

BSS



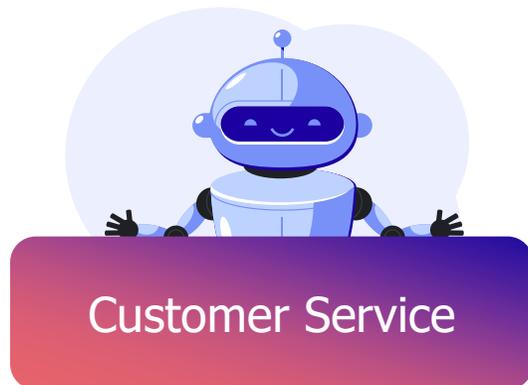
Digital2Speech

КАК МАССОВОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ СДЕЛАТЬ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫМ

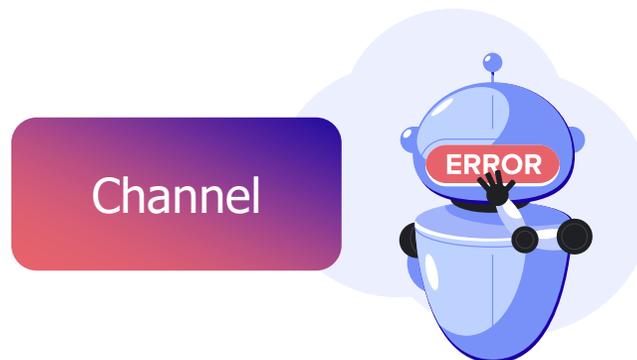
Customer Contacts Week

XIII Неделя Контактных Центров

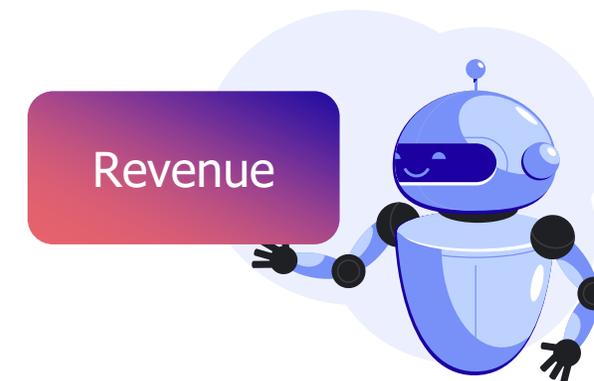
WWW.BSSYS.COM



- Рост требовательности клиентов к **качеству получаемых услуг**
- Желание иметь **сервис высокого уровня** вне независимого от клиентского сегмента
- Решение вопроса **в одно касание**
- **Человечность**: эмпатия, сопереживание, умение признавать ошибки, общение на языке клиента
- Склонность клиентов к публикациям негативных комментариев в соц.сетях



- Рост популярности **дистанционных каналов** и коммуникаций **в мессенджерах**
- Склонность клиентов к общению с **живым человеком**, нежелание общаться с «тупыми» роботами
- Склонность клиентов к коммуникации через информационные каналы и сообщества в интернете
- Омниканальное обслуживание



- Поиск новых форматов продаж: формирование «персонализированных предложений» для клиента и выбор оптимального для клиента канала продажи
- Оптимизация операционных затрат



Персонализации общения с клиентом

на основе глубокой аналитики и кластеризации клиентов



Совершенствование **виртуальных ассистентов** до уровня коммуникации **живого человека**



Повышение квалификации персонала

модульное обучение, внедрение learning experience platform (LEP) с выбором индивидуального трека обучения, автоматизация рутинных задач и предложение работы над сложными вызовами



Расширение функционала дистанционных каналов увеличение полноты предоставляемых услуг дистанционно, в т.ч. выстраивание on-boarding клиента



Расширение **омниканальных каналов** коммуникации с клиентами

запуск общения в мессенджерах, предоставление клиенту выбора наиболее удобного ему канала взаимодействия



Цифровизация продаж, выстраивание продаж на входящих коммуникаций, **оптимизация процессов** обслуживания

Культура впечатлений клиента основа LifeTime Value (LTV)

Эволюция персонализированного обслуживания

- Авторизация клиента по номеру телефона
- Озвучивание в IVR только тех веток, которые соответствуют продукту клиента
- Передача авторизации из работа оператора и открытие карты клиента

- Акцент на клиентский сервис, замеры VoC
- Общебанковские CPM модели, предодобренные предложения
- Начало работы с оттоком клиентов

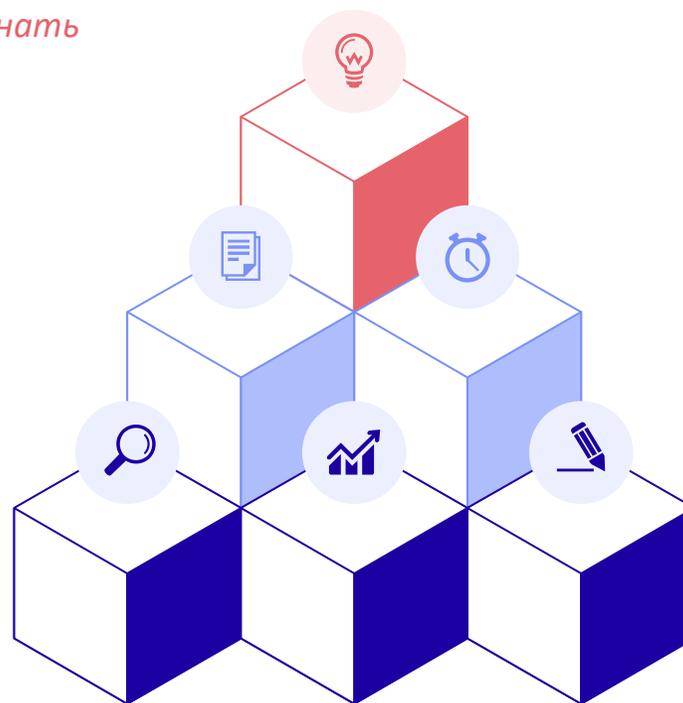
- Цифровизация и переход к модели дистанционного обслуживания в связи с пандемией
- Развитие курьеров

- Предиктивные модели обслуживания
- Использование ИИ и ML
- Акцент на знании клиента



Знание клиента – фундамент клиентского опыта и впечатлений

«Для того, чтобы заниматься будущим, нужно знать прошлое и анализировать настоящее...»



Понимание целевого клиента

профиль клиента, сегментация, кластеризация

Выстраивание полного цикла улучшений процессов обслуживания

аналитика диалогов, выявление зон развития и автоматизации, разработка плана действий, корректировка скриптов и обучение, оценка улучшений, контроль динамики показателей

Модульная ИТ архитектура Полный технологический стек

CRM – системы, единое окно оператора, сфлеры, виртуальные помощники в голосе и тексте, речевая аналитика, голосовая биометрия, база знаний, ДБО, системы сбора и работы с VoC/SCI

Персонализированное обслуживание

основанное на предоставлении ценности клиенту в каждой точке его контакта с компанией

Предиктивная модель обслуживания и продаж

анализ клиентской информации и паттернов их поведения, модификация сценариев обслуживания и продаж

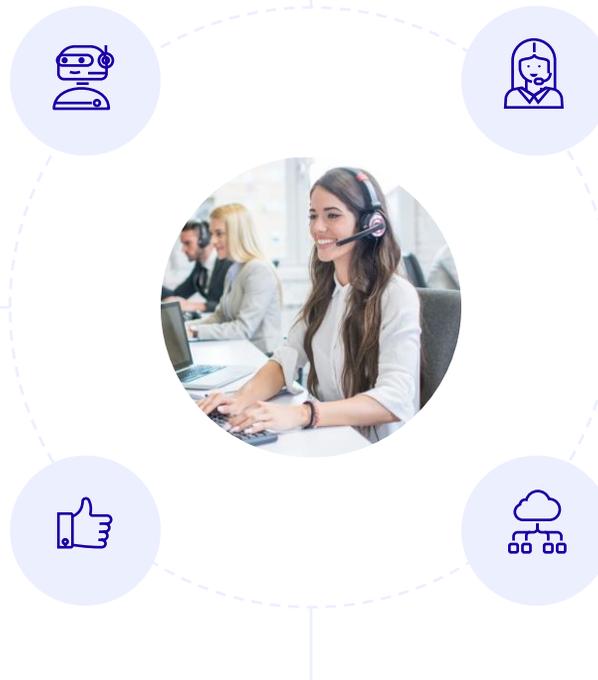
Стандарты качества компании

Tone of Voice (TOV), целевые метрики и их мониторинг, работа с обратной связью от клиента, программа обучения операторов с акцентом на качество и человечность

Ценность для клиента от контакта с компанией + сохранение времени клиента + прозрачность действий

Виртуальный ассистент

обращение по имени,
озвучка только того, что интересует клиента,
предугадывание вопросов
быстрый доступ к информации, человечность,
простая маршрутизация на оператора



Единое окно оператора

отображение данных в зависимости от
тематики обращения клиента,
подсказки суфлера Next Best Action,
светофор значимых событий
база знаний на языке клиента

Клиентские впечатления

системы сбора обратной связи,
контроль и мониторинг стандартов качества,
профессионализм персонала, эмпатия,
человечность и сопереживание,
одинаково высокое качество во всех точках
контакта

Единый Data Center

сбор данных клиентов, его предпочтений,
паттернов поведения, обратной связи для
глубинной аналитики с целью развития
клиента (on-boarding, предодобренные
предложения, предиктивная модель)

Увеличение продаж продуктов и услуг (use case)

Реализация полного цикла улучшения процесса продаж



- Мониторинг озвучки
- Ввод КПЭ
- Причины отсутствия озвучки предложения
- Масштабирование лучших практик
- Сбор ОС о продукте

Продажи на входящих:

- рост озвучки в **2 раза**
- повышение конверсии на **12%**



Выстраивание полного цикла мониторинга и внедрения изменений в ходе исходящих компаний

Продажи на исходящих:
конверсия **9%**



Адаптация коммуникации с клиентом под его потребности

Автоматизация ведения клиента по бизнес-процессу



Цифровизация клиентского пути без потери качества

Повышение качества обслуживания за счёт сбора обратной связи



Постоянное улучшение качества обслуживания за счёт автоматического анализа коммуникаций

VoC / CSI

↑ +12%

Снижение стоимости обслуживания клиента

↓ -19%

Компания BSS — российский разработчик комплексного программного решения, включающего:

Платформу ДБО
нового поколения

Digital2Go,

в т.ч. использующую
микросервисы



Инновационную
омниканальную
диалоговую
платформу

Digital2Speech



Комплекс
решений по

**информационной
безопасности**



**BSS входит в перечень
системообразующих
ИТ-компаний РФ.** Продукты BSS
включены в Реестр российского
ПО, зарегистрированы в
Роспатенте

9 из 13 системно значимых банков
РФ, решают свои бизнес-задачи с
помощью BSS

Более 40 успешно реализованных
проектов по речевым технологиям
в госсекторе, банках и др.
структурах

Штат сотрудников BSS
более 600 человек

BSS



Digital2Speech

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Customer Contacts Week
XIII Неделя Контактных Центров

WWW.BSSYS.COM