

Клиентский сервис 2022

Основные вызовы и возможности

Михаил Сафран

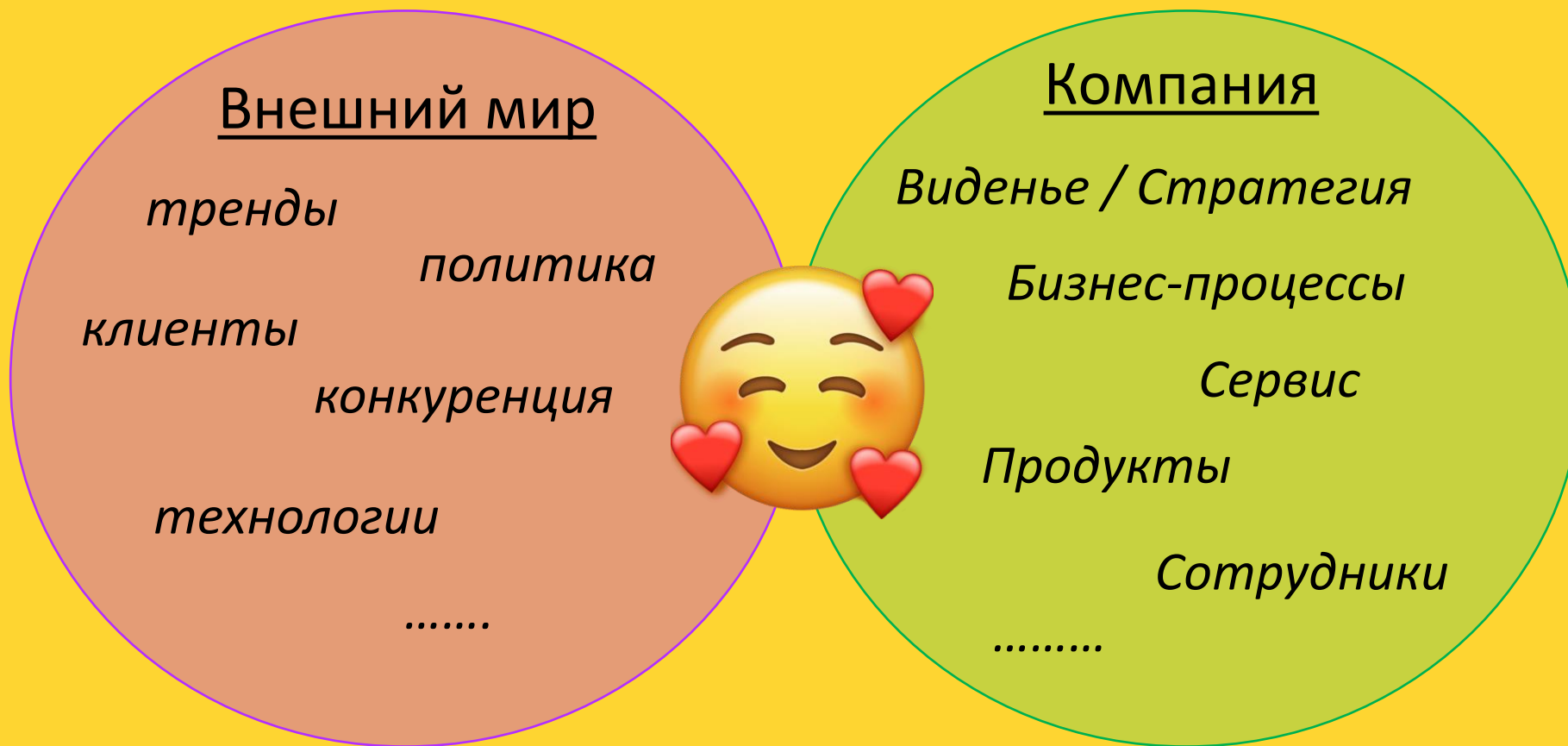
www.MichaelSafran.ru



МИХАИЛ САФРАН:

- Экс-вице президент по маркетингу и клиентскому сервису: Росно (Allianz), Промсвязьбанк, Детский Мир
- Предприниматель (Orange Concierge, Safex, Questomania)
- Мотивационный спикер, ментор, эксперт по маркетингу и клиентскому сервису
- Лектор «Сколково» (пациентоориентированность)

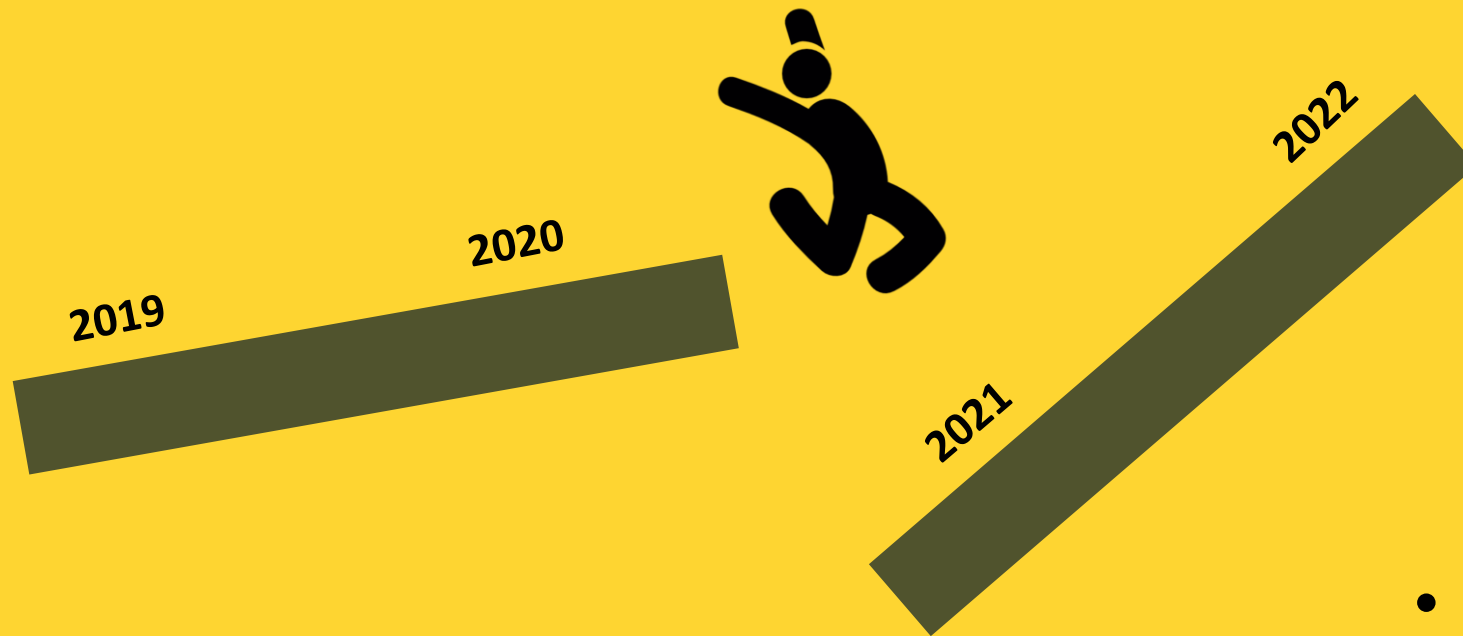






Внешний мир

Потребительский скачок



- Ожидания и ценности
- Критерии и выбор
- Покупка и пользование

Ожидания и ценности

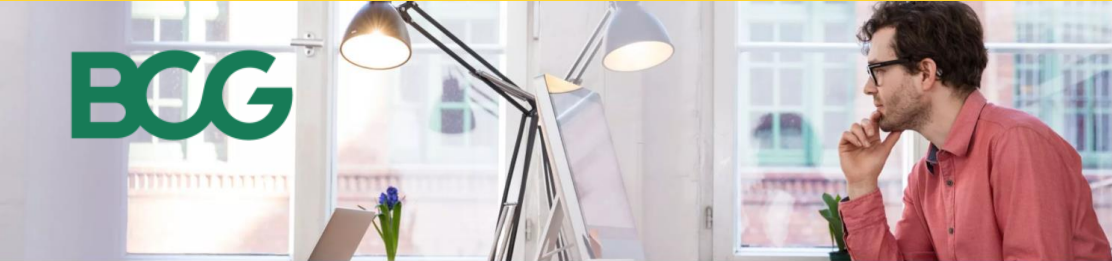


Мы больше ценим семью и общение с друзьями, себя и собственное здоровье, финансовую стабильность

Ожидания и ценности

Тревожность:

Почти 50% считают, что ситуация с коронавирусом ухудшится




RELATED EXPERTISE: [MARKETING AND SALES](#), [CUSTOMER INSIGHTS](#)

The Consumer Sentiment Series

August 2021: Lasting Impact

AUGUST 26, 2021

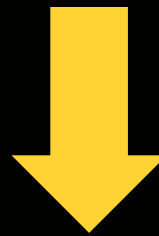


Ожидания и ценности

- Мы ожидаем эмпатию по отношению к себе и своим близким
- Мы ценим понимание и гибкость со стороны брендов
- Мы уязвимее, подорвать наше доверие сейчас легче, чем раньше

NEW

Ожидания и ценности



NEW

Критерии и выбор

Критерии и выбор

- Почти 40% людей пересматривают список брендов, которыми они пользуются
- Прирост онлайн торговли зафиксировался на +35% к доковидному периоду
- Более 80% ожидают от компаний более эмпатичного или более отзывчивого (responsive) сервиса*
- Для 66,4% клиентский сервис является очень важным критерием при выборе компании *

McKinsey
& Company

US consumer sentiment
and behaviors during the
coronavirus crisis

August 19, 2021 | Article



* - Customer Support Through The Eyes of Consumers, 2021, Hiver

Критерии и выбор



From customer insight to empathetic action

От «понимания клиентов» к «эмпатичным проактивным действиям»



From call center to empathetic customer care hub

От «колл центров» к «хабам содействия клиентам»



From online transactions to digital empathy

От «онлайн транзакций» к «цифровому диалогу»



From transaction hub to empathetic experience center

От «центров взаимодействия с клиентами» к «хабам WOW клиентского опыта»

Banking on empathy

April, 2021




accenture

Критерии и выбор

- На компанию можно положиться (собственный опыт, отзывы, ощущения)
- Теплый, профессиональный и быстро работающий клиентский сервис
- Широкая линейка online сервисов, digital - как часть «физических» контактов с компанией
- Забота о здоровье (физическом и эмоциональном) своих клиентов
- Ценности компании (окружающая среда, сотрудники, поддержка разных слоев населения и т.д.)



Ориентируйся на то, как люди
живут, а не на то, что они покупают

The CEO Imperative: Accelerate to get ahead
of the changing consumer, 2021





Повышение доступности:

Специальный раздел – инструкция для пожилых людей по использованию онлайн канала

Решение:

Более подробное и наглядное описание процесса, выделенный персонал



Изменение в поведении клиентов:

Клиенты опасаются заразиться COVID-19 в филиале банка

Решение:

Полностью бесконтактные отделения Drive In





DECATHLON

Изменение в поведении клиентов:

Клиенты опасаются заразиться COVID-19 во время ожидания в очереди и контакта с кассиром

Решение:

Самостоятельная оплата через приложение



**Liberty
Mutual®**

Изменение в поведении клиентов:

Снижение дохода, опасение остаться без работы

Решение:

Частичный возврат страховой премии (за период локдауна, когда клиенты не пользовались автомобилями)

**Liberty Mutual to refund \$250 million
to auto insurance customers**

NETFLIX



Изменение в поведении клиентов:

Большая потребность в доверии,
чувствительность в расходах

Решение:

Заморозка неактивных аккаунтов

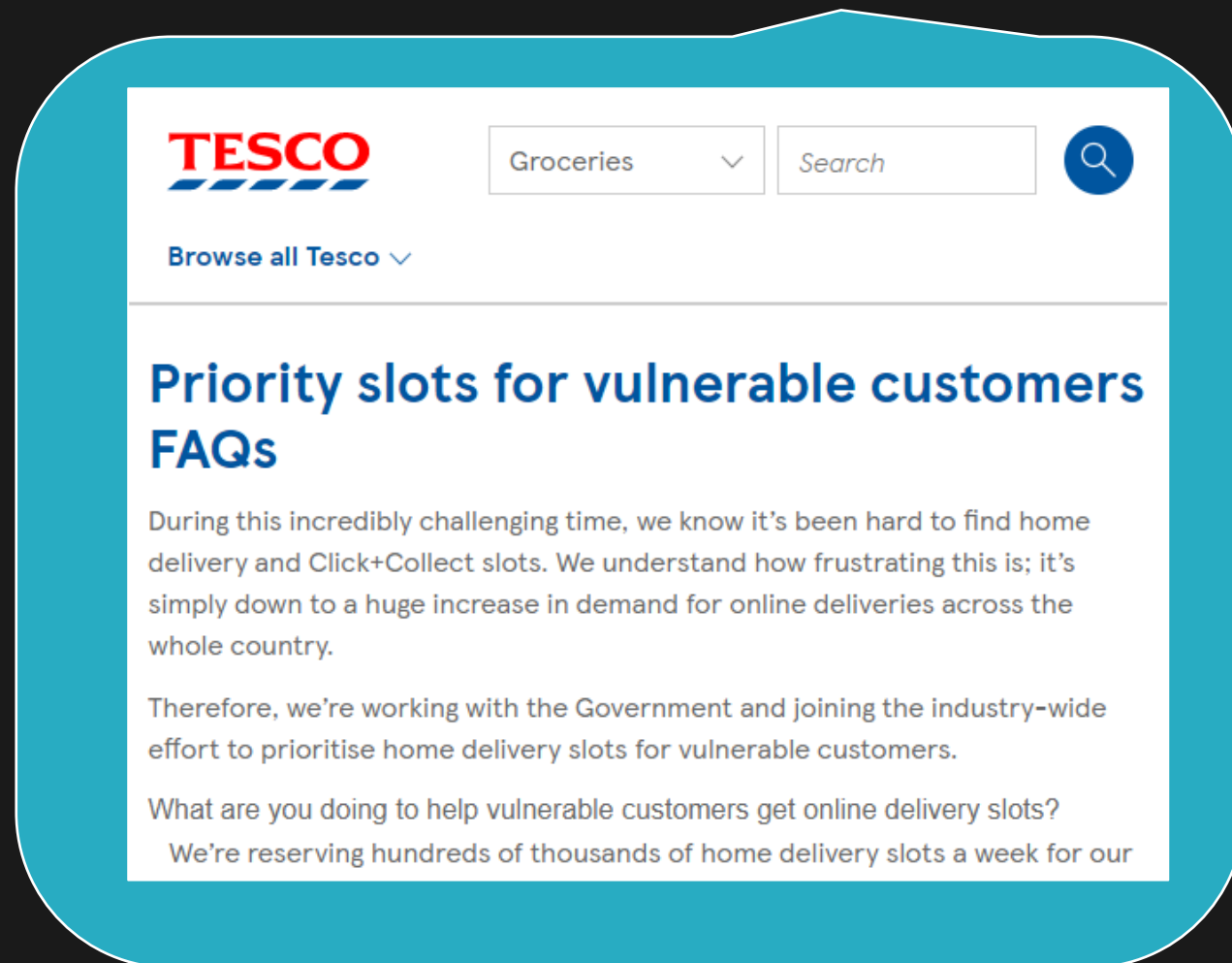


Изменение в поведении клиентов:

Пожилые люди, находящиеся в зоне риска, подвергают себя опасности, контактируя с другими людьми

Решение:

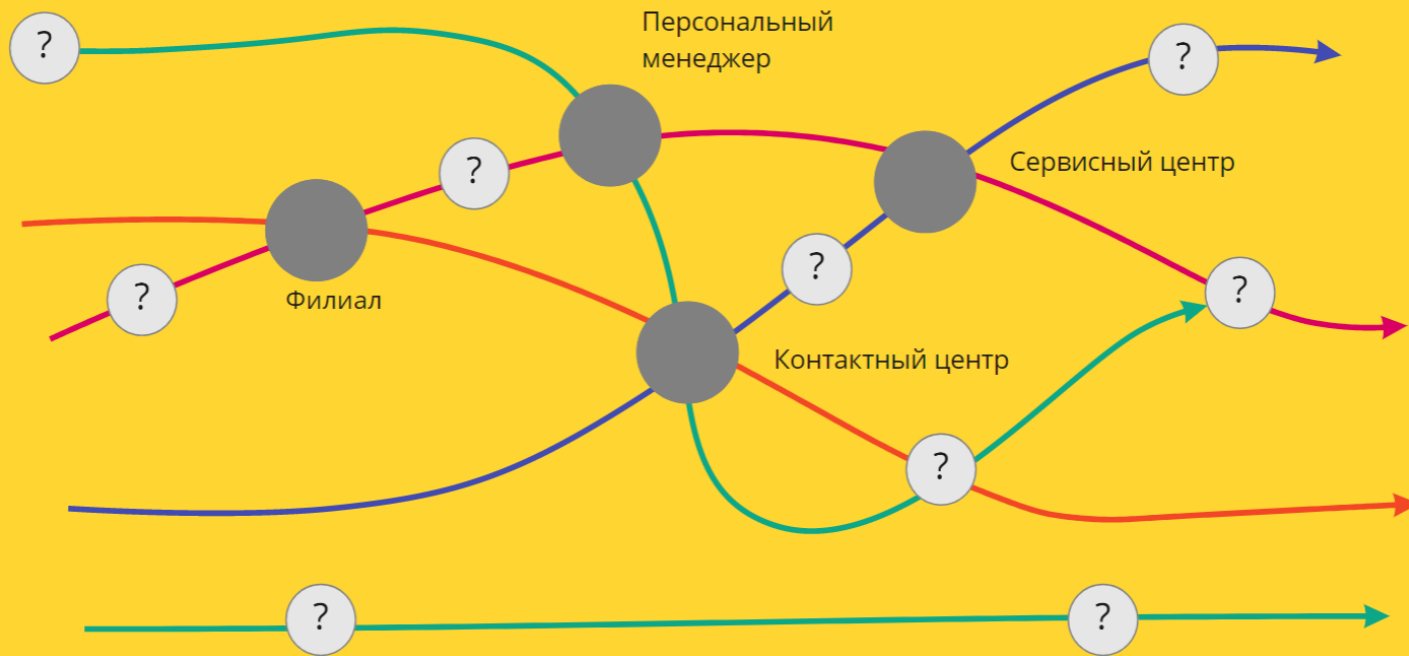
Специальные слоты доставки для людей из «зон риска»





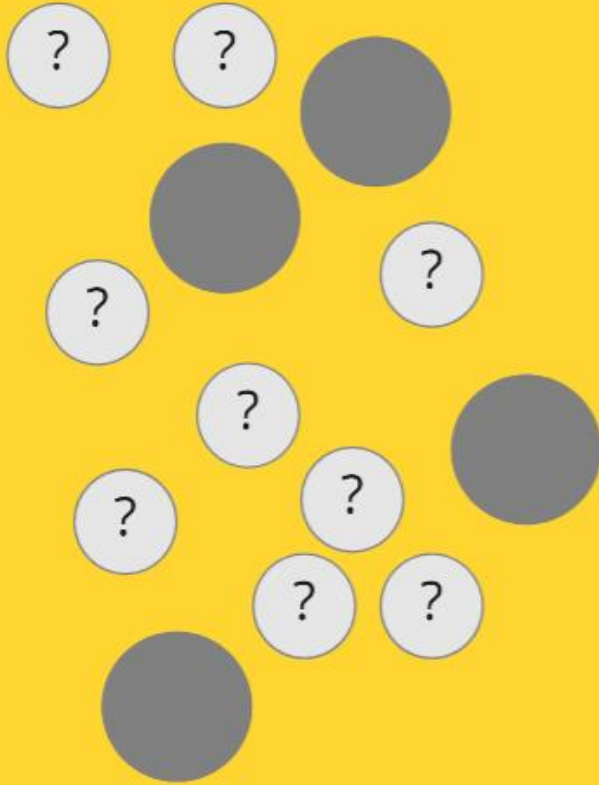
Компания

Швы (разрывы) клиентского сервиса



- Слабое звено
- Тупиковая ветка
- Обрыв цепочки сервиса
- Цикличность сервиса

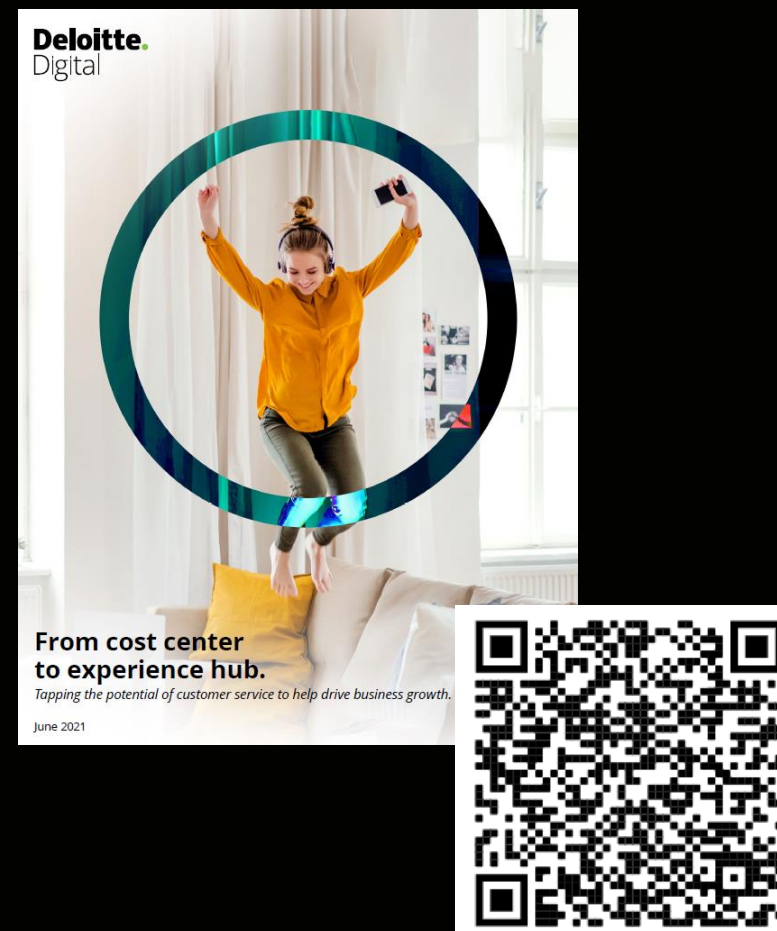
Стратегия «Зеленых коридоров»



- Поиск слабых звеньев, разрывов, тупиков и цикличности (вторичные CJM)
- Внимание к нестандартным обращениям клиентов + выделенная «линия» к руководству
- Диалог с фронт сотрудниками
- Широкие полномочия по нестандартным обращениям
- Коррекция бизнес процессов и перевод нестандартных ситуаций в стандартные

- Agile подходы
- ИИ для более личного и более эмпатичного сервиса
- Распределенная работа
- От «многоканальности» к «правильно-канальности»
- Изменение роли КК внутри компании

Contact Center: From cost center to experience hub June, 2021



Ваши вопросы?

Спасибо за внимание!

Михаил Сафран

msafran@questomania.co.il

+7 985 999 10 67

www.MichaelSafran.ru



Ожидания и ценности



More digital



More health-conscious



More eco-friendly



More price-sensitive



More local



PwC's June 2021
Global Consumer Insights Pulse Survey

The global consumer: Changed for good

**Consumer trends accelerated by the
COVID-19 pandemic are sticking.**