



## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

**ID:** №8888

**НОМИНАЦИЯ:** ЛУЧШАЯ ЦИФРОВАЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ, ТРАНСФОРМАЦИЯ КОНТАКТ-ЦЕНТРА

<b>НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА</b>	Страховой Дом ВСК
<b>ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА</b>	Волгоград
<b>КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА</b>	170
<b>ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ</b>	<a href="https://shop.vsk.ru/">https://shop.vsk.ru/</a>
<b>НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА</b>	Развитие Активного Контакт-центра
<b>ИМИДЖ НОМИНАНТА</b>	
<b>ССЫЛКА на Youtube</b>	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

## ЭССЕ НОМИНАНТА

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

Большинство компаний в последние годы активно нацелены на цифровую трансформацию своего бизнеса, внедрение передовых технологий, инноваций, ставя во главе — опыт взаимодействия с клиентом. Страховой Дом ВСК один из лидеров направления и уже к середине 2022 года завершил модернизацию своего активного контакт-центра. В рамках цифровой трансформации была поставлена задача по оптимизации всех технологических процессов, связанных с коммуникациями с клиентами, в том числе, открытие новых каналов обслуживания. Внедрённые решения позволили повысить не только уровень обслуживания и удовлетворенности клиентов (4.7 из 5), но и удобство работы, как операторов АКЦ, так и других направлений - контроль качества, аналитики, обучения, за счёт автоматизированного рабочего места и работы со смежными системами в рамках одного окна.

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

В рамках компании была принята стратегия цифрового развития до 2023 года. В рамках этой стратегии перед Активным контакт-центром были поставлены следующие задачи:

- повышение уровня производительности операторов, не менее чем на 30%,
- открытие новых каналов обслуживания не только для внешних, но и внутренних клиентов компании,
- внедрение современных сервисов самообслуживания.

При этом, одной из важных целей было - увеличение уровня продаж, улучшая качество предоставляемых услуг, сохраняя и приумножая историю взаимодействия с клиентом.

Важно отметить, что модернизация систем АКЦ, позволила смежным подразделениям использовать новые технологии в своей ежедневной работе. О чем более подробно мы расскажем дальше.

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

Наша проектная команда была не маленькая: руководитель проекта, заказчики со стороны бизнеса, менеджеры, инженеры по контакт-центрам, инженеры по системам мониторинга, разработчики CRM-системы от интегратора/вендора, тестировщики и другие специалисты. На словах просто, но на деле подготовка была довольно тщательная и кропотливая. Запуск был в сжатые сроки, но плавный - сначала на двух сотрудниках, далее на группе и затем на всех направлениях.

ТОП1 компании, руководители каналов, сотрудники филиалов, получили доступ к сквозной и прозрачной отчетности в режиме реального времени по своим клиентским портфелям, которые ежедневно обрабатываются операторами АКЦ. Не говоря о том, что есть возможность зайти в карточку клиента, увидеть весь ход взаимодействия с ним, прослушать совершенные звонки, увидеть оценку контроля качества и транскрибирование с помощью системы речевой аналитики или даже направить клиенту сообщение в удобный для него текстовый канал (e-mail, sms или популярный мессенджер). В компании ВСК несколько контакт—центров, помимо активного контакт—центра, занимающегося продажами, это сервисное обслуживание клиентов и ДМС. Соответственно, модернизация активного контакт - центра стала базой для использования внедрённых технологий и инноваций смежными КЦ компании.

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

Проведена интеграция платформы КЦ с внедрённой CRM-системой, с системой записи телефонных звонков, речевой аналитики и модулем омниканального обслуживания клиентов. Реализована интеграция с частью внутренних систем компании. Созданные системы отчетности и дашборды агрегируют информацию из разных каналов, позволяя делать прогнозы и оперативно реагировать на отклонения. Реализованные инструменты позволяют учитывать рабочее время сотрудника, выполнение им KPI, бизнес показатели, оценку качества обслуживания, компетентность и подготовку, эффективность работы подразделений и отдельных маркетинговых кампаний, пилотов. Не говоря уже, о нашей геймофикации. В CRM-системе отслеживаются рейтинги сотрудников, количество баллов набранных в конкурсах, также планируем внедрить «ачивки» и групповые соревнования.

Аналитика выстроена от руководства до оператора с учетом каждого этапа продажи, взаимодействия с клиентом. Интеграция с системой записи и речевой аналитикой, позволила контролировать 100% объём звонков, раскладывая их по заготовленным категориям, оперативно выявляя ошибки, отсутствию следованию скрипту и плохой отработке возражений, а также оперативно управлять продажами. Но не все параметры возможно отслеживать при помощи речевой аналитики, например, корректное проставление реакции звонка в системе, здесь внедрены бизнес-процессы на уровне CRM-системы, которые каждое утро показывают отклонения и обнуляют в чек-листе не выполненные сотрудником критерии. Данные инновации позволили больше времени уделять повышению уровня обслуживания клиентов и оперативно вносить

изменения в «буксующие» процессы в АКЦ и компании.

Автоматизированные бизнес-процессы внутри CRM-системы позволили оптимизировать работу аналитиков АКЦ в части управления кампаниями исходящего звонка. Контакты по определенному настроенному БП перемещаются между кампаниями по заранее заданным условиям. Например, первый звонок клиенту делаем, прикрываясь мобильной каруселью, в случае, недозвона, следующий звонок-прикрываясь префиксом региона клиента. А доработка модуля омниканального обслуживания клиентов, позволяет рассылки клиентам в мессенджеры осуществлять из CRM – системы подготовленными чат-ботами рассылок, что дает оперативное получение необходимых статусов доставки, отслеживать отклики, а при ответе клиента на сообщение, оно автоматически маршрутизируется на сотрудника определенного направления, предоставляя клиенту полное и качественное обслуживание. Запуск рассылок клиентам в мессенджеры способствовал автоматизации продаж одного из направлений. Звонок клиенту совершается автоинформатором, далее за определенное количество дней направляется сообщение в мессенджер. Конверсия возросла и стала выше уровня конверсии продаж операторами. Операторы были переаллоцированы на другие направления.

Одна из наших гордостей – это разработка функционала динамических скриптов для операторов в CRM-системе. Скрипты привязываются к кампании звонка, позволяя сотруднику следовать направлению диалога с клиентом, в случае, если появляется новое возражение и не хватает ветки диалога, сотрудник отмечает это в системе и в режиме реального времени методологи дорабатывают скрипты. Получив дополнительные каналы связи, мы разработали шаблоны для мессенджеров содержащие прямые ссылки на пролонгируемый договор. Сейчас идет разработка и тестирование аналогичных сервисов в других видах страхования. Реализована интеграция речевой аналитики с CRM. На основании данных речевой аналитики автоматически выставляется оценка за отчетный период.

## **5. Результаты (не более 3600 знаков с пробелами)**

Страховой Дом ВСК поставил перед собой задачу получить мощную инновационную платформу для конкурентного развития клиентского обслуживания и оптимизации внутренних производственных процессов, и эту задачу выполнил.

- Используя шаблоны совместно с автоинформатором, нам удалось на 95% отказаться от участия человека в пролонгации полисов ОСАГО. Более 35000 полисов в месяц пролонгируется без оператора, а подразделение численностью 18 человек перепрофилировано на другие направления.
- Уровень удовлетворенности клиентов вырос с 4 до 4,7 по 5-балльной шкале.
- Производительность сотрудников выросла более, чем на 30%. До момента внедрения новой CRM-системы, один оператор в день совершал не более 40 – 70 звонков (зависит от направления), с внедрением данный показатель составляет 70 -165 звонков (зависит от направления).
- Время обработки звонков (линия поддержки) сократилось на 30 сек. и составило 02:00 минуты.
- Увеличение уровня конверсии по некоторым направлениям до 20%.
- Увеличения уровня пролонгации до 10%.
- Сокращение участия человека в продажах на 13%.

## 6. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Модернизация нашего АКЦ доказала, что выход из «зоопарка систем» возможен и необходим. Не только операторы АКЦ, но и смежные направления/подразделения, получили возможность работать в рамках «одного окна», что позволяет эффективно управлять не только временем, но и процессами. При тщательной подготовке и сплоченной команде неравнодушных людей, это становится возможным и достижимым.

Ориентируясь на мировые тренды и учитывая обратную связь от клиентов, мы продолжаем развивать и улучшать цифровые сервисы компании. У нас запланирован ряд доработок, которые позволят в ближайшем будущем (1-2 квартал 2023 года) оформлять клиентам полисы буквально в 5 кликов. В личном кабинете клиента запланировано существенно расширение сервисов самообслуживания, внедрение текстовых и голосовых ботов в продажи.

В ВСК команды работают по нескольким стратегическим направлениям по методологии SAFe. Такой подход не только направлен на ускорение реализации стратегических задач, но и помогает решить большое количество сопутствующих вопросов: настроить прозрачный процесс взаимодействия заказчика и исполнителя; научить ИТ и бизнес разговаривать на одном языке и лучше понимать друг друга; осуществлять регулярное планирование и быстрый выпуск на рынок востребованного продукта; иметь возможность корректировать задачу по ходу поиска решения и разработки.

---

## ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

<b>ФАМИЛИЯ</b>	Кирсанов
<b>ИМЯ ОТЧЕСТВО</b>	Максим Вячеславович
<b>ДОЛЖНОСТЬ</b>	Руководитель Активного контакт-центра