vtb-leasing.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Команда аналитики Управления клиентского сервиса
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

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

Внедрение практики аналитики, изучения и понимания Клиентов в Компании ВТБ Лизинг ведёт начало с 2017 г., когда был создан свой собственный КЦ, специализирующийся на исходящих опросах Клиентов компании. Аутсорсинговые колл-центры не рассматривались для данного направления, так как операторы должны глубоко понимать внутренние бизнес-процессы, структуру Компании, отделы, роли сотрудников, которые могли контактировать с Клиентом. По результатам опросов вносились изменения в продукты Компании, корректировались условия предоставления услуг, менялись требования к работе с внешними Клиентами.

Клиентский сервис не стоит на месте и на сегодняшний день методы аналитики и источники информации о Клиенте постоянно расширяются. Развитие Личного кабинета, online-чата позволило получать еще больше данных о Клиенте, о его пожеланиях.

Для ВТБ Лизинг потребности Клиента ставятся во главу угла, не зря миссия компании: «Мы помогаем людям воплощать их планы, создавая лучшие финансовые решения. Мы - команда профессионалов, работающих для наших Клиентов и всей страны», а одна из основных ценностей компании - «Дорожим клиентом». Мы доверяем Клиенту и стремимся заслужить его доверие. Мы слушаем и слышим Клиента.

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

Ключевая цель аналитики, изучения Клиентов в ВТБ Лизинг – понимать и знать своего Клиента для предоставления сервиса, отвечающего его потребностям.

Наши задачи:

- повышение уровня клиентского сервиса, индексов лояльности и удовлетворённости (NPS, CSI);
- сокращение сроков оказания услуг и повышение качества обслуживания;
- увеличение доли лояльных клиентов, готовых рекомендовать нашу компанию;
- своевременное выявление негативных тенденций для оперативной реакции на них, корректировки предоставляемых условий;
- постоянное совершенствование сервисов компании;
- улучшение функциональности Личного кабинета в интересах клиента;
- внесение предложений по изменениям в услугах, клиентском сервисе.

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

Многие подразделения Компании участвуют в предоставлении данных для аналитики, используют полученные результаты, обращаются с потребностями на изучение Клиентов.

Предоставляют данные для аналитики, являются источниками информации о Клиенте:

- Отдел Горячая линия – первоисточник обращений Клиентов с жалобами;
- Группа Call-центр – предоставление данных о всех обращениях Клиентов по единому номеру компании, а также обращениях в online-чате;
- Отдел контроля качества – проведение опросов Клиентов в формате телефонного интервью, запуск опросов в Личном кабинете.

Сводит полученные данные, анализирует полученную информацию – руководящий состав Управления клиентского сервиса.

Используют полученную аналитику для внесения изменений в бизнес-процессы:

- Служба координации проектов – анализ экономической эффективности вносимых инициатив;
- Служба аналитики и поддержки продаж – внедрение изменений в продукты и условия договора;
- Руководители управления продаж – корректировка подхода к Клиенту в целях увеличения продаж;
- Департамент поддержки бизнеса – автоматизация бизнес-процессов.

Наши поставщики решений:

- АМТ-ГРУП – российский системный интегратор и разработчик ИТ-решений, специализирующийся на проектировании, внедрении и техническом сопровождении сложных телекоммуникационных и информационных систем;
- Verint Systems – компания, которая предоставила программное обеспечение для управления взаимодействием с Клиентами, наблюдения и бизнес-аналитики;
- Компания «Ёлва» – оказание услуг по продуктам Microsoft Dynamics CRM, Power BI для автоматизации маркетинга, продаж и сервиса;
- БЭЛЛ ИНТЕГРАТОР – разработчик Личного кабинета Клиента.

Поддерживает текущие сервисы, внедряет новые решения и разрабатывает собственные – Департамент информационных технологий ВТБ Лизинг.

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

Практика аналитики, изучения и понимания Клиентов в ВТБ Лизинг объединяет в себе множество подходов: опросы, автоматизированные оценки, специализированные сервисы, собственные разработки, использование готовых решений. Для анализа максимально охватываются все точки контакта Клиента с сервисами, сотрудниками.

Один из методов изучения Клиентов - ежедневные опросы в формате телефонного интервью, в 2021 г. опрошено около 40 000 клиентов. Для получения статистики по причинам отказа от заключения договора лизинга опросы проводятся на этапе обращения Клиента в компанию, подготовки коммерческого предложения, согласования условий и заключения договора. Все полученные данные анализируются, выявляется топ причин отказа, конечный способ приобретения и Компания-конкурент, выбранная Клиентом. Так же проводятся опросы на этапе обслуживания Клиентов после заключения договора лизинга. Измеряется клиентский опыт и показатели лояльности (NPS), определяется лояльность клиентов и удовлетворённость качеством сервиса (CSI, CSAT).

Глубинные интервью помогают детальнее изучить потребности Клиента, определить востребованность и положительный эффект для Клиента от инициатив, нововведений в Компании, подтвердить или опровергнуть единичные жалобы Клиентов, выявить их массовость и периодичность, а также влияние на Клиентов.

Все результаты опросов фиксируются в CRM-системе, по Клиентам с негативными оценками заинтересованным сотрудникам приходят уведомления о результатах на почту. Менеджеры, работающие с Клиентами, могут в моменте скорректировать условия Клиенту, вовремя связаться с ним. Все данные опросов собираются в **Портрете клиента**, специально разработанной форме CRM, которая хранит данные о лояльности Клиента и историю взаимодействия с Компанией.

Широко используются исследования в Личном кабинете. У клиента есть возможность на главной странице в любой момент времени оценить готовность рекомендовать Компанию, оставить комментарий, за 2021 г. оставлено около 1000 оценок. Эта оценка так же учитывается в общем индексе NPS. **В августе 2021 г. установлен готовый сервис AnketologBox** - программное обеспечение для проведения online-опросов, пройдено около 500 опросов. Так же реализована **возможность оценки полученной услуги по 5-ти бальной шкале.** По совокупности оценок ежемесячно измеряется индекс удовлетворенности CSAT. Для анализа поведения Клиента в Личном кабинете **используется Яндекс метрика.** С помощью неё просматривается и анализируется поведение Клиента на сайте с целью повышения его функциональности. В Личном кабинете установлен Online-чат. По завершению диалога у клиента есть возможность оценить качество консультации. Диалоги анализируются, по 93% обращений оценка положительная. Исследования Личного кабинета клиента эффективны, т.к. кабинет ежемесячно востребован у 35% всех Клиентов.

В начале 2021 г. в Компании была внедрена Автоматизированная система Контакт-центр (АС КЦ). Данный проект был разработан под потребности бизнеса ВТБ Лизинг. Была произведена объемная миграция данных из разнородных систем. АС КЦ позволила сотрудникам работать в «едином окне», видя всю историю взаимодействия по Клиенту, Портрет Клиента. Была разработана и внедрена база знаний на карточку звонка, которая помогает операторам осуществлять качественную консультацию online. В рамках проекта реализована отчетность, позволяющая

анализировать большой объем данных в режиме реального времени и исторические данные. Реализована система записи и прослушивания диалогов операторов для последующего анализа, корректировки скриптов и индивидуальной работы с сотрудниками.

5. Результаты (не более 3600 знаков с пробелами)

ВТБ Лизинг постоянно корректирует условия для Клиентов благодаря системной аналитике данных по причинам отказов от заключения сделок. Например, по показателям клиентских опросов регулярно иницируются изменения основных условий реализации сделки в Компании – размеры минимальных и рекомендованных ставок и авансов, сокращаются сроки.

Дашборды Power BI позволяют online отслеживать и анализировать индексы лояльности, удовлетворенности. NPS вырос на 5%, CSI на 2%, CSAT на 4% по сравнению с показателями 2020 г. Комментарии Клиентов как к негативным, так и к положительным оценкам анализируются, оформляются выводы, определяются слабые стороны и зоны роста в сервисе. По итогам вносятся предложения по изменению бизнес-процессов, по автоматизации, по улучшениям в Кабинете Клиента. Из последних реализованных:

- предложения по сокращению сроков обработки обращений Клиентов на этапе сопровождения договоров;
- корректировка стандартов общения с клиентами, пересмотр шаблонов ответов Клиентам;
- автоматическое online-формирование и предоставление справок Клиентам в Личном кабинете;
- сокращение количества вопросов и обращений по возврату переплаты за счёт реализации соответствующих уведомлений в Кабинете Клиента;
- доработка услуг, в т.ч. отмена комиссий за оказание некоторых услуг, за счёт автоматизации формирования документов, отказа от ручного труда;
- внедрение сервиса Dadata (сервис автоматической проверки и исправления контактных данных (ФИО, адресов, телефонов, email, паспортов).

Эффективный мониторинг работы сотрудников бэк-офиса позволил снизить процент ошибок при работе с обращениями Клиентов на 46,5% (по сравнению с 2020 г.)

В начале 2021 г. проведены глубинные интервью с 813 Клиентами ВТБ Лизинг. Результаты помогли определить дополнительные пожелания к существующему Электронному документообороту (ЭДО), понять готовность Клиента к подписанию договора лизинга в системе ЭДО, причины, по которым Клиенты не готовы использовать электронный документооборот, определить пути по устранению этих барьеров и расширить перечень документов для обмена (участие в проекте ЭДО 2.0).

Автоматизированная система Контакт-центр (АС КЦ) позволила улучшить качество обслуживания Клиентов, расширить спектр предлагаемых Компанией услуг, повысить доходность и экономическую эффективность бизнеса в целом. В первом полугодии 2021г. КЦ передало в 2,4 раза больше транспортных средств управлению продаж чем в аналогичном периоде 2020г. Это решение так же позволило повысить комфорт и эффективность операторов, благодаря этому средняя скорость ответа на звонок составила 17 сек (против 35 сек в прошлом году), а процент потерянных вызовов снизился до 8,3% (с 15% за аналогичный период прошлого года). Активно развиваются коммуникации через online-чат, в этом году помимо Личного кабинета чат установлен также и на официальный сайт ВТБ Лизинг, обработано 33 000 диалогов. Данный вид коммуникации удобен и востребован Клиентами.

6. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Клиентам всё больше важен опыт и впечатления от взаимодействия с Компанией. Практика аналитики, изучения и понимания Клиентов становится наиважнейшим способом улучшения сервисов Компании, привлечения Клиентов, увеличения клиентского портфеля.

ВТБ Лизинг увеличил чистую прибыль по итогам 9 месяцев 2021 г. на 9,9% по сравнению с аналогичным периодом 2020 г., услугами Компании воспользовались около 80 тысяч предприятий и индивидуальных предпринимателей в 61 регионе страны. И эти цифры прямое подтверждение тому, что мы стремимся слышать каждого, удовлетворить его потребности и предвидеть ожидания.

«...Постоянно совершенствуя своё продуктовое предложение и сервис, мы стремимся сделать лизинг более доступным для компаний и предпринимателей, чтобы они могли эффективно развивать свой бизнес», - Генеральный директор ГК ВТБ Лизинг Дмитрий Ивантер.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Власова
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Анастасия Олеговна
ДОЛЖНОСТЬ	Начальник отдела