



Цифровая трансформация Европейского Медицинского Центра

Неделя Контактных Центров | CC Week 2021

edna.ru



О группе компаний EMC

Частная клиника № 1 по оказанию высокотехнологичной помощи

32

Года

на рынке

8

**Медицинских
центров**

с применением
Высоких технологий

650

Врачей

в том числе
из США, Израиля,
Европы, Японии

57

Направлений

различного
медицинского
характера

О компании една

с 2005 г.

На рынке услуг информирования

500+

Реализованных проектов

10+

Продуктов в портфеле

Собственная разработка программного обеспечения, зарегистрированы в реестре отечественного ПО

Решаем задачи маркетинга, клиентского сервиса, продаж в области цифровых коммуникаций

Единое окно: один партнер, одна команда, единая платформа

Прямые контракты с      

М.видео
Онлайн. Быстро. Рядом.



Медскан
Сеть медицинских центров

EMC
GROUP OF COMPANIES
EUROPEAN MEDICAL CENTER

СБЕР БАНК

QIWI

HADASSAH
Medical MOSCOW

АЭРОФЛОТ
Российские авиалинии

Альфа Банк

Chaika Health

Райффайзен
БАНК

Билайн

ТИНЬКОФФ

СЕМЕЙНЫЙ
ДОКТОР



ПИК



ТИНЬКОФФ



Портрет клиента EMC

35+ лет



Пользователь

высокотехнологичных
банковских продуктов



Высокий доход,

премиальный сегмент



Хорошо ориентируется
в современных
технологиях



Требователен к качеству
сервиса, ценит
собственное время



Ожидает от клиники
не только высокого уровня
квалификации медперсонала,
но и цифровую экосистему



Открытие нового канала обслуживания — мессенджеры

Глобальные цели:

- Стимулировать процесс цифровой трансформации в КЦ
- Внедрить единую платформу обработки неголосовых каналов коммуникации с клиентами (чат на сайте, чат в мобильном приложении, мессенджеры)
- Запустить продажи в мессенджерах
- Эффективно использовать ресурс КЦ



Каналы коммуникаций



Колл-центр
Ресепшн
Форма заявки на сайте

2020 г.

EMC Doctor
EMC

WhatsApp

Telegram

Чат-бот

Web-чат
на сайте

Чат
в мобильном
приложении

Записаться к специалисту EMC

ФИО

Мобильный телефон * Эл. почта

Выберите специализацию

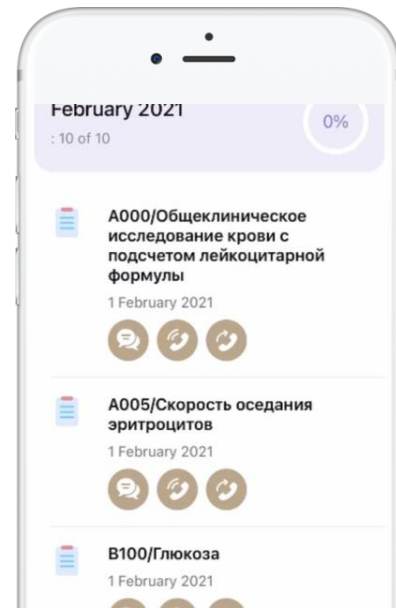
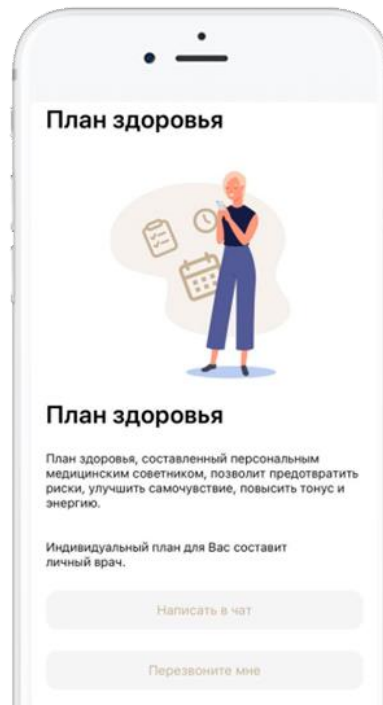
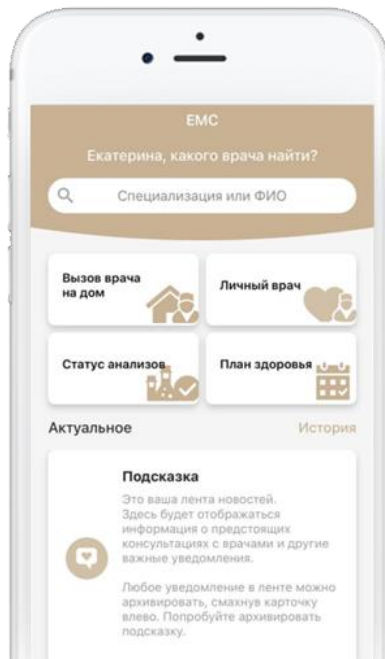
Выберите врача

Дата приема Врени приема

Комментарий

Подтверждаю свое согласие на получение информационных и рекламных сообщений, с условиями предоставления информационных и рекламных сообщений ознакомиться

ЗАПИСАТЬСЯ



Открытие нового канала обслуживания — мессенджеры

Конкретные цели и ожидания

Цели:

- Сократить голосовые вызовы, перевести около **20% клиентов** в digital каналы
- Автоматизировать тематики с типовыми обращениями, **не менее 25%**
- Заменить СМС исходящими сообщениями в мессенджерах

Планы, ожидания:

- Сократить Lost Calls Rate (потерянные обращения)
- Повысить NPS (уровень удовлетворенности сервисом)
- Запустить продажи в мессенджерах, **конверсия не менее 2-3%**

Результаты открытия нового канала

Первый ответ клиенту за 30 сек

SL на первый ответ клиенту от 30 до 60 сек.

На 31% составил переток из голоса в текст

Переток из голоса в текст год к году

Open rate 54%

Знаем каждого «в лицо»

LCR сократился с 25% до 0,29%

Потерянные звонки снизились до минимума

NPS вырос с 64% до 74%

Средняя оценка по опросу



30%

**Выбрали WhatsApp как
приоритетный канал**

- Рассылки в WA, оплата за доставленные
- Входящие обращения приходят в единое рабочее место оператора
- Двухсторонний канал общения

>500

Диалогов в день

WhatsApp vs другие мессенджеры

	WHATSAPP	SMS	VIBER	VK	FACEBOOK	TELEGRAM	ABC
% проникновения	71%	99%	37%	60%	60%	25%	25%
Двухсторонняя коммуникация	☑	✗	☑	☑	☑	☑	☑
Исходящие рассылки по номеру телефона	☑	☑	☑	☑	✗	✗	✗
% доставки исх. сообщ.	91%	97%	80%	80%	неактуально	неактуально	неактуально
% отвечено исх. сообщ.	34%	5%	15%	15%	неактуально	неактуально	неактуально
Кнопки в сообщениях	☑	✗	☑	☑	☑	☑	☑
Максимальный размер одного исх. сообщения	1 000	78	1 000	1 000	неактуально	неактуально	неактуально

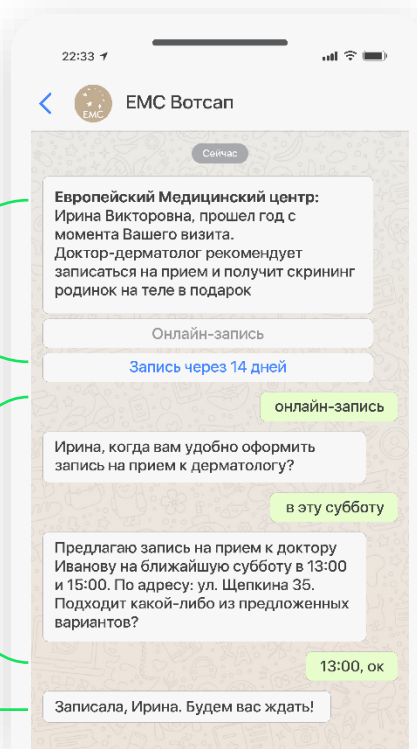
Продажи в чате с помощью исходящих рассылок в WhatsApp

WA используется как дополнительный контакт при недозвоне до клиента, что позволяет перевести контакт в digital поле и наращивать его долю

Клиенту направлено сообщение в WhatsApp

Клиент согласился записаться и был переведен на продающее подразделение

Запись произведена



До 11%

Конверсия продаж в чатах

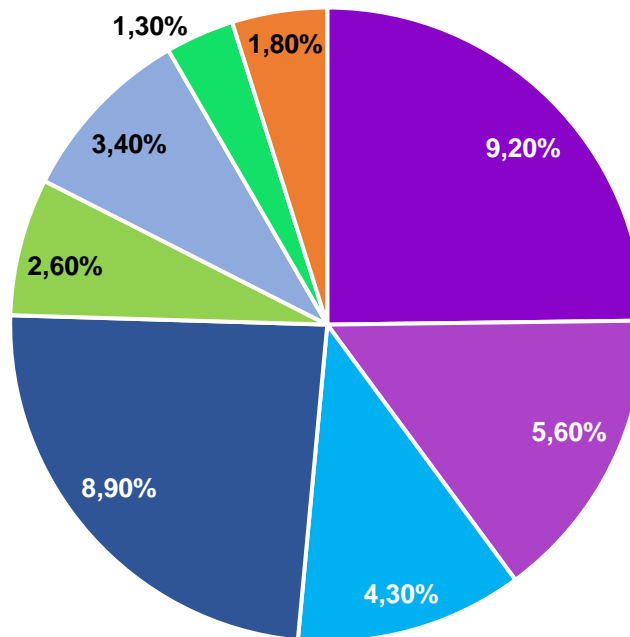
+20%

к плану продаж

Конверсия рассылок в WhatsApp. Специализации

Конверсия в продажи

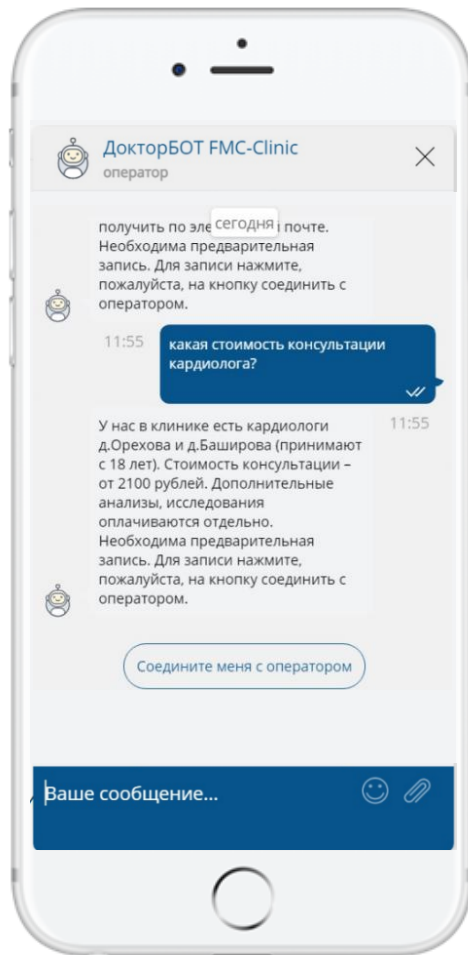
- Гинекология
- Дерматология
- Кардиология
- Маммология
- Урология
- Терапия
- Неврология
- Офтальмология



Бот в СМЦ Солнцево

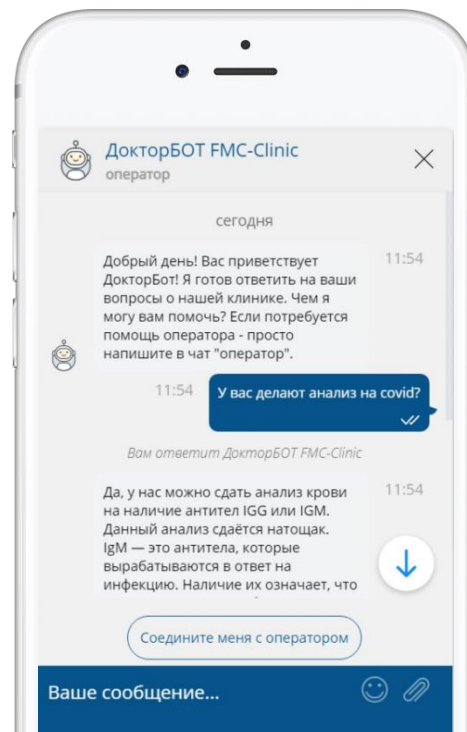
Тематики, по которым бот полностью справляется сам:

- Стоимость приема врача
- Время работы и адрес клиники
- Анализы на Covid-2019
- Вакцинация Covid-2019
- Консультация по услугам



До 60%

Обращений закрывает бот



Планы развития проекта

20% Увеличение продаж
в неголосовых каналах

Интеграция и доработки систем:

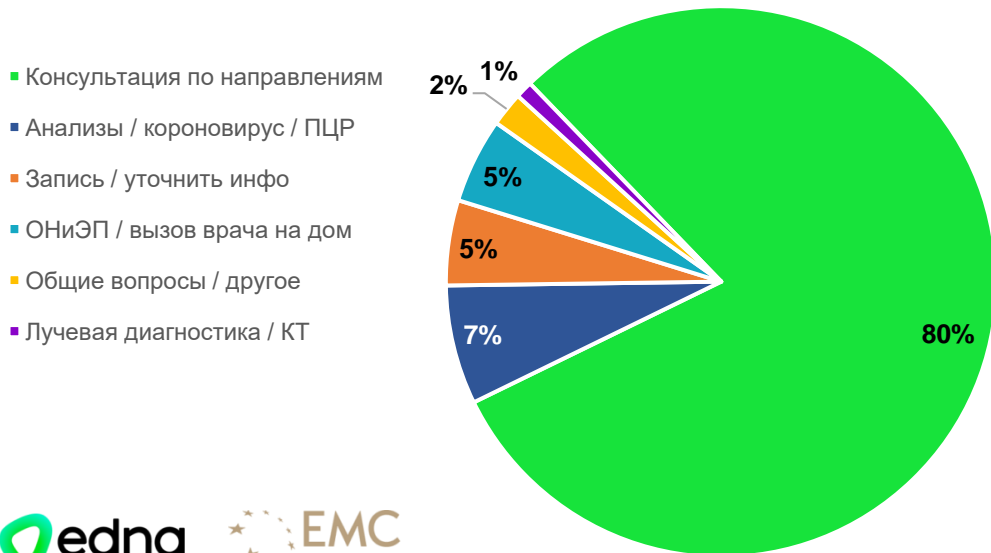
- Интеграция с МИС Элемент, поднятие карточки клиента во время диалога
- Интеграция с мобильным приложением
- Возможность принимать голосовые сообщения в WhatsApp
- Подключение канала Instagram

Внедрение чат-бота EMC:

- Подтверждение / перенос / отмена записи на прием в мессенджерах
- Автоматизация наиболее частых тематик обращений

Тематика обращений в WhatsApp

30% клиентов выбрали канал WhatsApp как приоритетных для общения с клиникой, а голосовая линия стала более доступна для пациентов с экстренными случаями

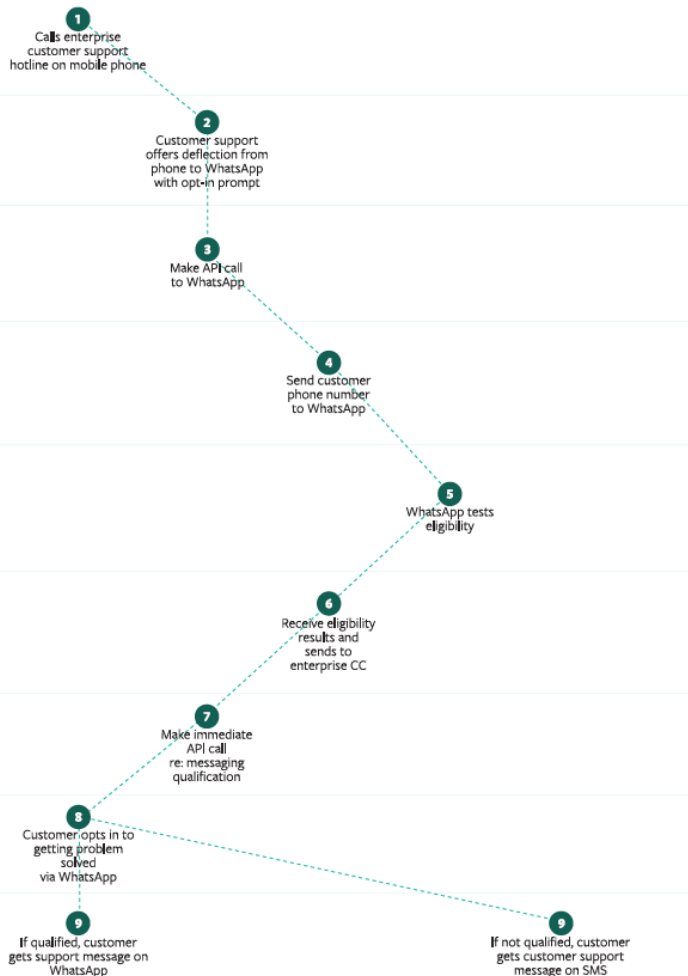


Тематики WA аналогичны голосовым каналам, клиенты готовы записываться на прием по средствам digital каналов, вызывать врача на дом, вызов медсестры для анализов на дом.

Клиенты воспринимают этот канал как полноценный канал по функционалу.

Timeline

1 MINUTE



1	Customer calls enterprise hoping to resolve a billing question by dialing a 1-800 phone number they found on the support page of the brand's website.
2	The call is received during peak hours when the call center is at its busiest and wait times are estimated at 20+ minutes.
3	Enterprise calls "contacts API" to determine if the customer phone number is an active WhatsApp phone number. WhatsApp contacts API returns either a positive or negative response.
4	If the API returns a positive response and confirms phone number is active on WhatsApp, the IVR can now offer the customer a choice: 1. Move conversation to WhatsApp 2. Move to SMS, 3. Remain on hold for 20 minutes.
5	Customer chooses #1 for WhatsApp.
6	Enterprise sends HSM template (WhatsApp notification) to customer.
7	Customer opens their app via a WhatsApp notification.
8	Enterprise sends first automated message asking customer for opt-in (in line with GDPR regulation).
9	Customer elects to opt-in and receive enterprise communications on their personal WhatsApp number.
10	Enterprise can elect to send additional automated messages to Inform routing logic. For example: Are you a business or household customer? Are you calling about Service or Sales, Billing or Technical Support?
11	Automation routes customer to the correct WhatsApp messaging agent.
12	Messaging agent picks up the conversation on the WhatsApp platform and eventually resolves the problem.

Ваши
вопросы?

Торотенков Михаил

Руководитель по развитию бизнеса

моб. +7 930 070 13 99

mikhail.torotenkov@edna.ru