

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №10129

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ ЦИФРОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Альфа-Банк
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Краснодар
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	54
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://alfabank.ru/sme/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Альфа-Тигрицы в мессенджерах
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	https://youtu.be/jyx7iw5Yf_I

ЭССЕ НОМИНАНТА

Описание, цели и достижения (не более 3600 знаков с пробелами)

Цифровая революция уже здесь. Асинхронное общение стало не роскошью, а необходимостью. Поэтому, с каждым днем растет количество клиентов, которые стремятся решать вопросы в цифровых каналах. Это связано с высокой занятостью, шквалом звонков от различных компаний и тем, что в текущих реалиях информационное поле перегружено информацией.

При всем этом на пути к дозвону стоят еще различные блокировщики номеров. Иными словами, над компаниями, которые продают свои услуги и продукты с использованием исходящих звонков нависла “грозовая туча” из недозвонов.

С этим можно было смириться и потерять большой пласт клиентов, но мы выбрали не сдаваться и пойти по пути победителей. По пути, который привел к новому и удобному способу коммуникации.

Только представьте... Ежесекундно телемаркетинг совершает огромное количество попыток дозвона, чтобы превратить потенциального клиента в реального, но на пути встает преграда в виде очередных гудков, которые не переходят в диалог. Теперь же эти недозвоны можно собрать, сформировать по ним рассылку с определенной тематикой и попробовать дотянуться до клиента в мессенджере. А дальше, при ответе в чате, диалог можно продолжить как в текстовом, так и в голосовом канале коммуникации.

Это удобно, быстро, комфортно и, ко всему прочему, сохраняется вся история взаимодействия. Однако, мы не лишаем людей выбора.

А для тех, кто любит живые образы и голос и не изменяет своим предпочтениям - оставлена возможность открыть расчетный счет или подключить дополнительный продукт как по телефону, так и на личной встрече с менеджером.

Собственно, эта идея и стала нашим главным топливом для безостановочного развития процесса "Мессенджер ТМ".

Перед командой были поставлены амбициозные задачи: от увеличения контактности базы до увеличения конверсии в открытые расчетные счета для бизнеса и подключенные дополнительные продукты.

Мы не прогадали. Использование мессенджера не только **существенно ускорило коммуникацию** между сторонами, но и подняло уровень комфорта от взаимодействия на абсолютно новый уровень.

Влияние (не более 3600 знаков с пробелами)

Благодаря вовлеченности команды в развитие мессенджеров внутри нашего направления нам удалось расширить зону проникновения этого процесса.

Если раньше мы работали только с недозвонами от новых заявок, которые поступили в телемаркетинг и делали это без специального программного обеспечения (связывались с каждым клиентом отдельно вручную), то за год мы перешли на рассылки. Это позволило охватить больший объем клиентов и оптимизировать нагрузку, выпадающую на сотрудников процесса "Мессенджер ТМ". Из чего складывался наш новый объем - далее.

Недозвоны по новым заявкам - в этой части связь через текстовый канал коммуникации повысила контактность базы от общего количества недозвонов направления на 10% ежемесячно.

Конверсия в согласие составила - 18%, а конверсия в открытие расчетного счета от согласия в чате - 25% (это на 12,5% выше, чем конверсия в открытый РКО через исходящий голосовой канал).

Фоллоу-апы - заявки, по которым операторы исходящего обзвона телемаркетинга назначили встречу на выездного менеджера, но РКО не открылся в течение определенного времени. По этим клиентам делается рассылка с уточнением причины (например: клиент мог передумать или выездной менеджер не дозвонился), по которой счет еще не открыт, по необходимости повторно подбираются индивидуальные условия, уточняется дополнительная информация и далее клиент повторно передается на менеджера, с дальнейшим контролем со стороны сотрудника группы мессенджеров.

Конверсия в повторное согласие по этой активности - 85,4%, конверсия в РКО после повторного согласия - 40,4% (что в переводе на штуки - 5675 открытых РКО).

Кросс-продажи по интернет-эквайрингу - заявки, по которым не был продан ИЭ сразу с РКО. Так как у всего банка стоит цель повысить продажи по интернет-эквайрингу, наша команда решила помочь, используя свои суперспособности.

Были отобраны клиенты с потенциально подходящим ОКВЭД для этого продукта, которые недавно открыли у нас расчетный счет. Далее, через мессенджер им было предложено подключение. А тем, кто еще не успел создать свой сайт - помогли параллельно решить и эту задачу.

Конверсия в согласие - 7,1%, конверсия в подключенный ИЭ от согласий - 5,1%.

Если же говорить про долю в объеме всех подключений по данному продукту в продажах телемаркетинга, то она составила - 15%.

Эффективность (не более 3600 знаков с пробелами)

Для того, чтобы понять и отслеживать эффективность процесса по исходящим коммуникациям в мессенджере, мы установили следующие цели, к которым стремились:

Недозвоны по новым заявкам

Процент успешных коммуникаций

- Цель: 13%
- Факт: 18%
- Динамика за последние 12 месяцев: 38,46%

Процент открытых РКО после успешных коммуникаций:

- Цель: 20%
- Факт: 25%
- Динамика за последние 12 месяцев: 25%

Фоллоу-апы

Процент успешных коммуникаций

- Цель: 70%
- Факт: 85,4%
- Динамика за последние 12 месяцев: 22%

Процент открытых РКО после успешных коммуникаций:

- Цель: 40%
- Факт: 42%
- Динамика за последние 12 месяцев: 5%

Кросс-продажи по интернет-эквайрингу

Процент успешных коммуникаций

- Цель: 5%
- Факт: 7%
- Динамика за последние 12 месяцев: 40%

Процент подключенных ИЭ после успешных коммуникаций:

- Цель: 2%
- Факт: 4,8%
- Динамика за последние 12 месяцев: 140%

Также, чтобы понять, действительно ли мы идем в правильную сторону и стало ли клиентам удобнее с нами взаимодействовать, мы провели опрос среди тех, с кем произошло общение через чат.

95% опрошенных ответили, что подобная инициатива пришла им по душе и оценили этот способ

на максимальный балл.

Такой результат был бы недостижим без оперативной проработки клиентов (91% заявок отработаны командой в первую минуту после попадания сообщения от клиента оператору группы мессенджеров) и без контроля качества выполненной работы (при целевом значении - 97 баллов, фактический результат составил 99,8 баллов).

Все это дает возможность влиять на бизнес в целом и на формирование позитивного опыта у наших клиентов.

Клиентский опыт (CX) (не более 3600 знаков с пробелами)

Внимание к деталям в огромной степени

определяет успешную реализацию бизнес-идеи.

Ричард Брэнсон

При реализации процесса особое внимание было направлено именно в сторону деталей. Мы делали все как для себя, и при этом не стеснялись просить фидбек, чтобы улучшать взаимодействие через текстовый канал коммуникации.

Поняв, какого рода сервис требуется нашим клиентам и какие у них ожидания, у нас получилось дать: индивидуальный подход, скорость связи и высокий результат, так как от этого зависит работа бизнеса. Любой контакт с клиентом имеет особое значение. Он должен быть вовремя взят в работу и не оставаться без контроля даже в тот момент, когда с ним уже работают сотрудники других каналов (например, выездные менеджеры).

Благодаря подходу к клиентскому опыту уровень удовлетворенности клиентов увеличился на 15%.

95% опрошенных клиентов, с которыми мы работали через мессенджер, оценило текстовый канал.

Показатель, который отражает уровень готовности клиента продолжить с нами общение в подобном формате (при необходимости), за год увеличился на 4%. Это дает возможность кросс-продаж по более широкому списку банковских продуктов для ИП и ООО.

Взятая обратная связь помогла нам сократить клиентский путь на 10%, что позволило открывать РКО и подключать ИЭ еще быстрее, не теряя при этом качество обслуживания.

Эти результаты стали доказательством того, что уровень клиентоориентированности, который показывает команда, приносит плоды и формирует лучший клиентский опыт.

Опыт сотрудников (EX) (не более 3600 знаков с пробелами)

Без отличной команды невозможен отличный результат. Поэтому стоит отметить и наши достижения в области удовлетворенности и вовлеченности сотрудников.

98% сотрудников оценили наши условия труда на максимальный балл. Сделали прирост в 1% сравнению с прошлым годом. Высокую лояльность персонала подкрепляет и тот факт, что ребята активно участвуют в программе "Приведи друга", по которой приглашают на работу своих друзей и знакомых. Это в свою очередь привело к тому, что процент сотрудников, рекомендующих нас, как работодателя, вырос на 15%.

Уровень вовлеченности сотрудников увеличился на 20%. Этого мы добились за счет еще большей открытости к идеям и предложениям в разных сферах деятельности.

Отток за год - 0%.

Для того, чтобы держать подобную планку, фокусом стало:

Проведение регулярных опросов сотрудников. Мы проводим ежеквартальные опросы сотрудников, чтобы понять, что работает хорошо, а что требует улучшения. Это позволяет нам быстро реагировать на проблемы и улучшать условия работы.

Внедрение программы профессионального развития. Разработали и внедрили программу профессионального развития, которая предлагает обучение и курсы для повышения квалификации. Это помогает сотрудникам развиваться и улучшать свои навыки, что в свою очередь улучшает их удовлетворенность и вовлеченность.

Улучшение внутренней коммуникации. Улучшили каналы внутренней коммуникации, чтобы обеспечить открытость и прозрачность. Мы регулярно делимся информацией о развитии процесса, успехах и планах на будущее, что помогает сотрудникам чувствовать себя причастными ко всем результатам.

Это все позволяет сотрудникам чувствовать, что их ценят на рабочем месте, мотивируя продолжать выполнять свою работу каждый день, превосходя все ожидания.

Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

Мессенджер существенно ускорил коммуникации. В последнее время цифровое общение вытесняет голосовое и личное. Мало того - в этих переменах активно участвует поколение Z, которое выступает своего рода пионерами, и поколение Y, которое продолжает начатое.

Неоцифровые аборигены (зумеры) и цифровые аборигены (миллениалы) поняли свою потребность в разнообразных способах общения. Только уловив необходимость к изменениям, компании могут остаться актуальными для клиентов.

Звонок или голосовое сообщение кажутся быстрыми способами решить рабочий вопрос, но могут отвлечь собеседника от большой задачи или личных дел. Поэтому в большинстве случаев стоит выбрать текст, что и было сделано.

Наступление "цифры" приносит пользу и ничего кроме пользы, так как расширение цифровых и виртуальных коммуникаций в первую очередь оказывает влияние на скорость процессов. Все решается быстрее, но и человеческие отношения при этом не страдают.

Развитие процесса исходящих коммуникаций в мессенджере в этом году подразумевало для нас:

- усиление скиллов команды
- переосмысление работы контроля качества
- создание новой отчетности
- разработка новых обучающих материалов
- оптимизация расходов
- сокращение клиентского пути для клиентов
- пилотные проекты с другими подразделениями

Лучшие практики (не более 1800 знаков с пробелами)

Наши результаты подтолкнули направление к разработке чат-бота с возможностью исходящей коммуникации, которая инициирует диалог по заданным критериям.

Нашими результатами вдохновляются не только другие направления и отделы, запрашивая консультацию по процессу и начиная внедрять его у себя, после совместного пилотирования, но и 2 крупных российский провайдера цифровых услуг, так как подобный опыт ранее отсутствовал на рынке.

По проведенным исследованиям, если другие компании и общаются в мессенджерах, то от входящего трафика. Если в предыдущем году наш процесс был ручной и пилотный (например: каждому клиенту приходилось писать отдельно), то в этом году мы существенно улучшили процесс - от внедрения рассылок (это не только увеличило объемы, но и позволило операторам сфокусироваться непосредственно на клиентских ответах) до перехода на специальное диалоговое окно.

Мы пошли в историю с исходящими коммуникациями и не собираемся останавливаться.

Дополнительная информация и итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Планы по улучшению:

- Интеграция внешнего ПО для рассылок и операторского окна чата во внутренний контур банка
- Перевод открытых расчетных счетов после телемаркетинга на курьерский канал (сейчас этим занимаются выездные менеджеры). Улучшение позволит оптимизировать затраты
- Разделение базы по недозвонам на следующие части: высококонверсионную, среднеконверсионную, низкоконверсионную. Это позволит настраивать приоритет для рассылок клиентам
- Осуществление исходящих коммуникаций через ВК и внутренний чат банка (в приложении для ЮЛ)

С чем столкнулись на пути к успеху:

- создание оптимальных шаблонов для рассылок (инициирующее сообщение)
- отсутствие подобного опыта в индустрии
- низкая осведомленность других каналов продаж о нашей инициативе (выездные менеджеры вначале не подтверждали существование официального аккаунта банка в WhatsApp и Viber)

Заслуги

Внешние конкурсы:

- Победители конкурса CCGuru Awards | Хрустальная гарнитура-2022 в номинации "Лучший клиентский опыт цифрового взаимодействия (с поддержкой операторов)"
- Лауреат премии CX WORLD AWARDS-2022 в номинации "Лучший клиентский опыт в контакт-центре"

Внутрибанковские:

- Победители III CX-марафона в 2023 г.
- Командный диплом за вклад в развитие бизнеса Альфа-Банка от регионального

управляющего

- Диплом за вклад в развитие канала ММБ от руководителя дирекции по продажам и развитию микробизнеса

Заслуги внутри направления:

Неоднократно команда и отдельные сотрудники процесса были также удостоены дипломов от руководителей направления Телемаркетинг, а также являлись участниками интервью для общепанковского телеграм-канала, где делились опытом по развитию мессенджеров.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Козубова
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Виктория Андреевна
ДОЛЖНОСТЬ	Руководитель проекта