



## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

**ID:** №9889

**НОМИНАЦИЯ:** ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ ЦИФРОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

<b>НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА</b>	Торговая сеть Пятёрочка
<b>ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА</b>	Москва
<b>КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА</b>	600
<b>ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ</b>	<a href="http://5ka.ru">http://5ka.ru</a>
<b>НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА</b>	Проект внедрения цифровых решений в текстовых каналах
<b>ИМИДЖ НОМИНАНТА</b>	
<b>ССЫЛКА на Youtube</b>	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

### ЭССЕ НОМИНАНТА

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

Наша команда отвечает за поддержку гостей в цифровых каналах торговой сети Пятёрочка, которая насчитывает более 20 тысяч магазинов и 17 млн. покупателей ежемесячно. Наш путь в клиентском сервисе ТС5 берет свое начало в 2020 году, когда наши гости уже активно пользовались мессенджерами и социальными сетями, когда удобство коммуникации в текстовых каналах стало очевидным трендом. Первые шаги мы делали в социальных сетях используя решения аутсорсинговых подрядчиков, параллельно разрабатывая свою омниканальную ЦРМ систему. Как результат, к осени 2020 года, совместно с командой разработчиков было запущена собственная ЦРМ система и первыми цифровыми каналами обслуживания гостей, в рамках омниканальности, стали мессенджеры: Вайбер, Ватсапп и Телеграмм. К февралю 2021 года мы обогатили наше взаимодействие с гостями директом в ВК и Одноклассников. К июню 2021 года, к нам присоединился канал почта. В 2022 году совершили первые шаги в собственных каналах: чат МП и чат на сайте ТС5.

Темпы роста текстовых каналов позволили обозначить следующие цели на 2023 год:

- Развить новое Мобильное приложение с единой точкой входа пользователей в самые популярные текстовые каналы: ВК, Ватсапп и чат Мобильного приложения.
- Реализовать интеграцию оЦРМ + новое Мобильное приложение + гибридный Чат-бот
- Реализовать админ панель управления текстовками сценариев бота
- Сделать чат Мобильного приложения самым удобным текстовым каналом для гостей

- Реализовать собственное решение гибридного бота в чате МП, способного предложить, как кнопочный сценарий, так и сценарий распознавания интенгов
- Добавить обслуживание клиентов по вопросам доставки в чате МП, сохранив показатели KPI всех текстовых каналов. Для нового текстового направления выделить отдельную группу операторов, построить логичные маршруты клиентского пути.
- Добавить обслуживание гостей по вопросам доставки в канале почта, используя ЦРМ и отдельную группу операторов.

К концу 2022 года в ТС5 было два мобильных приложения: приложение доставки и приложение «каменной» Пятерочки. В 2023 году стратегия компании была в объединении двух приложений в одно новое, где гость смог бы решить все свои вопросы и получить полную консультацию по каждому из направлений. Основным текстовым каналом должен был стать чат в МП, собственный канал, где должны были реализоваться все успешные технические решения и те решения, которые не были доступны в сторонних каналах – мессенджерах.

.Обращаемость 2022 года в текстовых каналах составляла: в чате МП 50-80 тысяч коммуникаций, в мессенджерах 150-200 тысяч, в чате на сайте 10-12 тысяч, в директе соцсетей 7-10 тысяч, в почте 4-5 тысяч ежемесячно по вопросам программы лояльности и магазинов. CR(contact rate) сервисов обратной связи от MAU мобильного приложения составлял 15-20%

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

Задачи были амбициозны, и мы справились! Полная реализация задуманного проходила в несколько этапов:

- Апрель: отказ от приложения доставки и полный переход на единое приложение. Запуск гибридного бота в чате мобильного приложения, с добавлением сценариев направления доставки. Запуск процесса обработки чатов, по вопросам доставки, путем маршрутизации ботом клиентов на необходимую группу операторов – каждое направление обслуживается разными операторами, каждое направление отдельно измеряет и выдерживает KPI. В первый месяц рост обращаемости в чате МП +30% или +120 тыс. чатов.
- Июнь: оптимизировали сценарии чат-бота мобильного приложения. Упростили клиентский путь, оптимизировав техническую часть сценариев распределения чатов, где гость мог случайно попасть не на ту группу операторов.
- Июль: добавили возможность передачи/трансферов чатов операторами на смежное направление - доставка в розницу, розница в доставку, что позволило исключить избыточность повторных коммуникаций, возникавших по причине ошибочного выбора сценария/маршрута гостем в боте. Добавили обработку писем через ЦРМ по вопросам доставки, что увеличило месячный объём приема и обработки с 5 до 10 тысяч (сравнение в разрезе июнь-июль) коммуникаций в канале почта.
- Август: полностью реализовали цифровые интеграции между системами компании, что позволило в сентябре гибко управлять через административную панель тайм-аутами чат-ботов. Результат – более 2 тысяч гостей не встретили бота в чате МП, обратившись повторно в течении 24 часов (параметр настраивается в админ панели), а попали сразу на оператора.
- Ноябрь: оптимизировали порядок распределения чатов системой ЦРМ между операторами и внедрили алгоритм приоритезации.
- Ноябрь: окончательно доработали отчетность. Появилась возможность считать KPI как общего потока обращений, так и в разрезе чатов с переводами/трансферами на другое направление и без перевода.

- Количество чатов в МП увеличилось с 6 тысяч до 500 тысяч, что значительно приблизило к количественным показателям голосовой линии – 900 тысяч
- Добились естественного перетока пользователей из мессенджеров в чат МП. Если в январе было 200 тысяч чатов в мессенджерах, то уже к ноябрю стало 45 тысяч.
- В канале почты рост обращаемости с 3 тысяч до 12 тысяч писем, за счет добавления направления доставки.
- Пользователи соцсетей и чат на сайте ввиду своей специфики остались без изменений и сохранили свою аудиторию
- MAU мобильного приложения вырос в 2 раза, в то время как CR разделов обратной связи вырос с 20% до 53%, в основном из-за увеличения доли коммуникаций в текстовых каналах и в особенности чата МП.
- На фоне роста обращаемости количество заказов доставки выросло на 400%, что значительно сказалось на РТО.

Какие результаты мы получили к ноябрю 2023 года относительно января:

Можно с уверенностью утверждать, что основная задача выполнена успешно – запустить единое мобильное приложение, привлечь максимально возможное количество пользователей, дать возможность оперативно закрыть любую потребность в текстовых каналах.

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

Помимо привлечения аудитории в цифровые каналы раздела обратной связи мобильного приложения, не менее важная задача была удерживать на стабильном уровне основные показатели KPI обработки чата в МП по вопросам магазина и карт лояльности, ведь именно в этом текстовом канале планировали коммуницировать с гостями по вопросам доставки и также не отставать по показателям эффективности.

Основные целевые показатели текстовых каналов по направлению «каменной» Пятерочки SL 80/60 (80% чатов должны быть отвечены в течении 60 секунд), ASA не более 90 секунд, A1RT 60 секунд, ART не более 90 секунд, ACPT не более 10 минут.

В течении года уровень доступности мы удерживали в рамках целевых значений(см. во вложении Инфографик 1):

С направлением доставки было сложнее выдерживать показатели. Параллельно увеличению количества заказов росла обращаемость, почти каждую неделю ряды операторов пополнялись новыми сотрудниками, разрабатывались и оптимизировались алгоритмы обработки самых частотных тематик, с которыми приходили гости в чат МП. К ноябрю 23 года мы получили следующую статистику(см. во вложении Инфографик 2):

Какие результаты можно сделать по итогам года:

- Успешно запустили новое направление с единым входом для двух направлений
- Не допустили падение показателей в основном направлении обслуживания
- Привели к концу года показатели нового направления доставки к целевым показателям
- Запустили гибридного бота, настроили маршрутизацию по направлениям обслуживания клиентов сети
- Получили подтверждение положительных финансовых эффектов, повлиявших на РТО

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

Нам важно, чтобы гостю было комфортно в чате МП. Для этого мы ограничили присутствие бота для пользователей, которые обращаются к нам повторно в течении 24 часов. Название внедренной доработки присвоили тайм-аут бота. Для гибкого управления тайм-аутом бота была разработана административная панель, которая позволяет настраивать период действия правил, влияющих на повторные обращения от гостей. Мы оптимизировали распределение повторных чатов на тех же операторов, того же направления, которые ранее общались с клиентом, без прихода бота + добавили приоритет распределения, если возникает даже незначительная очередь в трафике, то повторные чаты не ожидают распределения, а назначаются на операторов, даже если обязательные 3 слота заняты – ограничение по избыточным чатам позволяет добавить 2 слота, для приоритетного обслуживания. В случаях, когда у гостя появлялся вопрос по другому направлению, добавили возможность перевода/трансфера чата на необходимого оператора, способного быстро решить вопрос гостя, в рамках своего направления.

Чего мы добились:

- В августе количество чатов, поступивших напрямую на оператора составило 2 тысячи. В сентябре количество чатов увеличилось до 48 тысяч 10% от общего числа, в октябре 122 тысячи чатов более 22%, в ноябре 127 тысяч чатов более 25%. Как это выглядит для гостя, давайте рассмотрим на простом примере: у клиента возникла сложность с активацией карты лояльности, он пришел к нам в чат МП и встретился с ботом, который предложил ему на выбор перечень кнопок или текстом написать свой вопрос. Допустим, что наш гость оказался одним из 77% пользователей, который не нашел решение в боте, в таком случае бот направит гостя на оператора. В момент общения с оператором у гостя возникает проблема с интернетом, его отвлекают бытовые заботы или ему звонит начальник по важному вопросу и на какое-то непродолжительное время наш клиент перестает участвовать в диалоге чата. Спустя 5 минут по неответу гостя система автоматически закроет коммуникацию и освободит слот у оператора.
- Количество переводов/трансферов чатов на другое направление сократили с 45 тысяч в июне, (в июле 43 тысячи, в августе 39 тысяч, в сентябре 25 тысяч, октябре 19 тысяч) до 12 тысяч в ноябре. Несмотря на то что технически перевод/трансфер занимает у оператора незначительное время 5-10 секунд, это время идет в KPI конечного оператора и влияет на время ожидания ответа гостем. Поэтому сокращение количества трансферов положительно влияет на клиентский путь. У нас есть три причины по которой происходит перевод/трансфер чата:

1. По просьбе гостя, когда он решил свой вопрос в рамках компетентности оператора и ему необходима консультация по другому направлению.
2. По ошибке, когда гость пошел не по тому сценарию бота, в таком случае оператор без лишних слов сразу переводит на другое направление, для гостя весь процесс выглядит «бесшовно».
3. Когда гость в 24 часовой период после общения, например, с оператором доставки, обращается повторно, но с вопросом другого направления.

Так же в помощь улучшению клиентского пути мы добавили группу верификаторов. Основная задача верификатора анализировать совершенные коммуникации за вчерашний день на предмет слабых зон, где гость по какой-то причине не смог решить свой вопрос или где система некорректно отработала, проявился баг.

## Опыт сотрудников (ЕХ) (не более 3600 знаков с пробелами)

Наша команда клиентского сервиса ежедневно взаимодействует с контактными центром. В команде текстовых каналов занимаются поддержкой покупателей более трехсот сотрудников.

Для достижения высоких результатов в обслуживании клиентов, мы ориентируемся не только на клиентский путь, но и на пользовательский опыт наших сотрудников: операторов, супервайзеров, сотрудников отдела контроля качества, верификаторов и аналитиков. Не реже чем раз в два месяца мы посещаем площадку контактного центра, в реальном времени наблюдаем и анализируем запущенные улучшения в оЦРМ, фиксируем пожелания пользователей/сотрудников по оптимизации инструментов в рабочей панели оператора, супервайзера и т.д. Регулярно разрабатываем и обновляем отчетность, которая отображает эффективность как сотрудников, так и внедряемых процессов. Результаты позволяют сотрудникам участвовать и побеждать в проводимых нами внутренних конкурсах, направленных на мотивацию.

В 23 году было реализовано более 50-ти системных доработок, призванных повысить эффективность сотрудников контактного центра, при этом упростить рабочий процесс. Для объективной оптимизации, все новшества происходят по итогам анализа предложений пользователей. Самые значимые изменения позволили операторам:

- иметь возможность использовать заранее подготовленные быстрые ответы, в панели операторов, на самые популярные вопросы гостей. Информацию для ответов операторы черпают из базы знаний, которая находится в оЦРМ системе и оперативно обновляется. На один вопрос у оператора есть возможность подготовить несколько собственных вариантов ответов, соответствующих Tone of voice и прошедших согласование с отделом контроля качества. В панели быстрых ответов есть возможность использовать эмодзи и корпоративные стикеры, что позволяет сотрудникам поддержки добавить эмоциональный окрас диалогу и выразить эмпатию.
- У сотрудников есть возможность выбрать дневную или ночную тему, чтобы снизить нагрузку на глаза
- В рабочей панели каждый новый поступивший чат - «бабл» имеет свой таймер с приятным глазу цветом. Повторные коммуникации отдельно выделяются и оператору понятно, что с этим гостем он уже сегодня общался и необходимости в приветствии гостя нет.
- Вариативность просмотра истории коммуникаций так же упрощает работу оператора. У него есть выбор подгрузить 3 последних коммуникации гостя, нажав кнопку, не выходя из окна действия, оперативно "проскроллить" предыдущие диалоги, понять суть проблемы и предложить решение или выбрать из списка любую историческую коммуникацию и ознакомиться с ней, теряя минимум времени.

Как результат удовлетворенности, отток операторов не превышает 4% в среднем за месяц, при целевых нормах в 8%, это самый низкий показатель среди всех каналов.

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

Нам важно оперативно реагировать на ситуации в чатах и иметь инструмент, позволяющий самостоятельно, без привлечения IT ресурсов, гибко управлять процессами.

Для этого была разработана административная панель, которая дает возможность:

- Управлять тайм-аутом чат-бота, в которой мы можем устанавливать настройки маршрутизации входящих сессий в канале, где есть бот для того, чтобы привести поток входящих сессий на операторов в соответствие с загрузкой в контактных центрах.

- Изменять механику распределения входящих сессий (КЦ vs Бот), учитывая историю предыдущих коммуникаций гостя в этом канале и иметь многофакторную настройку для того, чтобы улучшить впечатление гостя об обратной связи ТС5 в каналах, где есть бот
- Включить или выключить процесс, позволяющий оператору закрывать сессии нажатием одной кнопки, в случаях, когда чат не требует регистрации тикета и ответа на обращение (например, слово "спасибо"), для того чтобы ускорить обработку реальных обращений гостей. Технический тикет будет создан системой автоматически.
- Видеть первичное распределение входящих сессий в каналах, где есть бот, для того чтобы дозировать нагрузку на КЦ и анализировать как часто Гость возвращается в канал с момента последней коммуникации.
- Управлять сценариями, добавлять «заглушки», изменять текст сообщения. Что позволяет нам проинформировать гостя, дать ему рекомендации и экономить ресурс оператора.

И это только малая часть реализованных возможностей эффективного управления событиями в режиме реального времени. Мы планируем развивать этот поход и внедрять административные панели в процессы, в которых с большой частотностью нам необходимо вносить изменения в алгоритмы.

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

Ставить клиента и его интересы в центр всех решений - одна из ценностей нашей компании. Для реализации целей в обслуживании клиентов в цифровых каналах очень важно иметь цифровой продукт oCRM, позволяющий удовлетворить потребность гостя, используя новейшие технические решения.

Что может дать oCRM:

- создание и хранение профиля гостя (карточки гостя - вся информация о госте)
- сохранение истории коммуникации
- бесшовное взаимодействие между каналами онлайн
- обратное уведомление гостя о решении по каждому обращению в выбранном им любимом канале.
- привязка профиля в соцсетях к нашей ПЛ и к профилю гостя в нашей базе.
- наличие возможности эскалации обращений и автоматический контроль сроков решения
- мониторинг всех комментариев под постами на официальных страницах соцсетей в режиме реального времени
- возможность приоритезации каналов обращений и KPI. Мы можем себе позволить скорость ответа от 1 минуты в чатах и директе в соцсетях до 24 часов в канале почта.
- приоритизация повторных коммуникаций
- добавление функционала административных панелей

Т.е. каждая идея, направленная на экономию ресурсов, удобство пользователя, развитие клиентского пути находит отклик в oCRM.

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

Несмотря на внушительные результаты, мы не собираемся останавливаться на достигнутом и уже в первых месяцах 24-года планируем следующие активности:

- Усилить верификаторов мнением гостей, добавив опрос CSAT, который, по успешной практике, будет управляться через отдельную административную панель менеджерами клиентского сервиса.
- Доработать административную панель управления сценариями гибридного текстового бота, где мы сможем не только редактировать текстовки сценариев и размещать информационные сообщения/инструкции, но и самостоятельно создавать новые или изменять старые сценарии бота, оперативно адаптируя их под ситуацию.
- Своевременно адаптировать рабочее цифровое пространство операторов, упрощая процесс взаимодействия с гостем.

## ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

<b>ФАМИЛИЯ</b>	Аникусько
<b>ИМЯ ОТЧЕСТВО</b>	Андрей Константинович
<b>ДОЛЖНОСТЬ</b>	менеджер цифровых каналов