




ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №9232

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ НЕБОЛЬШОЙ КОНТАКТНЫЙ ЦЕНТР (до 100 мест).
ТУРИСТИЧЕСКИЙ СЕКТОР

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	TravelLine
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Йошкар-Ола
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	23
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.travelline.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Команда технической поддержки
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	https://youtu.be/8O08EYk-FIE

ЭССЕ НОМИНАНТА

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

Мало кто из россиян может дать ответ на вопрос: “Что за компания такая – TravelLine?!”.

Но при этом почти каждый из них неоднократно пользовался нашими инструментами по всей России и даже за ее пределами, бронируя номер в отеле, санатории, хостеле, покупая путевку ребенку в детский лагерь или арендуя модную палатку в глэмпинге.

TravelLine предоставляет онлайн-решения для гостиничной индустрии, а наша команда техподдержки помогает клиентам решить вопросы, которые возникают у них в процессе работы. Наш уютный и современный офис находится в самом центре небольшого города Йошкар-Олы.

Наши клиенты – это в основном сотрудники отелей. Кроме них к нам обращаются и наши партнеры – каналы продаж, специалисты автоматизированных систем управления, IT-специалисты. Вместе мы трудимся над тем, чтобы взаимодействие между всеми участниками было комфортным.

22 сотрудника техподдержки справляются с обслуживанием всех клиентов TravelLine, а их у нас почти 10000. Это возможно благодаря регулярным обучениям, мастермайндам, обсуждению результатов работы, постановке целей, проработке ошибок. Наши сотрудники по-настоящему мультискилловые.

Каждое обращение клиента фиксируется в системе Omnidesk, поэтому нам доступна вся история обращений. Это напрямую влияет на оперативность решения вопросов.

Мы представляем первую линию заботы. Это значит, что наша команда взаимодействует с клиентами по всем вопросам, даже если в решении кейсов участвуют разработчики. Мы ежедневно общаемся с клиентами по двум каналам связи: бесплатной горячей линии и по электронной почте.

Профессиональная и быстрая техподдержка – конкурентное преимущество и важное условие успеха всей компании. Именно поэтому наша главная задача – работать с любыми запросами клиентов быстро и качественно. Мы хотим, чтобы клиенты оставались довольны как общением с техподдержкой, так и сотrudничеством с компанией в целом.

У клиента есть возможность оценить работу специалиста после решения любого вопроса. Результаты удовлетворенности вы можете посмотреть в приложении. Клиенты высоко оценивают нас, и мы гордимся этим.

Мы регулярно анализируем вопросы клиентов и проводим для них открытые вебинары, где даем подробные ответы и рассказываем о новинках нашего функционала. А чтобы клиентам было удобно работать с нашими сервисами, постоянно пополняем базу знаний новыми статьями и инструкциями.

2. Положительное влияние на деятельность организации (не более 1800 знаков с пробелами)

Техподдержка – неотъемлемая часть нашей компании. Благодаря репутации техподдержки увеличивается количество клиентов, которым важно общаться с живым человеком, а не роботом. Клиенты любят нас за индивидуальный подход, общение без скриптов и скорость решения вопросов.

Мы имеем полную картину того, как клиент работает с нашими инструментами и взаимодействует с интерфейсом. На основании этого мы проводим анализ запросов и, комбинируя это с полным аудитом личного кабинета, передаем в работу через систему Helpdesk в отдел разработки и тестирования. Таким образом, наша экспертиза позволяет непрерывно улучшать инструменты компании. Это напрямую влияет на удовлетворенность клиентов. Разработчики прислушиваются к нашему мнению и заранее демонстрируют нам новый функционал еще на этапе разработки. А когда он становится доступным, мы первые получаем обратную связь от клиентов и передаем ее разработчикам для оптимизации.

Мы предложили ведущим product-менеджерам компании пройти школу саппорта. Как проходило обучение? Ребята из команды разработки на время стали специалистами техподдержки: отвечали на вопросы клиентов. Это помогло им глубже понять специфику работы отельеров и сотрудников контактного центра. Впоследствии команда сгенерировала множество полезных идей по оптимизации.

Школа саппорта пользуется популярностью среди других отделов компании: отдела продаж, юридического и экономического блоков. Ученики школы саппорта слушают лекции от экспертов нашего контактного центра, выполняют технические задания, имитирующие работу сотрудников отеля, общаются с клиентами. Например, отделу продаж школа помогает глубже изучить продукт и повысить собственную экспертность. Нам приятно, что генеральный директор Александр Галочкин также поддержал идею и прошел обучение в школе саппорта.

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

Как любой контактный центр, наш тоже нацелен на результат и эффективность. Оценить эффективность помогают показатели, которые мы активно применяем. Мы понимаем, что нашим клиентам важно решать свои запросы быстро и качественно, поэтому акцентируем внимание на ключевых метриках.

К примеру, при работе с письменными обращениями мы делаем упор на скорость первого ответа, на процент запросов, решенных с первого раза, на удовлетворенность ответами специалистов. А при обработке звонков – скорость поднятия трубки, процент голосовых запросов, решенных в

течение дня, и, конечно, CSI – удовлетворенность ответами.

Для того, чтобы постоянно отслеживать количественные и качественные показатели и вовремя на них реагировать, мы разработали дашборд. Дашборд показывает, сколько принято звонков, обработано писем, сколько решено задач при первом обращении. Сотрудники могут в режиме реального времени следить за своими показателями и смотреть, на какой позиции среди своих коллег в отделе они находятся. Мы используем системы, которые помогают нам управлять бизнес-процессами обслуживания клиентов:

- Омнидеск – тикетинговая система, в которой работают все клиентские отделы. Омнидеск показывает всю историю обращений, большинство показателей мы выгружаем отсюда.
- Битрикс – это сервис для управления бизнес-процессами, который помогает вести совместную работу всей компании и является общей точкой доступа к клиентской базе.
- Хелпдеск – это инструмент для автоматизации передачи вопросов специалистам второй линии техподдержки и разработчикам. В рамках данных запросов решаются задачи на проверку и выявление технических ошибок, сложных настроек.
- Asterisk – решение АТС для телефонии. Мы работаем в коробочной версии, в которой можно реализовать практически любые тонкие настройки. Данные из телефонии можно посмотреть в реализованных дашбордах.

Как мы работаем с многозадачностью? Наши сотрудники чередуют дни дежурства на письменных обращениях и звонках. Это позволяет концентрироваться на одном типе задачи. Тем самым мы в разы сократили время первого ответа, которое сейчас составляет менее трех часов.

В нашем контактном центре удобный график работы, много перерывов на отдых, что помогает усилить положительный фон при работе с клиентами.

Весной этого года с рынка неожиданно ушли такие крупные игроки, как Booking.com, Airbnb, Expedia. Много новых клиентов подключилось к нам в этот период, что увеличило нагрузку на контактный центр почти в два раза. Это привело к снижению некоторых показателей. К примеру, показатель «время первого ответа» всегда был на уровне 80-90%, но в марте-апреле показатель снизился до 74%. Мы поняли, что даже работая с переработками, мы не сможем вернуться к тому уровню обслуживания, к которому привыкли клиенты, и приняли в свою команду 6 новых сотрудников. Благодаря обновленной системе наставничества и слаженной работе сотрудников мы подняли этот показатель до 96% к сентябрю. Что еще мы сделали? Увеличили количество дежурных на письмах и звонках, начали активно создавать и использовать шаблоны писем. Проводили вебинары по самым популярным вопросам, тем самым сокращая количество обращений.

В приложении мы отразили динамику показателей, которые важны в нашей деятельности.

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

Мы считаем, что по-настоящему креативные ребята – это те, кто реализуют свои идеи и мечты прямо на рабочем месте. У нас много таких примеров.

У нас есть собственная студия звукозаписи, в которой мы регулярно проводим вебинары. На вебинарах мы не только рассказываем, как выполнить настройки, но и стараемся в каждый вебинар добавить свою изюминку, элементы интерактива. Например, проводим небольшие викторины в Kahoot или Quizizz, где у клиентов есть возможность проверить свои знания и выиграть приз.

Стоит отметить известные на всю компанию выпускные сотрудников, которые прошли испытательный срок в нашем контактном центре. Мы уже провели более 10 выпускных. Это своеобразный ритуал посвящения, который помогает им почувствовать, что они прошли все

испытания и стали частью команды. На каждый такой праздник мы придумываем новую тему: по мотивам игр «Кто? Где? Когда?», «100 к 1», «Своя игра» и др.

В этом году мы открыли для себя новый формат внутрикомандных встреч – мастермайнды. Общение в малых группах позволяет каждому сотруднику поделиться сложностями в работе. Участники помогают решить его вопросы, предлагая множество идей. Например, сотрудники отмечают, что мастермайнд помог почувствовать себя увереннее, вырасти профессионально, получить мотивацию для движения дальше. Это мощное сплочающее мероприятие, которое позитивно влияет на климат в коллективе, особенно в женском:)

Эксперты нашего контактного центра разрабатывают интерактивные обучающие курсы для коллег. Основная тема материалов – работа с инструментами TravelLine. В создании курсов применяются тренажеры, живые кейсы, интерактивные диалоги, персонажи, сторителлинг. Такая подача информации помогает легче вникнуть в суть вопроса и новичкам, и опытным сотрудникам.

5. Клиентоориентированность (не более 3600 знаков с пробелами)

Клиентоориентированность для нас не пустой звук.

В каждом сотруднике нашей компании прописан код заботы о клиенте.

Первое, чему удивляются наши клиенты - это то, что мы перезваниваем по всем пропущенным звонкам и голосовым сообщениям.

В нашей команде работают только те, кто действительно любит людей, всегда готов помочь им в решении вопроса. Мы знаем, что клиенты это чувствуют и делятся с нами обратной связью по этому поводу.

Нашим клиентам нравится живое общение, поэтому мы общаемся без скриптов. Команда нашего контактного центра знает, что каждый клиент уникален.

Мы постоянно развиваем свои навыки общения с клиентами на курсах и тренингах.

На одном из тренингов мы открыли для себя типологию DISC Уильяма Марстона. Уже много лет на основе этой типологии мы определяем тип клиента и, отталкиваясь от этого, меняем стиль своего общения, подстраиваясь под клиента. Результаты мозговых штурмов с последнего тренинга мы повесили на стены нашего кабинета и при общении с клиентами используем как памятки.

Мы всегда стараемся предвосхищать ожидания наших клиентов, помимо простого ответа на их вопрос, мы делаем больше и достигаем WOW-эффекта. Мы не безразличны к любому типу вопросов, даже если они не относятся к работе нашего ПО, прилагаем все усилия, чтобы помочь тому, кто ждет этой помощи. Например, подключаемся к рабочему столу, чтобы сделать скриншот, изменить персональные настройки браузера, повернуть фотографию и т.д.

Мы любим получать обратную связь от клиентов. Мы связываемся по каждой плохой оценке, ведь такие оценки помогают нам стать лучше. Есть много примеров, когда нам удавалось изменить их мнение о нас и они стали нашими амбассадорами. Не оставляем без внимания и подробные комментарии, в которых нас благодарят за наш труд, просят выписать премию, желают здоровья и богатых мужей.

6. Вовлеченность (не более 3600 знаков с пробелами)

Работа наших клиентов в сфере гостеприимства продолжается 365 дней в году. Поэтому мы на связи каждый день, включая выходные и праздники. При такой занятости нам важно, чтобы сотрудники чувствовали себя как дома. У нас комфортные рабочие места, много зон для отдыха, бесплатные обеды, спорт, ДМС. В нашем кабинете есть массажное кресло: после непростых разговоров ребята любят в нем отдохнуть. В офисе очень теплая, дружелюбная атмосфера. У нас нет дресс-кода, жесткой субординации. Можно заговорить с любым человеком в компании, даже если ты его не знаешь, и будь уверен, что к тебе отнесутся как к старому приятелю.

Наши ключевые качественные показатели выведены в бонусную схему, которая учитывает каждый нюанс: нагрузку, влияние внешней среды, отсутствие сотрудника и прочее. Стоит отметить, что бонусы составляют до 40% от общей заработной платы, тем самым сотрудники материально мотивированы в постоянном улучшении и сохранении стабильных показателей.

Мы часто взаимодействуем с другими отделами и во всём чувствуем их поддержку и вовлеченность. Конечно, и сами отвечаем тем же! Например, в период высокой нагрузки весной этого года отдел маркетинга обновил дизайн базы знаний и помог оптимизировать в ней инструмент поиск. Ребята также внедрились чат в Telegram для общения сотрудников сферы hospitality. Клиенты сами друг другу помогают, делятся идеями, а если у них возникает сложный вопрос технического характера, то маркетологи обращаются за ответом к нам. Такой командной работой снимали часть запросов в службу поддержки.

А с техническим отделом мы прямо сейчас выстраиваем процесс обработки feature-реквестов на основе Канбан-доски. Мы провели ряд мозговых штурмов, нарисовали прототип и в скором времени внедрим его в жизнь.

Наши HRы регулярно измеряют показатели. В последнем исследовании на платформе HarryJob наши сотрудники проходили анонимный опрос, в котором оценивали четыре показателя: вовлеченность, лояльность, eNPS, удовлетворенность.

Оказалось, что вовлеченность в нашем отделе 100%. Мы связываем это с тем, что помимо работы на линии у сотрудников есть много активностей и возможность выбрать то, в чем они действительно хотят развиваться. К примеру, мы сами пишем статьи для базы знаний, которой пользуются все наши клиенты. В ней уже около 900 статей. Также любой специалист может взять на себя роль наставника.

У нас большая развивающаяся компания. И поскольку продукт имеет свою специфику, эксперты растут в нашей же компании. Много специалистов вышло из стен контактного центра. Здесь они получают огромный объем знаний и скиллов: умение общаться, техническую базу, знание клиента, обширные знакомства. Когда в компании появляется какая-то новая уникальная должность, в первую очередь за кадрами приходят в техподдержку. Наш отдел – кузница кадров. Специалистов вовлекают во многие проекты: обучающие видео-ролики с теплым названием «От техподдержки с любовью», помощь в написании текстов на кнопках, уведомлениях и информационных алертах. Мы участвуем в процессе рассылок и уведомлений об обновлениях и т.д.

Показатель eNPS в нашем подразделении 100%. Каждый из нас готов порекомендовать TravelLine и наш отдел в качестве отличного места работы.

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

Каждому успешному бизнесу требуется развитие и различные нововведения. Также и работа контактного центра периодически требует новых идей, новых схем работы.

Мы знаем, что люди поддерживающих профессий наиболее подвержены эмоциональному выгоранию, к которому помимо постоянного общения с людьми приводит и многозадачность. Поэтому мы всячески стремимся к ее сокращению. Мы ввели эксперимент с отдельной ролью дежурного, который обрабатывает пропущенные звонки. Благодаря этому дежурные операторы могут сконцентрироваться на входящем потоке звонков. В свою очередь клиенты отмечают, что если раньше им перезванивали в течение часа, то теперь время сократилось до 20 минут. Кроме того, дежурный по пропущенным звонкам помогает новичкам в команде во время их дежурства на линии. Таким образом, операторы могут сконцентрироваться на более сложных консультациях.

С 2020 года мы совместно с нашим партнером реализуем проект по обучению студентов вузов по направлению «Гостиничное дело» в дисциплине «Изучение платформы TravelLine». В рамках этой дисциплины проводятся лекции и практические занятия, а также подготовка преподавателей для обучения студентов.

Один из экспертов нашего КЦ обеспечивает информационную и техническую поддержку преподавателей.

Уже поработали с инструментами TravelLine студенты таких вузов, как РУДН и СПбГЭУ, РАНХиГС, РГУТИС.

На занятиях студенты на практике осваивают наши инструменты, с которыми каждый день работают администраторы, специалисты отделов бронирования.

В сентябре этого года наше ПО было использовано в проведении всероссийского конкурса профмастерства WorldSkills по направлению «Администрирование отеля». Все участники и эксперты очень позитивно отнеслись к данному проекту. Организационный комитет подтвердил желание развивать партнерское сотрудничество.

8. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Ежедневно общаясь с отельерами, мы понимаем, насколько сложная у них работа. Наши клиенты решают большое количество задач, взаимодействуют с огромным количеством гостей. Поэтому мы хотим быть для них надежным тылом и делаем всё, чтобы, обращаясь к нам, они точно знали, что их поймут, поддержат и обязательно решат их вопрос.

Что нам помогает добиться этой цели?

1. Непрерывный процесс обучения

- тренинги от ведущих бизнес-коучей в сфере обслуживания клиентов,
- внутренние мастер-классы от специалистов технического отдела,
- тренажеры и курсы для прокачки личностных и прокомпетенций,

2. Эффективная система мотивации сотрудников

- специально разработанная бонусная схема, которая учитывает количественные и качественные показатели,
- возможность проявить себя в разных направлениях: проведении вебинаров, обучении product-менеджеров и т.д.
- ежемесячно мы объявляем лучших сотрудников и награждаем их кубками.

3. Поддержание положительного микроклимата внутри коллектива:

- с первого дня сотрудник окружен заботой. За ним закрепляется наставник, который помогает

адаптироваться

- ежемесячно супервайзеры организуют встречи с сотрудниками 1:1. Это позволяет оперативно отслеживать настроение каждого специалиста, своевременно оказывать поддержку,
- для сотрудников, прошедших испытательный срок, мы проводим выпускные. Так новички чувствуют принадлежность к команде,
- в нашем коллективе, как в дружной семье, есть свои традиции, которые мы сохраняем из года в год. Мы совместно отмечаем дни рождения, организуем девичники, встречаем коллег из роддома.

Мы убеждены, что не только отлаженные бизнес-процессы, но и развитые социальные аспекты помогают оказывать душевный сервис. Если сотрудник сам наполнен положительными эмоциями, то он способен передать этот заряд клиенту и сделать его чуточку счастливее.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Орлова
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Елена Геннадьевна
ДОЛЖНОСТЬ	Директор департамента технической поддержки