



## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

**ID:** №10133

**НОМИНАЦИЯ:** ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА СНИЖЕНИЯ КЛИЕНТСКИХ УСИЛИЙ

<b>НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА</b>	Альфа-банк
<b>ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА</b>	Москва
<b>КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА</b>	1000+
<b>ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ</b>	<a href="https://alfabank.ru/">https://alfabank.ru/</a>
<b>НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА</b>	Self-service in Claim
<b>ИМИДЖ НОМИНАНТА</b>	
<b>ССЫЛКА на Youtube</b>	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

### ЭССЕ НОМИНАНТА

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

Альфа - банк с большим количеством разнообразных продуктов и подходов к их сопровождению. В процессе использования продукта, как и в любом взаимодействии, между клиентом и банком возникают непонимания и даже споры. Иногда ошибаются клиенты иногда сотрудники, но почти всегда такая ситуация вызывает у клиентов негативные эмоции: гнев, возмущение, обиду, разочарование и, как следствие, желание прекратить отношение с «источником» этих эмоций. Цикл обращения клиента состоит из обнаружения «проблемы», ее донесения «источнику», формирования ожидания решения, получения результатов «расследования» и возможности не согласиться с этим решением.

Мы достигли интересных результатов на всем клиентском пути, отдельно хотим рассказать про этап принятия обращения.

Сфокусировавшись на этом этапе мы сформировали для себя цели и выгоду обеих сторон:

- подача обращения должна быть простой и легкой;

- каналы подачи обращений должны быть удобными и технологичными;
- разгрузка первой линии и сосредоточение ее на наиболее сложных вопросах;
- экономия на трафике.

В 2022 году мы определились с тем, что понятие «просто и легко» не соотносится с теми способами, которые были доступны нашим клиентам: заполнять форму и прописывать свой вопрос, не имея возможности решить таким способом финансовые разногласия. Ждать на линии оператора, долго объяснять и ждать пока он перепишет все, что сказал клиент, при этом не иметь прямой возможности видеть текст обращения и влиять на него, чтобы убедиться, что все учтено. Так же, эти действия не синонимы словам «удобство» и «технологичность».

Определившись со стратегией, совместно с командой Департамента развития цифровых каналов физических лиц, мы приступили к разработке функционала в приложении банка: определились с тематиками, визуалом, расположением и процессом.

Так родился проект по самостоятельной регистрации обращений клиентов в приложении банка: нашим клиентам стало доступно без участия оператора регистрировать обращения по наиболее востребованным тематикам:

- Внесение наличных
- Опротестование по карте
- Обращения нефинансового характера
- Оспаривание комиссии
- Несогласие со страховкой и ее отключение
- Нетиповые справки

## **Влияние (не более 3600 знаков с пробелами)**

Открыв новый канал мы стали ближе к клиенту, что позволило нам получать целевые обращения и обрабатывать их без дополнительных запросов и уточнений, т.к. процесс построен в виде сценария в претензионном боте, где под каждую тематику разработана своя логика и даже находясь на эмоциях, клиент не забудет написать важные для обработки данные.

Благодаря получаемой аналитике мне стали лучше понимать потребности и подстраиваться под них.

Мы не только разработали новый канал, но и оставили клиентам возможность использовать привычные для них каналы подачи обращений.

Теперь наши клиенты могут без участия оператора:

- Оспорить операцию или комиссию из истории своих операций (скоро добавим и кэшбэк);
- Составить обращение по наиболее частым тематикам;
- Прикладывать скриншоты, как аргумент и опору для решения вопроса;
- Проходить сценарий, который подскажет что банку нужно для решения и не упустить важные данные;
- Посмотреть статус своего обращения и ответ на него.

В свою очередь банк:

- Получает данные авторизованного клиента с точным пониманием оспариваемой операции;
- Смог эффективнее сфокусироваться на автоматизации процесса рассмотрения обращений;
- Увидеть потенциал канала и развивать допретензионную работу на его базе, без траты ресурсов оператора;
- Сэкономить на отправляемых смс в сторону push уведомлений с навигацией на ответ в приложении.

Внедрение этой функциональности в первую очередь почувствовали ребята на первой линии и команда по работе с обращениями:

- на первой линии доля негатива и претензионных звонков ощутимо сократилась;
- команда по работе с обращениями стала получать более структурированные и качественные обращения;
- команда процессов и технологий получили возможность автоматизировать рассмотрение обращений там, где ранее это было не доступно или не эффективно.

## **Эффективность (не более 3600 знаков с пробелами)**

Разработав новый функционал, мы находимся в постоянном совершенствовании его сценариев и логик. Это позволяет нам на цифрах видеть насколько он доступен и востребован клиентами.

За год развития функционала и его продвижения:

- Сократили долю канала первой линии с 70% до 45% от всех принятых обращений в банк;
- Экономия трафика на операторе составила 40 сек в голосовом канале и 139 сек в цифровом канале на каждом диалоге с претензионным клиентом;
- Увеличили объем обращений, принимаемых в приложении в 29 раз;
- Благодаря точным параметрам операции мы сократили средний срок рассмотрения обращений:
  - Нефинансовые обращения на 4 календарных дня;
  - Внесение наличных в банкомате на 1 календарный день;
  - Опротестование операции на 3 календарных дня;
- Сократили на 4000 количество обращений клиентов в месяц на входящую линию по тематике «статус рассмотрения обращения»;
- На 20% увеличили долю обращений, рассмотренных автоматически, без привлечения человеческих ресурсов: четкая структура обращений, выбранные операции и интеграционные решения позволили нам сфокусироваться на автоматизации процессов рассмотрения обращений;
- Влияние на долю положительных решений +8%;
- Повысили автоматизацию чат-бота на 2% за счет выбора клиентами этого канала;

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

Несмотря на то, что в первую очередь функциональность вводилась с целью автоматизации потока растущей клиентской базы и доступной возможности оставить обращение, мы не забываем о показателе VOC (voice of the customer).

Мы опрашиваем клиентов после рассмотрения обращений и работаем с этой обратной связью, где они в том числе оценивают процесс подачи.

Сейчас мы с коллегами обсуждаем возможность внедрения оценки функциональности как отдельной сущности в будущем.

За время развития функционала, в совокупности с другими активностями, VOC по наиболее популярным темам обращений в канале, вырос за год в среднем на 10%:

- Внесение наличных +0,07 VOC;
- Обращения нефинансового характера +0,24 VOC;
- Оплата по карте +0,14 VOC;

Банк работает на предельных скоростях: несколько спринтов и новый продукт на рынке. Наш функционал не отстает от трендов и эта скорость требует гибкости и принятия быстрых решений. На этом этапе подключается наш процесс и автоматизация.

На примере сценария оспаривания страховки по кредитной карте: всего несколько действий и решение принято.

Выбираем тему обращения -> Выбираем услугу -> Получаем информацию по ней -> принимаем решение -> подтверждаем его -> получаем возврат в течение 30 сек и ответ по обращению. От момента начала регистрации обращения и до получения решения по нему менее двух минут.

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

Данный функционал стал популярен среди клиентов и сотрудники готовы рекомендовать его.

За год более 230 000 раз операторы первой линии рассказали клиентам о новом функционале и преимуществах его использования.

Мы видим, что узнав о возможности, клиенты используют функционал и в дальнейшем. Снижение количества претензионных клиентов на линии положительно влияет на настроение сотрудников, отток персонала и удовлетворённость клиентов после общения с нашими операторами.

## **Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)**

До сих пор многие банки обходят стороной процесс развития технологий принятия обращений клиентов: не везде можно подать обращение, минуя оператора, или узнать статус обращения без дополнительного запроса. Эта осторожность обоснована в тех случаях, когда процессы, стоящие после этапа регистрации обращения не автоматизированы и не развиваются в достаточном темпе.

Альфа не только не прячет функционал, а позиционирует как новый канал, на равне с голосом и чатом. Наша функциональность находится в приложении в разделе «Чаты», там же, где клиент общается с оператором – на самом видном месте. Мы одни из немногих, кто запустил процесс

регистрации обращений через сценарий претензионного бота, реализовав процесс регистрации не бездушной «формочкой», а подобием диалога.

Мы настолько открыты к клиентам, что готовы принимать обращения сразу из нескольких точек: клиент может выбрать операцию из списка своих операций, а так же может зайти через раздел «Чаты» и оставить обращение там.

Процесс регистрации не только технологичен, но и логичен – при процессе отключения страховки мы понимаем, подключена услуга или нет, прошел ли период охлаждения и нужен ли возврат уже списанной комиссии. При регистрации обращений по комиссиям мы покажем клиенту список всех списанных комиссий и клиент не упустит ничего с чем он может быть не согласен. Мы понимаем за что списана комиссия и используем возможности допретензионной работы – расскажем об услуге и ее преимуществах, но если клиент захочет продолжить – ему это всегда доступно.

Мы развиваем процессы автоматического рассмотрения обращений, используя различные модели и логики, что позволяет нам давать решение в моменте.

## **Лучшие практики (не более 1800 знаков с пробелами)**

Доступность, информационная составляющая и функциональность – мы считаем нашим преимуществом на рынке. Линейка продуктов банка крайне разнообразна, количество продуктов у одного клиента зачастую больше одного и не всегда клиентам легко в них ориентироваться. Мы осознаем важность претензионной работы как фактора оттока клиента и понимаем востребованность функционала – она доказана на цифрах перетока обращений из одного канала в другой. А новый горизонт возможностей автоматизации процесса, увеличение количества моделей и логик принятия решений позволяет рассматривать большую часть обращений в режиме онлайн.

Развитие канала не останавливается на запуске одного сценария: мы смотрим воронки, слушаем, читаем что пишут клиенты, чего не хватает им или команде по работе с обращениями и калибруем процесс снова и снова. Мы не забываем про удобство и дизайн – работаем над тем, чтобы переход между ботами или экранами приложения был замечен минимально, встраивая претензионный процесс в повседневный цикл взаимодействия клиента с банком. Мы достигли того уровня, что клиент в процессе подачи обращения не испытывает негативных эмоций и превратили процесс регистрации в такой же процесс взаимодействия, как проверка баланса.

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

Подводя итоги хочется отметить, что мы только в начале нашего пути и много что требует калибровки и внимания. На 2024 совместно с командой Департамента развития цифровых каналов физических лиц разработали концепцию развития и улучшения функционала: он будет визуально приятнее и понятнее, мы добавим новые сценарии и сущности, мы научим клиентов им пользоваться и продолжим его продвижение.

Наше преимущество – не бояться говорить клиентам что мы тоже ошибаемся.

Наша сильная сторона – готовность говорить клиенту – мы тут, мы рядом, мы готовы услышать, стать лучше, встать на твою сторону и признать свою ошибку.

Такое смелое и открытое решение как возможность оформить обращение из разных точек

приложения - подтверждает это.

---

**ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:**

<b>ФАМИЛИЯ</b>	Тихомирова
<b>ИМЯ ОТЧЕСТВО</b>	Екатерина
<b>ДОЛЖНОСТЬ</b>	Руководитель направления