




ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №9214

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА АНАЛИТИКИ, ИЗУЧЕНИЯ И ПОНИМАНИЯ КЛИЕНТОВ

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Газпромбанк
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Уфа, Чебоксары
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	2000
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.gazprombank.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Практика приобретения друзей (клиентов) с использованием речевой аналитики
ИМИДЖ НОМИНАНТА	 ГАЗПРОМБАНК
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

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

Мы считаем большим счастьем иметь в своей жизни близкого человека, того, кто знает тебя и твои эмоции, кому ты доверяешь, кто может поддержать в трудную минуту. И мы задались вопросом: а что если такие доверительные отношения будут и у нас с нашими клиентами? Мы поставили себе цель - стать близким другом для клиента, понимать его и помогать.

Для этого мы реализовали принципиально новую модель и вышли на следующую ступень использования результатов речевой аналитики, которая тонкой нитью связывает клиента и сотрудника, попадая в самое сердце.

Мы слышим и анализируем каждое слово клиента. Мы запустили процесс речевой аналитики в 2-х основных каналах взаимодействия - контактном центре и офисах нашего банка. Дополняя друг друга, формируется целостная картина о потребностях клиента и его пути. Так мы совершенствуем процессы, внедряя эффективные модели поведения сотрудников с клиентами.

Предвосхищаем ожидания. Мы анализируем более 50 срезов данных от понимания причин первичного обращения клиента в Банк после открытия продукта, до анализа причин оттока по

закрытию продукта.

Находим индивидуальный подход. Мы научились формировать ответный отклик клиента в положительном отношении к Банку посредством обучения более 500 сотрудников Банка навыкам эмпатии. А процесс общения с сотрудниками Банка мы формируем из наиболее действенных фраз в скриптах контактного центра и офиса, одновременно исключая фразы на которые у клиентов ранее была негативная реакция.

Предлагаем клиенту идеальный продукт, в котором он нуждается. На основании собранных данных, мы формируем персональные предложения, интересные клиенту в определенный момент жизни. Мы проводим анализ соответствия предлагаемых продуктов с ожиданиями клиентов, наши преимущества и условия в сравнении с конкурентными приложениями.

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

1. Совершенствование процессов клиентского пути

Проводя перекрестный анализ упоминания в диалоге контактного центра и офиса, мы выявили более 30 кейсов с возможностями улучшения работы для максимального удобства клиента. Это позволило нам услышать пожелания клиентов и внести более 100 корректировок в клиентский путь, 70% из которых уже реализованы.

2. Обеспечение высокого уровня удовлетворенности

Для нас главное, чтобы клиент после общения с Банком оставался доволен и его оценка работы контактного центра является отправной точкой. С начала года мы проанализировали более 60 000 диалогов клиентов с оценками, каждое обращение мы сегментируем через речевую аналитику на более чем 100 тематик и ежемесячно отслеживанием динамику каждой, выявляя причины колебания балла.

3. Формирование индивидуальной эффективной стратегии взаимодействия с клиентом

Анализ причин обращения клиента в КЦ после оформления продукта, показывает на каком этапе у клиента пропало интуитивное понимания стратегии действий и стала необходима дополнительная помощь. Это позволило внедрить более 25 инициатив по расширению формата СМС информирования, упрощению навигации на сайте и в приложении Банка. Эффективно реализуем формат кросс-продажи персонального предложения для клиента, увеличив за последний квартал конверсию согласий на 15% за счет разработки эффективного процесса предложения.

4. Повышение показателей эффективности и оптимизация ресурсов КЦ

С каждым шагом на пути в сторону клиента мы получаем положительные результаты, о которых будет сказано дальше. Желания клиентов подтолкнуло нас к развитию удаленных каналов взаимодействия, в частности, был запущен проект с голосовым помощником IVR, это позволило сократить на 7% объем звонков в КЦ и уменьшить на 3 сек. время ожидания клиента в очереди.

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

Для достижения поставленных целей мы создаем крепкую нить взаимодействия из всех подразделений Банка для того, чтобы дотянуться до сердца клиента. Ведь **клиент** - это главная ценность нашей системы, ради которого она была создана.

Команда клиентского опыта и группа заботы о клиентах. Более чем 6,5 тысяч клиентов с низкими оценками получили оперативную помощь от группы CFL с решением ситуации. Далее,

через речевую аналитику (РА) нами анализируются записи разговоров CFL с прямой обратной связью клиентов, по результатам которой ежемесячно формируются более 20 инициатив по совершенствованию процессов.

Бизнес сети ДО и КЦ. Мы помогаем бизнесу достигать целей с точки зрения достижения показателей: длительности диалога и сокращения ресурсов на неэффективное взаимодействие с клиентом, рост конверсии выдач +6% за счет подбора максимально подходящего продукта.

Отдел развития и методологии процессов. На основании результатов РА были разработаны 12 программ обучения. Ежемесячно выявляется ТОП сотрудников для назначения обучения. Благодаря РА и обучению удалось в 5 раз снизить количество диалогов, в которых были зафиксированы слова раздражители. Как следствие снизилось количество звонков претензионных клиентов на 29% за полгода.

Отдел мониторинга и нагрузки. Посредством анализа тематик обращений мы выявили основные этапы диалога с клиентом, в которых прослеживается высокая доля молчания. Выявив основные причины, мы смогли сократить АНТ по 10 топовым тематикам на 8%, а также на 5 секунд время ожидания ответа оператора. Анализ упоминания в диалоге некачественной связи/перебоев, а также звонки с молчанием, позволили ежемесячно выявлять около 15 кейсов с проблематикой и контролировать качество связи у сотрудников на удаленных рабочих местах.

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

В нашем процессе выстраивания с клиентом дружеских отношений, речевая аналитика как нить пронизывает каждый этап взаимодействия.

Автоматизированная оценка. В целях непрерывного мониторинга и поддержки высокого уровня сервисного обслуживания клиентов, с начала года нами проанализировано более 4 млн. диалогов клиентов посредством автоматизированной оценки ключевых показателей: процент одновременной речи, количество перебиваний, эмоциональная окраска диалога в формате наличия слов-раздражителей и паразитов со стороны оператора. По итогам года более 85% сотрудников показывают положительную динамику, в дополнение автоматизированная оценка позволила снизить АНТ по тематике «Лимиты» на 8%.

Эмоциональный интеллект и работа с эмпатией. Одной из приоритетных целей было формирование эффективной модели ведения диалога с клиентом, испытывающим негативные эмоции. Анализ речевой аналитики позволил понять, какие фразы оператора оказывают влияние на эмоциональное состояние клиента. В частности, были выявлены более 30 действенных фраз оператора и около 50 фраз-конфликтогенов, которые ведут к негативному исходу диалога. Благодаря этому мы сформировали эффективную модель ведения диалога, которая позволила только за месяц внедрения снизить на 14% количество звонков с негативными эмоциями клиента.

Оперативное реагирование на тенденции. Система дает возможность быстро выявлять тренды по сложным ситуациям исходя из обращений клиентов в контактный центр. Например, в условиях начала мобилизации многие клиенты попали в сложную ситуацию из-за отсутствия возможности обратиться в офис банка для решения вопроса. Мы смогли быстро проанализировать более 500 диалогов с такими обращениями и скоординировать процессы работы сети и контактного центра. Это способствовало сохранению уровня удовлетворенности и лояльности клиентов.

Решение вопроса клиента с первого звонка. Для повышения качества в этом направлении мы разработали анализ выявления причин повторных обращений клиента, подразделяя все звонки более чем на 100 тематик посредством речевой аналитики. Мы исследуем звонки в рамках одной тематики, далее выявляем причины. Таким образом, удалось внедрить изменения более чем в 8

массовых процессах, например изменили алгоритм исходящего звонка для подтверждения операции.

Повышение уровня удовлетворенности клиентов. Мы на постоянной основе проводим анализ выявления тематик с оценками CSI для отслеживания истории взаимодействия с клиентом, анализируем динамику балла. Отдельно анализируем только низкие оценки, для работы с процессами и персоналом, а также в корреляции с анализом проведения допретензионной работы. Нами было сформировано более 15 моделей диалога допретензионной работы исходя из положительного влияния на клиента, исключая фразы и эмоциональную окраску, которые могут привести к негативному исходу. Автоматизированная оценка основных критериев работы оператора позволила оценить более 4 млн. диалогов с начала года, а также более 85% сотрудников показали положительную динамику.

Предвосхищение ожиданий клиента. Мы хотим, чтобы наши клиенты пользовались лучшими продуктами на рынке. Анализ речевой аналитики, упоминания 10 ТОП конкурентов и особенностей продукта которые клиенты хотели бы видеть, позволяет нам совершенствовать предложения Банка, мы внесли 14 инициатив, 10 из которых уже на стадии реализации.

При запуске нового продукта, мы проводим анализ ТОПa причин отказа клиентов от продукта, для лучшего понимания критериев и характеристик, которые важны для клиента.

5. Результаты (не более 3600 знаков с пробелами)

Наш главный результат - это взаимные и долгосрочные отношения с клиентом. Это ниточка к сердцу клиента, которая возникает благодаря слаженной работе всей команды: от контактного центра до сети офисов. Эта работа уникальна тем, что мы можем не просто совершенствовать процессы Банка, но и узнать идеальную формулу выстраивания с клиентом взаимовыгодных, доверительных отношений на протяжении всей жизненной линии. Оценивая эффективность нашей работы, мы хотим выделить 4 основных параметра в которых мы достигли впечатляющих результатов.

Влияние на бизнес:

- Рост конверсии согласий на персонально подобранный продукт NBO на 15% за квартал
- Снижение длительности обработки вызова на 29 сек. за полгода и сокращение неэффективных этапов диалога на 12%
- Сокращение трудовых ресурсов и затрат на обслуживание линии на неэффективное взаимодействие с клиентом за счет снижения звонков на 46% с полным молчание оператора или клиента на входящих звонках

Операционная эффективность:

- Высвободили ресурсы от ручного анализа на 100% за счет внедрения автоматизированной оценки ключевых показателей
- Сократили АНТ по 10 топовым тематикам на 8%, а также на 5 секунд время ожидания ответа оператора за счет повышения скорости обработки вызовов
- Минимизировали процент взаимного молчания в диалоге (на 7,5% времени звонка)

Влияние на клиентский опыт:

- Рост доли оценок 4 и 5 на 4% за полгода
- Снизили долю повторных обращений в течение 24 часов по тематике «Лимиты» на 6%

- Сократили долю звонков с негативными эмоциями клиента на 14% в первый месяц внедрения новой модели работы
- Сократили количество обращений клиентов на плохую связь на 4%, за счет внедрения анализа контроля звонков с молчанием и плохой связи у сотрудников удаленного рабочего места
- Сократили количество обоснованных претензий на персонал на 9% во втором полугодии по отношению к первому полугодю 22г.

Влияние на персонал:

- Снизил с начала года на 38% звонки, в которых оператор не проводит допретензионную работу
- В 5 раз с 1,2% до 0,25% сократили долю звонков с использованием оператором слов-раздражителей.
- Качество работы сотрудников в голосовых каналах выросло на 23,6% в 2022 году по сравнению с 2021 годом.

(Результаты представлены в приложении - слайд №5 и №6)

Наши усилия мы видим в конкретных результатах бизнеса и непрерывном росте наших лояльных клиентов. Так, количество высоких оценок канала голосовых обращений увеличилось на 4%, а это означает, что нам удается дотянуться до сердца клиента, понять его и дать ему поддержку, которая так важна. Наша тонкая нить взаимного сотрудничества, дотягивается до большего числа клиентов, даря нам счастье иметь близких друзей.

Дружба по жизни – как тонкая нить

Старайся ее беречь и хранить

(с) ЦОКС КЦ

6. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Наше главное достижение – это наши клиенты, и нам очень важно, чтобы та ниточка, которая соединяет нас с ними, с каждым днем становилась крепче. Мы укрепляем ее нашими поступками, совместной работой, которую совершаем в интересах наших клиентов.

Мы исходим из глобальной цели формирования долгосрочных взаимоотношений с клиентом, все наши действия по внедрению речевой аналитики направлены на то, чтобы сделать лучший продукт на рынке, а процесс его использования для клиента максимально понятным и комфортным. Искреннее желание сотрудников банка помочь в решении ситуации клиента и постоянное совершенствование процессов, по нашему мнению, формирует крепкие отношения и ответные положительные эмоции у клиента к Банку.

И мы планируем и дальше укреплять нити взаимосвязей с нашими клиентами, помогать им, слышать и поддерживать.

Наши планы на ближайший год:

- 1) Внедрить речевую аналитику в канал взаимодействия через чаты. Эффект: с помощью инструмента планируем выявлять тематики для упрощения клиентского пути, дополнительно высвободить ~50% времени сотрудников, привлеченных на ручную оценку диалогов.
- 2) Расширение зоны внедрения речевой аналитики офисов банка до 70% покрытия. Эффект: повышение операционной эффективности за счет сокращения времени ожидания обслуживания на

25-30% при оптимизации модели диалога с клиентом.

3) Разработка и внедрение автоматического модуля подсказок для оператора и сотрудника офиса в режиме онлайн на основе данных речевой аналитики в ходе онлайн анализа реакций клиентов во время диалога. Эффект: следование сотрудниками эффективной модели общения с клиентами в 95% случаев взаимодействия, как следствие рост удовлетворенности в обслуживании, увеличение конверсии согласий на продукты Банка.

Уверены, что у нас все получится!

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Тараторкина
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Алена Марселевна
ДОЛЖНОСТЬ	Главный менеджер