



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №9419

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШАЯ БОЛЬШАЯ КОМАНДА ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ КЛИЕНТОВ (более 100 сотрудников)

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Skyeng
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Москва, удаленная команда
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	250
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://skyeng.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Команда обслуживания клиентов (Customer Experience)
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

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

255 человек из Customer Experience разбросаны по всему миру и работают полностью удаленно, но это не мешает команде быть сплоченной и добиваться стабильного роста показателей удовлетворенности клиентов одной из крупнейших Edtech-компаний России.

Команда обслуживания клиентов была создана в самом начале истории компании Skyeng, когда в 2012 году появились первые ученики, изучающие английский. Спустя 8 лет произошел поворотный момент в масштабировании Customer Experience. В большую команду объединились поддержка взрослых студентов и детей, а еще новое премиальное направление.

Сейчас мы состоим из 4 блоков:

1. Техническая поддержка учеников и преподавателей
2. Поддержка общешкольных предметов и английского для взрослых и детей (входящие и исходящие линии)
3. Премиальное сопровождение (служба поддержки для Premium-продуктов)
4. Лаборатория (тестирование гипотез и проектов)

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

Каждый из 255 менеджеров знает стратегию компании, ее миссию и ценности. Для нас это важный момент, потому что мы отталкиваемся от этих положений, когда вводим новый KPI или изменяем стандарты работы.

Цель компании — сделать образование захватывающим и конкурентоспособным. Мы все стремимся, чтобы уроки были столь же увлекательны, как просмотр сериалов, прослушивание подкастов, листание ленты новостей в социальных сетях и игры.

Поэтому задача команды Customer Experience — дать в кратчайшие сроки ответы на вопросы и решить проблемы, чтобы у клиента не пропали удовольствие от уроков и мотивация.

Работаем 24/7 и гордимся быстротой ответов!

- 80% звонков принимаем за 20 секунд.
- Время ответа в чатах — 60 секунд.

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

Конечно, не от одной скорости работы служб поддержки зависит удовлетворенность учеников. У нашей команды порядка 100 показателей качества работы. Важный момент — 50% KPI любого менеджера всегда занимают показатели удовлетворенности и качества, основные из них: **прямая оценка общения с клиентом и оценка контроля качества.**

Отдельная команда в операционке проверяет, чтобы менеджер отработал на высоком уровне, без ошибок. Чтобы потребность клиента была удовлетворена и он остался доволен результатом. Только потом идут скорость ответов и другие догоняющие показатели.

Наш глобальный общий операционный показатель — CSAT учеников: суммарно по всем каналам таргет **4,85 от 5 возможных**. Дальше мы разделяем показатели поканально. Отметим, что у голосовых каналов таргеты всегда выше, чем у письменных — это специфика.

- У исходящего голосового канала высокий показатель — таргет 4,92 и больше, например, в августе 2022 года — 4,96.
- Голосовой вход — таргет 4,88.
- В письменных каналах — таргет 4,85.

Некоторые компании измеряют эффективность в процентах четверок и пятерок в общей массе оценок: 90% — это мало, в Skyeng высокий показатель — около 97%. Но мы не останавливаемся на достигнутом, поэтому, ставя себе средние показатели, параллельно отслеживаем количество детракторов и DSAT.

Детракты — негативщики, которые ставят менеджерам 1-3 балла. В противовес им есть промоутеры — ставят 5 баллов, нейтралы — 4 балла.

DSAT — дополнительный показатель, как CSAT, но для детракторов.

Количество единиц, двоек и троек вместе не должно превысить 5%. Это наш догоняющий таргет.

Подробные результаты за полгода 2022 собрали в файле, который приложили к заявке (раздел "Эффективность").

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

Мы гордимся, что наша команда стала «колыбелью» для инновации, которая скоро масштабируется на всю компанию. Расскажем, как проявила себя техническая поддержка.

В техподдержке всегда работают айтишные ребята, которые мыслят необычно. Они отошли от стандартного сопровождения и разработали часть программного обеспечения, которым сейчас пользуется весь Customer Experience и частично операционные команды, например, подбора преподавателей и поддержки учителей.

Что конкретно сделали менеджеры из сопровождения, которые сидят на линии и помогают решать технические вопросы? Они написали программы по расширениям для нашей CRM и по расширениям для нашего автофака (внешнего поставщика, где мы обрабатываем входящие чаты учеников). Фактически мы сами написали себе программы, которыми пользуемся. Это упростило работу операторам: теперь вся критично важная информация появляется в едином окне. Так мы сократили среднее время обработки обращения (Average Handling Time) и сэкономили человеческий ресурс.

За счет расширения технической поддержки мы экономим около 2,5 мин. на каждом входящем чате.

Еще одно доказательство креативности и проактивности нашей техподдержки. Когда международная IT-компания TeamViewer отказалась работать на российском рынке, наш специалист технической поддержки сам написал программу удаленного доступа, которую мы сейчас интегрируем в наши системы.

Большую роль в повышении эффективности менеджеров по обслуживанию клиентов играет отдел «Лаборатория». Это небольшая команда из семи человек, которая тестирует любые гипотезы и проекты.

Свежий пример:

Гипотеза: клиенты, которые часто отменяют уроки, но при этом давно занимаются, будут согласны брать дополнительные разовые уроки, чтобы не терять прогресс. «Лаборатория» проверила это ручным тестом и получила **конверсию 17%** в доставку урока. Сейчас этот процесс масштабирован.

Все команды Customer Experience работают в тесной связке и вместе придумывают инновационные проекты, которые помогают достигать целей компании. Так, в сентябре 2022 года наша рабочая группа и наставник «Лаборатории» провели масштабное обучение менеджеров исходящей линии.

Цель: исходящая линия должна лучше удерживать учеников в школе. Сказано — сделано! Реализация проекта с обучением позволила вырастить **конверсии на 30%** в возвращении учеников с перерывов и в назначении уроков с заменой во время отпуска основного преподавателя.

5. Клиентоориентированность (не более 3600 знаков с пробелами)

У Customer Experience есть цель легкого операционного масштабирования. Для этого мы закриптовали огромные входящие потоки. Иначе пришлось бы постояннократно увеличивать команду и увеличивать расходы компании на сопровождение уроков.

4200 входящих обращений в Customer Experience каждый день.

Мы создали для менеджеров дружелюбные, короткие, точные шаблоны на стандартные ответы. Конечно, придумать скрипты на все случаи невозможно, к тому же это ухудшило бы контакт с клиентом — проверили на собственном опыте.

Например, команда голосового входа у нас не заскриптована: **общение максимально эмпатичное**. В команде этого подотдела работают менеджеры, которые готовы учить клиентов все делать самостоятельно и экспериментировать с подходами убеждения. Есть только скрипт с набросками ответов, но никто не говорит заготовленными фразами.

Два года назад у нас был проект с четко прописанными скриптами, чтобы поднять удовлетворенность клиентов и сократить время обработки звонка — ни того, ни другого мы не получили. Поэтому отказались от эксперимента. Как говорится, на ошибках учатся. Мы не стыдимся этого, ведь важнее всего найти то, что будет лучше для учеников школы.

Конечно, наша клиентоориентированность выражается не только в дружелюбном тоне и искреннем желании помочь. Чтобы помощь была реальной и ученикам было комфортно обучаться, мы настроили непрерывный процесс сбора обратной связи.

Фидбек собирается по устройству личного кабинета, домашнему заданию, функционалу интерактивной образовательной платформы. Информация поступает в техподдержку, и менеджеры ее структурируют, передают в ответственные команды или заносят крупные задачи в планирование. **Спустя время клиенты замечают реальные изменения.**

6. Вовлеченность сотрудников (не более 3600 знаков с пробелами)

У нас все открыто и честно. Мы постоянно сообщаем внутренние новости отдела и компании. Всей командой ходим на собрания, чтобы быть в курсе, быть погруженными, всегда знать, что происходит.

В Customer Experience — хороший линейный персонал. Мы постоянно собираем фидбек от наших менеджеров о том, что нужно исправить, что сделать, чтобы облегчить работу в системах. Потом обратная связь разбирается и сразу ставятся задачи или вносятся в планирование, если они большие.

Когда дорабатывали отображение логов — всегда собирали информацию о том, что исправить. Все изменения в операторском интерфейсе в итоге идут от самих операторов. Нет такого, что изменения инициирует человек, который ни разу не прикасался к нашей CRM-системе. В начале эссе мы упомянули «удовлетворенность». Это не только про клиентов, но и про саму команду. У нас достаточно стабильный состав: *«текучка» в районе 2% — для такой большой команды это нормально.*

Корпоративная культура Customer Experience не про натянутые улыбки и вынос негатива за пределы компании. Неформально общаясь в телеграме и на онлайн-встречах, менеджеры выпускают пар и отдыхают. Со стороны руководства никто это не запрещает и не контролирует, потому что все друг другу доверяют.

У команды обслуживания клиентов есть своя традиция — мы часто играем в онлайн-игры. Еще для менеджеров разработана **игра с ачивками**: за полученные коины можно покупать себе подарки. С осложнением международной транспортной логистики мы не захотели отказываться от этого и переключились на формат онлайн-бонусов. Например, на коины менеджеры покупают себе уроки в Skyeng или оплачивают нужные сервисы.

Кoins складываются по KPI, по показателям дисциплины, по внутреннему голосованию: у нас есть номинация «няшка месяца», когда менеджеры выбирают того, кто больше помогал команде.

Менеджеры регулярно проходят оценку навыков, обучаются и меняют траектории развития внутри Skyeng. Это помогает им быть вовлеченными в общее дело и смотреть верхнеуровнево на бизнес-

задачи.

Руководители при этом всегда держат в фокусе, что поддержка менеджеров в стремлении развиваться напрямую влияет на их мотивацию.

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

На протяжении года мы вводим в Customer Experience стандарт операционной деятельности COPC — в будущем Skyeng планирует получить полноценную сертификацию. Этот инструмент помогает нам увеличивать коэффициент скорости масштабирования. Теперь мы быстро докапываемся до первопричин низких результатов менеджеров и «лечим» их. Приведем пример, как это выглядит на деле.

Руководитель группы работает с отстающим менеджером и выясняет, какая из пяти первопричин аффектит его: знания, умения, навыки, внешние или внутренние факторы. Под каждую причину у нас уже создан список инструментов. Например, если просело «знание», то присылаем ссылки на обучающие курсы, которые помогают растить каждый KPI.

Что это дает? Внутри Customer Experience очень высокий ratio (количество сотрудников на одного менеджера) — **среднее в районе 22.5**, это достаточно много при сохранении высокого качества. Кстати, ratio — один из новых общих фокусов Skyeng.

Еще с 2022 года техническая поддержка перешла на ITIL (стандарт деятельности информационных компаний). Мы изменили подход: разбили все обращения на инциденты (все, что касается уроков и их возможного срыва) и сопровождение (помощь в настройке оборудования, внеурочное обучение).

Мы приравнивали спасение урока (когда ученик или учитель сообщают, что не могут зайти в виртуальный класс) к инциденту с самым высоким весом. Раньше все обращения попадали сначала в колл-центр, а если не помогло — передавались в техподдержку. Теперь система настроена так, что если ученик или учитель сигнализируют о проблеме во время урока или за 10 минут до него, то обращение сразу идет в техподдержку. Это разгрузило операторов первой линии и дало стабильный показатель спасенных уроков: **наш kpi 80%, но мы его перевыполняем до 86-87%**.

8. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Команда обслуживания клиентов компании Skyeng ставит себе высокие планки и берет их, сохраняя эмпатию к клиентам и сотрудникам, что делает нас успешными. Это подтверждают цифры!

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Тарасова
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Евгения
ДОЛЖНОСТЬ	Head of Customer Experience