

The BSS logo is displayed in a bold, blue, sans-serif font within a white rounded rectangular box.

Digital2Speech

ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ: КАК ЧАСТЬ СТРАТЕГИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ И ПРОДАЖ

Customer Contacts Week
XIII Неделя Контактных Центров

WWW.BSSYS.COM

Юлия Вдовина
Директор по продукту цифровизации клиентского
сервиса в дистанционных каналах
BSS

Пандемия стала толчком во всеобщем переходе на дистанционный режим работы
Контактные центры стали основным каналом взаимодействия с клиентами

Эффективность и дополнительный доход

Фокус на снижение операционных
затрат и цифровые продажи

Безопасность

Безопасность персональных данных,
использование современных
инструментов защиты



Каналы коммуникации

Присутствие в каналах,
востребованных клиентами,
омниканальность, решение вопроса
в рамках одной коммуникации

Человечность

Эмпатия, сопереживание,
умение признавать ошибки,
общение на языке клиента

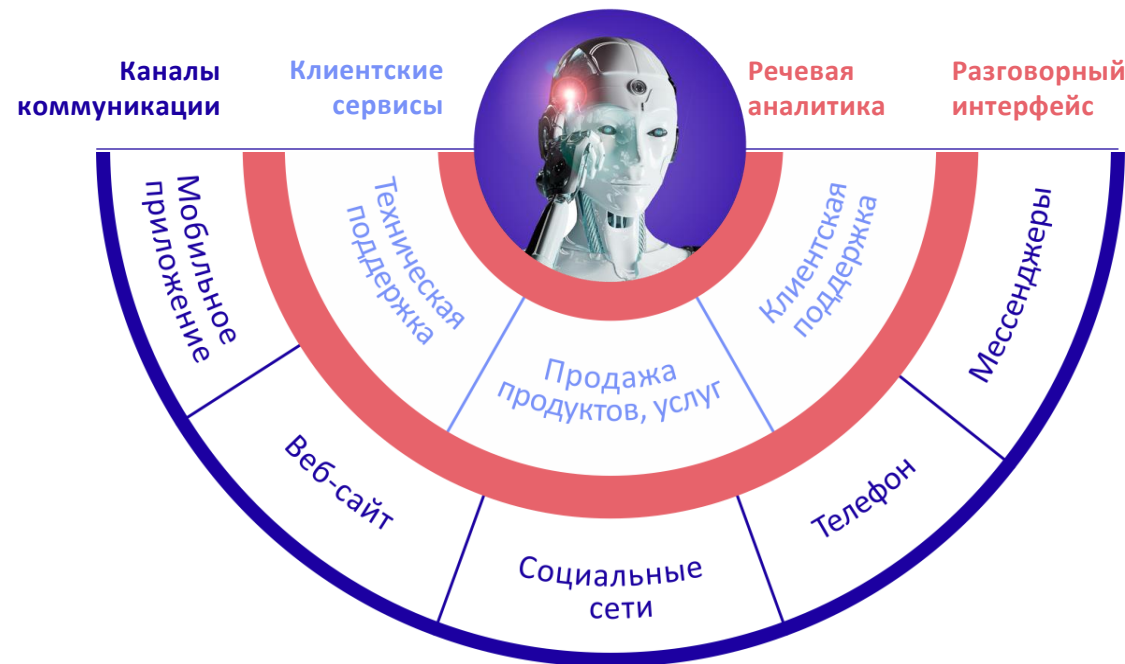
Истинная омниканальность

Как часть клиентоцентричного подхода
в обслуживании и продажах

Омниканальность
VS
Мультиканальность

На вершине эволюции: логика бизнеса
определяет выбор технологий

Единая среда коммуникаций с клиентами



Клиентоцентричная модель



Стратегия управления каналами — есть только в каждой четвертой компании, но отдельно для каждого канала

Акцент на бесшовный клиентский опыт — в большинстве компаний добавление новых каналов связано с желанием сократить расходы

Коллаборация между бизнес-функциями — большинство компаний придерживаются фрагментарного подхода

Интересы клиента впереди амбиций омниканальности — стратегия формирования «пути клиента» (Customer Journey Map)

Культура впечатлений клиента - основа LifeTime Value (LTV)



Кто наш целевой клиент?
Какой его профиль? Каковы
его паттерны поведения?



Какие задачи клиент
решает с нашей помощью?



Что формирует
положительные
впечатления у нашего
клиента?



Какие каналы для него
более востребованы?



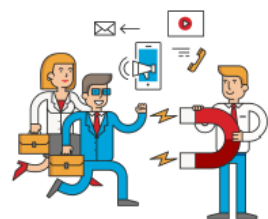
В каких каналах клиенту
удобнее решать свои вопросы?



Возможно ли решение вопроса
клиента в выбранном им канале
«под ключ» или необходимо
межканальное взаимодействие?

Customer journey map

Знание клиента – фундамент клиентского опыта и впечатлений



1

Привлечение



2

Взаимодействие с клиентом



3

Закрытие отношений / ресегментация

Каналы взаимодействия

	Отделение	Встреча	Звонок	Email	Мессенджеры	Мероприятия	Банкомат	Реклама	Приложение	Другое
Знакомство с Банком										
Подтверждение интереса										
Onboarding										
Продажа продуктов и услуг										
Обслуживание										
Решение сложных вопросов										
Закрытие отношений										

Что видит и чувствует клиент сегодня

- Не хочу ходить в отделение, но функций в приложении недостаточно
- Я хочу, чтобы меня удивляли. Какие инновации есть у вас?
- Ваш персонал нервный, замученный, равнодушный
- Не понятно зачем мне заполнять и подписывать столько бумажек
- Сотрудники не исполняют взятые на себя договоренности
- Я даже сам написал письмо программистам – ничего не сделали
- Для совершения изменений в компании должна быть критическая масса вовлеченных сторон

Что ожидает клиент?

что хочет чувствовать, каких действий ожидает

- Инновационность решений, хочу быть с крутой компанией
- Удобство контакта с компанией, комфортное общение
- Комплексность решения моих задач, знание моих потребностей
- Компетентность, профессионализм, ответственность, инициативность
- Важность и ценность меня как клиента, оперативность решения задач
- Поддержка и отстаивание интересов, понимание ограничений и сложностей
- Незаметность изменений, важность меня как ценного клиента

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

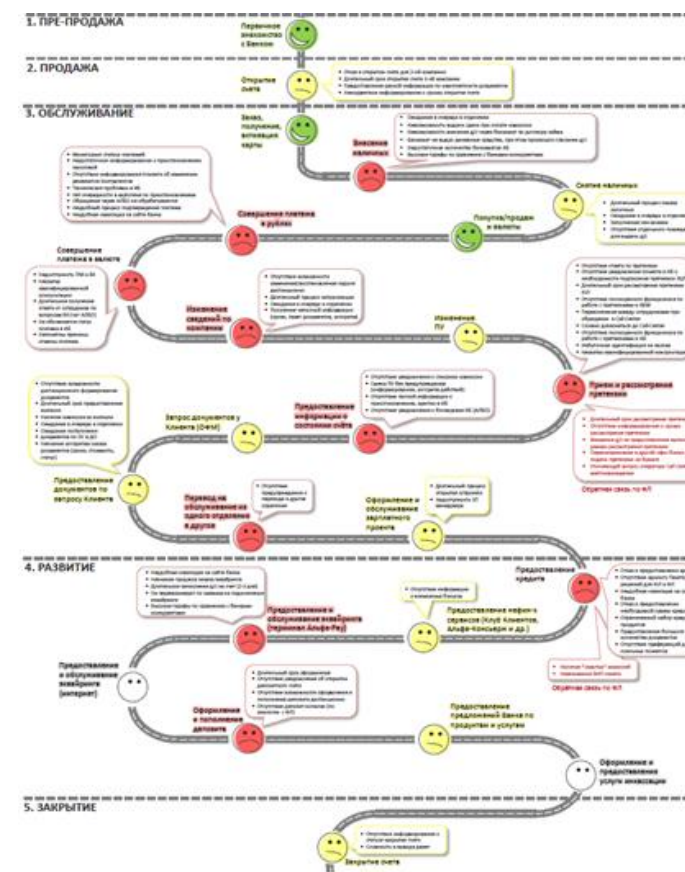
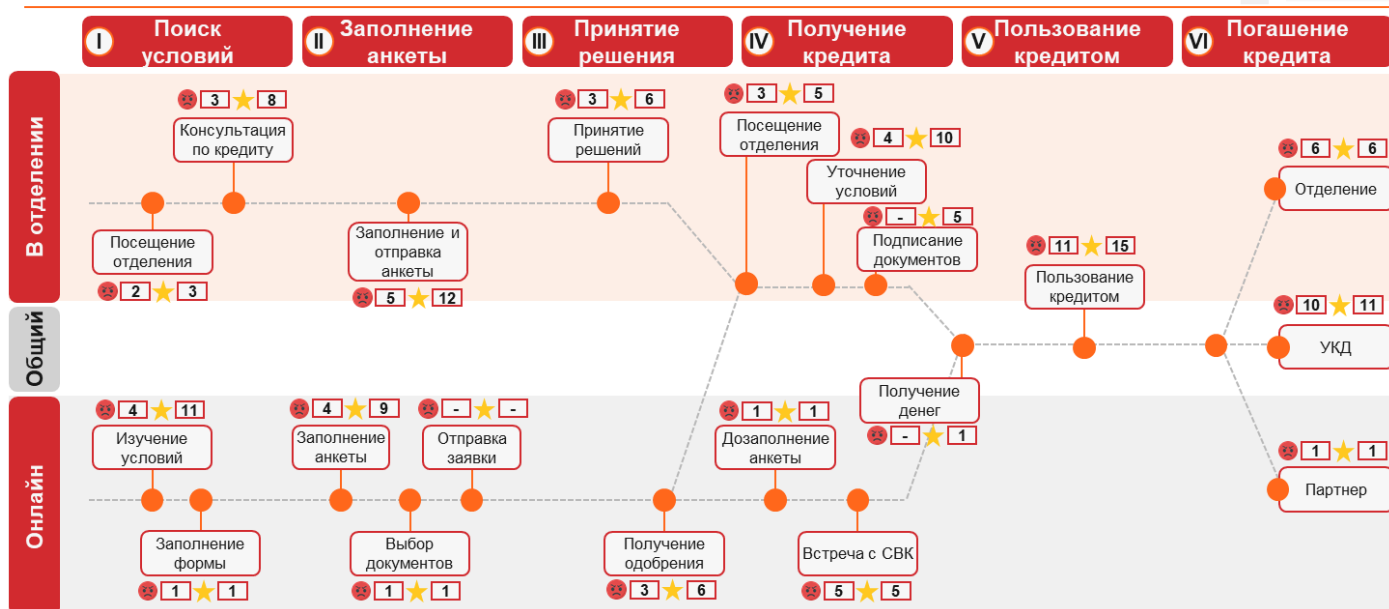
Клиентский путь позволяет выявить точки омниканальности

Декомпозиция операций в разрезе продукта/услуги позволяет понять необходимость межканального взаимодействия

На пути получения кредита наличными клиенты Банка могут столкнуться с 92 болями, для их разрешения запланировано 132 инициативы

Клиентский путь получения кредита наличными

★ XXX кол-во инициатив
☹ XXX кол-во болей клиента
оффлайн
онлайн





BSS — 28 лет лидерства



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

The BSS logo is displayed in a bold, blue, sans-serif font within a white rounded rectangular box.

Digital2Speech

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Customer Contacts Week
XIII Неделя Контактных Центров

WWW.BSSYS.COM