

# Клиентский сервис 2022

## Основные вызовы и возможности

Михаил Сафран

[www.MichaelSafran.ru](http://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)

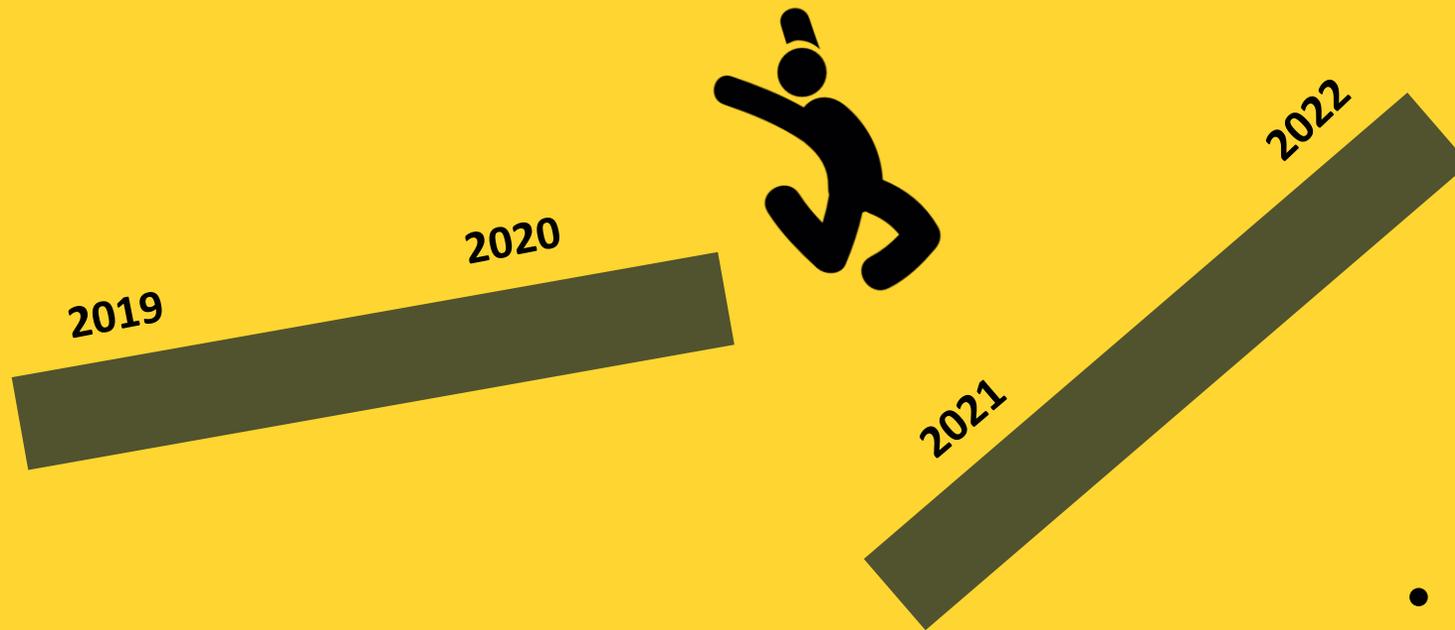






# Внешний мир

# 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

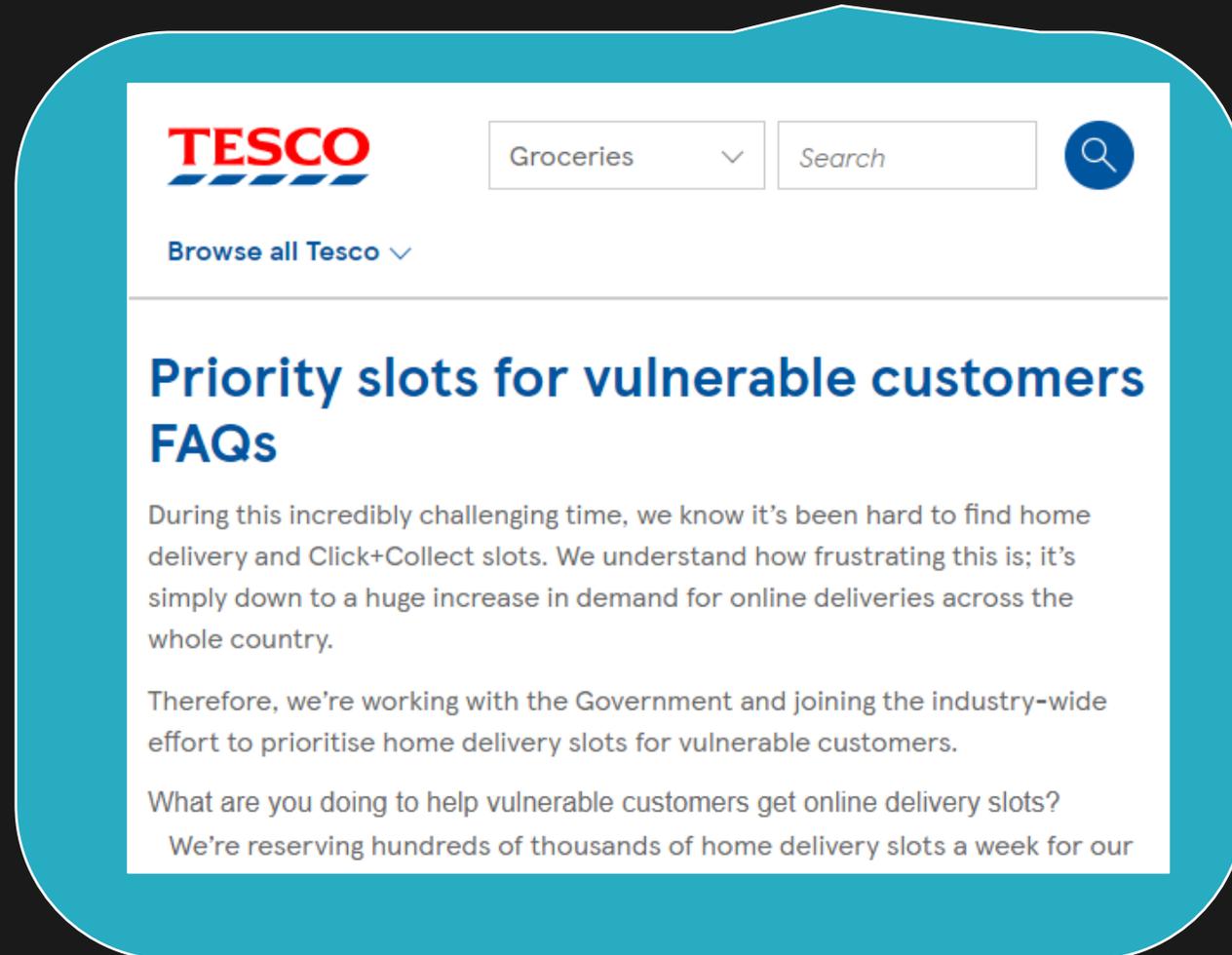


### Изменение в поведении клиентов:

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

### Решение:

Специальные слоты доставки для людей из «зон риска»





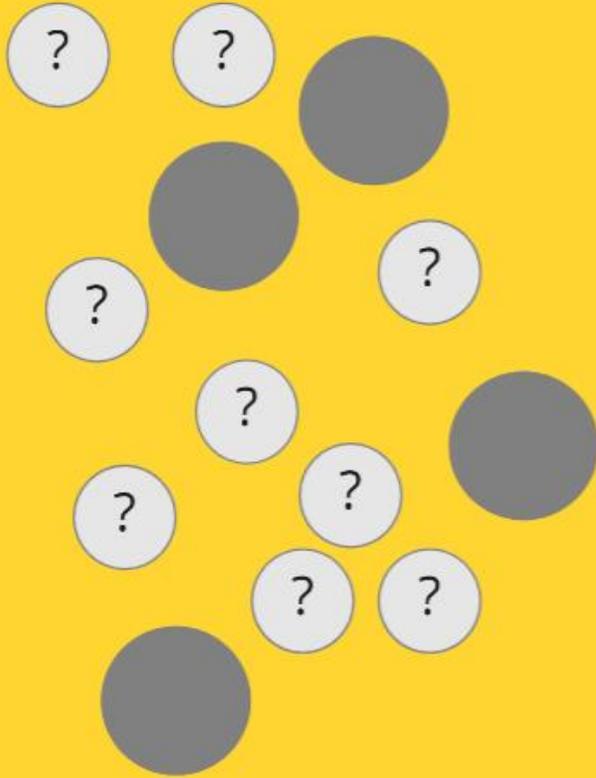
**Компания**

# 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



**Deloitte.**  
Digital

**From cost center to experience hub.**  
*Tapping the potential of customer service to help drive business growth.*

June 2021



Ваши вопросы?

Спасибо за внимание!

Михаил Сафран

[msafran@questomania.co.il](mailto:msafran@questomania.co.il)

+7 985 999 10 67

[www.MichaelSafran.ru](http://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.**