Customer Contacts Week

ключевое событие в осеннем календаре

XIV Международная
Неделя Контактных Центров | CC Week 2023

ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ | ПОТОК «БИЗНЕС»

24 - 25 октября 2023, Holiday Inn Сокольники, Москва, Россия

ПЛАТИНОВЫЕ ПАРТНЕРЫ

3iTech · АРГУС НТЦ · BSS · NAUMEN · SIGURD·IT · Шторм Технологии · Cloud

ЗОЛОТЫЕ ПАРТНЕРЫ

CTI COMMUNICATIONS TECHNOLOGY INNOVATIONS · MANGO OFFICE · kvint voice assistant for business · aurus · АКТИВ БИЗНЕС КОНСАЛТ

СЕРЕБРЯНЫЙ ПАРТНЕР

SMS TRAFFIC

ПАРТНЕР

ЦРТ ГРУППА КОМПАНИЙ

WWW.CC-WEEK.RU

ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ. ПОТОК «БИЗНЕС»

В программе возможны изменения, дополнения, исключения,
пожалуйста, подпишитесь на информационный канал (тапните по QR).

24 ОКТЯБРЯ, ПЕРВЫЙ ДЕНЬ КОНФЕРЕНЦИИ

09:15 - 13:00

зал СОКОЛЬНИКИ 2

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ И НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ИНДУСТРИИ

Готовы ли мы к новым вызовам индустрии и растущим ожиданиям клиентов?

13:40 - 15:50

зал СОКОЛЬНИКИ 2

CX СТРАТЕГИИ И РАЗВИТИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Оптимизируйте вашу стратегию клиентского опыта для получения конкурентных преимуществ.

16:10 - 18:10

зал СОКОЛЬНИКИ 2

параллельная сессия

CX СТРАТЕГИИ И РАЗВИТИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Оптимизируйте вашу стратегию клиентского опыта для получения конкурентных преимуществ.

16:10 - 18:10

зал КРЫМСКИЙ ВАЛ

параллельная сессия

ИСХОДЯЩИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Верните доверие к вашим голосовым исходящим контактам для улучшения клиентского опыта.

18:30 - 20:00

КОКТЕЙЛЬ НЕТВОРКИНГ. РОЗЫГРЫШИ ПРИЗОВ. НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

25 ОКТЯБРЯ, ВТОРОЙ ДЕНЬ КОНФЕРЕНЦИИ

09:15 - 13:45

залы
ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР - МЕЖДУНАРОДНАЯ

параллельная сессия

АВТОМАТИЗАЦИЯ И РОБОТИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Человек vs Робот: автоматизация с человеческим лицом.

09:30 - 17:30

зал
СОКОЛЬНИКИ 1

параллельная сессия

АНАЛИТИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Используйте данные о клиентах для персонализации и проактивности клиентского опыта.

09:00 - 18:00

зал
СОКОЛЬНИКИ 2

параллельная сессия

ОПТИМИЗАЦИЯ РЕСУРСОВ И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

Адаптируйте, согласовывайте и оптимизируйте вашу экосистему клиентского опыта.

14:30 - 17:30

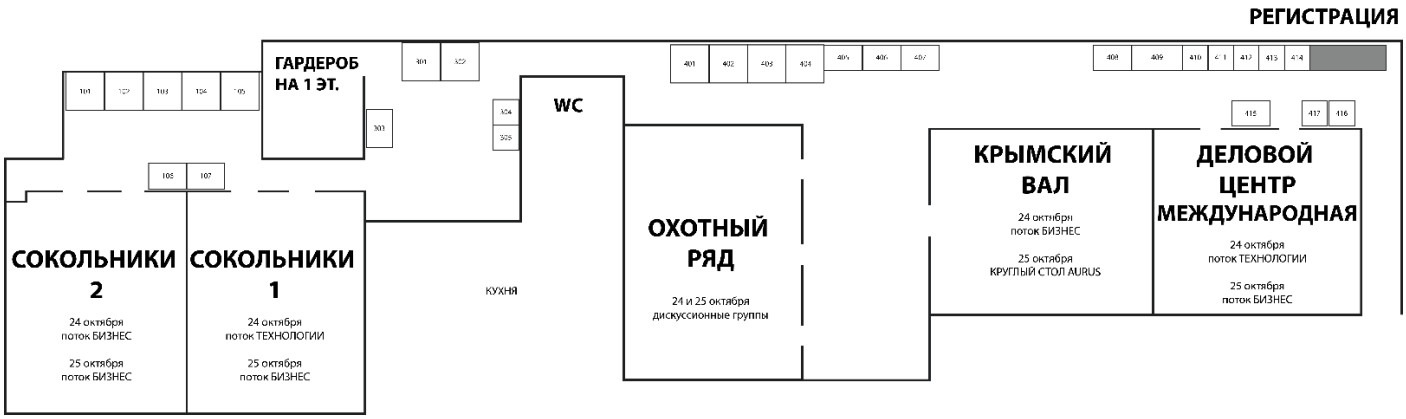
залы
ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР - МЕЖДУНАРОДНАЯ

параллельная сессия

ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Интегрируйте информационные системы и каналы доступа для бесшовного взаимодействия.

ПЛАН ДЕМОНСТРАЦИОННОЙ ЗОНЫ И ЗАЛОВ



© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

24 ОКТЯБРЯ | ПЕРВЫЙ ДЕНЬ КОНФЕРЕНЦИИ

зал СОКОЛЬНИКИ 2
ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ | 09:15 - 13:00

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ И НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ИНДУСТРИИ
Готовы ли мы к новым вызовам индустрии и растущим ожиданиям клиентов?

09:15
КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА В МИРЕ В 2024 ГОДУ

В докладе будут приведены результаты и выводы ряда исследований 2023 по следующим направлениям клиентского сервиса:

- Использование метрик в Контактных Центрах
- Подходы к анализу взаимодействия с клиентами
- Автоматизация и роботизация
- Использование Искусственного Интеллекта
- Связь клиентского опыта и бизнес-результатов

Олег Зельдин, Управляющий партнер, генеральный директор,
Апекс Берг

10:00
ЦИФРОВАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ С АКЦЕНТОМ НА КЛИЕНТА

- Тренды и изменения в современном мире, вызовы, которые диктуют нам условия развития
- Баланс между цифровизацией и клиентским опытом — можно ли его достичь
- Технологии, позволяющие выстроить CJM
- Подводные камни цифровой трансформации

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

10:30
УСПЕШНЫЙ ОПЫТ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ, ВЗГЛЯД ГЛАЗАМИ ИНТЕГРАТОРА НА РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ

- Сервисная поддержка в современных условиях
- Вызовы настоящего времени
- Проблемы импортозамещения
- Пути решения проблем

Альберт Исламов, Технический Директор, **CTI**
Генеральный Директор, **СиТиАй- НТЦ**

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

11:00
ИНТЕРАКТИВНЫЙ ПЕРЕРЫВ, ЛЕГКИЕ ЗАКУСКИ, НАПИТКИ

11:30
КЛЮЧЕВЫЕ ЭТАПЫ ПРОЦЕССА УСТРАНЕНИЯ ПРОБЛЕМ В КОНТАКТ-ЦЕНТРЕ

Для того, чтобы соответствовать современным трендам развития индустрии, в любом контакт-центре должны происходить изменения. Неизбежно это может приводить к возникновению различных проблем, даже если все процессы в контакт-центре отлажены на 100%. И зрелость системы управления контакт-центром заключается не столько в небольшом количестве возникающих проблем, сколько в способности эти проблемы эффективно устранять и предупреждать их повторное возникновение. Доклад посвящен одному из ключевых процессов в любом контакт-центре – процессу устранения несоответствий / проблем. Основные темы доклада:

- Что считать проблемой в контакт-центре? Как научиться видеть проблемы?
- Оцифровка проблем, триггеры запуска процесса устранения проблем
- Методы количественного и причинно-следственного анализа проблем
- Поиск корневых причин проблем
- Планирование и применение корректирующих мероприятий

Юрий Мельников, Генеральный директор,
Международный Институт Сертификации Контактных Центров,
Вице-Президент,
Национальная Ассоциация Контактных Центров

12:00
КЛЮЧЕВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРИ ПОСТРОЕНИИ КОММУНИКАЦИЙ С КЛИЕНТАМИ

- С какими проблемами сталкиваются Контакт Центры при коммуникациях с клиентами
- Новый уровень технологий для повышения контактности
- Как технология идентификация вызовов влияет на клиентский сервис
- Практические кейсы с результатами использования инструмента

Кирилл Коновнин, Руководитель продуктового направления,
билайн бизнес

12:30
ИТОГИ 2023: ТРЕНДЫ ТЕ ЖЕ, А ВЫЗОВЫ ДРУГИЕ!

- Омниканальная поддержка стандарт обслуживания клиентов
- Автоматизация и Искусственный интеллект
- Безопасность компании и безопасность клиентов
- Клиентоцентричность и индивидуальный подход
- Удаленная работа с нами навсегда

Николай Бабкин, Руководитель отдела управления продуктами,
Mango Office

13:00
ОБЕДЕННЫЙ ПЕРЕРЫВ. ОСМОТР ДЕМО-ЗОНЫ

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

зал СОКОЛЬНИКИ 2
ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ 13:40 - 16:10

CX СТРАТЕГИИ И РАЗВИТИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Оптимизируйте вашу стратегию клиентского опыта для получения конкурентных преимуществ

13:40
СТРАТЕГИЯ ПОИСКА ГЛАВНОЙ МЕТРИКИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ CX-КОМАНД

Есть ли универсальная метрика для CX-команд и возможно ли определить ее для таких задач? Зачастую за пустым формальным подсчетом показателей и метрикам теряется главное - вопрос "зачем", "чтобы что". И лучше выбрать какую-то одну, но очень точную метрику, которая покажет смыслы, прогресс к результату. Какие можно выбрать, как? Когда возникают вопросы о пользе новой CX функции в компаниях, очень сложно защищать ее перед теми, кто сопротивляется.

- Свойства и характеристики звездной метрики
- Причины, почему команды ее не ищут
- Методы поиска и определения своей главной метрики
- Примеры метрик на опыте компаний и личном примере
- Влияние на бизнес-команды и эффект от внедрения такой метрики

Марина Вострикова, Эксперт по Customer Experience, Руководитель направления,
Яндекс

14:10
КАК НАДЛЕЖАЩИЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ОТНОШЕНИЯМИ ЯВЛЯЮТСЯ СЛЕДУЮЩИМ РУБЕЖОМ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

- Отношения являются источником настоящей лояльности. Управление отношениями — это НЕ продажи и НЕ услуги
- Как управление взаимоотношениями помогает лучше определять потребности, предпочтения и поведение клиентов
- Почему управление взаимоотношениями должно осуществляться за пределами продуктовых линеек
- Каковы организационные барьеры и культурные требования для этого горизонта развития?

Майкл Ракмен, CEO,
Senteo

14:50
КАК МОНИТОРИНГ ОПЕРАЦИОННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КЦ ПОМОГАЕТ УЛУЧШИТЬ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ?

Среди обилия метрик, которые отражают реальное отношение клиентов к тому уровню сервиса, который предоставляет контакт-центр, найдем именно те, которые можно легко скорректировать, и на которые вы имеете влияние в реальном времени. Очевидные и неочевидные операционные метрики КЦ, которые влияют на уровень клиентского опыта

- Как изменение показателей доступности КЦ влияет на CX
- Как мониторинг операционных показателей влияет на продуктивность клиентской службы
- Повышаем прибыльность контакт-центра

Никита Городчиков, Менеджер проектов WFM,
НТЦ АРГУС

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

15:20
НЕПРЕРЫВНОЕ УЛУЧШЕНИЕ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА В КЦ СБЕРА

- Клиентоцентричность в стратегии КЦ. Клиент в центре всего.
- Цикл работы с обратной связью. Мы вас слышим!
- Аналитика для улучшения взаимодействия с клиентом. Анализируй это!
- «Амбассадоры продуктов» - что это и как применить?
- Марафон обратных гемба. А что, так можно было?

Жанна Кривозубова, Директор проектов
Центр корпоративных решений Сбера

15:50
ИНТЕРАКТИВНЫЙ ПЕРЕРЫВ, ЛЕГКИЕ ЗАКУСКИ, НАПИТКИ

CX СТРАТЕГИИ И РАЗВИТИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Оптимизируйте вашу стратегию клиентского опыта для получения конкурентных преимуществ

зал СОКОЛЬНИКИ 2

16:10 - 18:10

16:10
ОТ СЛОВ К ДЕЙСТВИЯМ: КАК СИСТЕМА КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПОДДЕРЖИВАЕТ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННУЮ КУЛЬТУРУ В КОМПАНИИ

- Роль внутренних коммуникаций в поддержке корпоративной культуры в компании
- Стратегия корпоративной коммуникации, способствующая клиентоориентированной культуре
- Эффективные форматы коммуникаций для формирования и трансляции ценности клиента внутри компании
- Как UGC-контент в соцсетях продвигает культуру бренда

Ольга Романова, Менеджер по контроллингу бизнес-процессов дистанционного сервиса,
Tele2

ИСХОДЯЩИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Верните доверие к вашим голосовым исходящим контактам для улучшения клиентского опыта

зал КРЫМСКИЙ ВАЛ

16:10 - 18:10

16:10
ПРОДАЖИ В КЦ: ОБЗОР АКТУАЛЬНЫХ ТРЕБОВАНИЙ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ К ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА, А ТАКЖЕ К «ДЖЕНТЕЛМЕНСКОМУ» НАБОРУ КЛЮЧЕВЫХ МЕТРИК ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ

Как известно, любой КЦ является центром содействия получения прибыли для компании, в первую очередь, за счет предоставления высокого уровня клиентского опыта и сохранения лояльности клиентов. Продающий КЦ способствует увеличению выручки компании еще и за счет выполнения плана продаж. Правильный подход к организации процесса продаж, а также к оценке его эффективности с помощью релевантной системы метрик позволит управлять данным процессом наиболее эффективно, легко идентифицировать и устранять все его недостатки. В ходе доклада

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

будут рассмотрены следующие вопросы:

- Подходы к организации процесса: что обязательно нужно делать при продажах в КЦ и чего делать ни в коем случае нельзя с т.з. требований лучших практик и международных стандартов (ISO 18295, COPC-CX и т.д.)
- Метрики доступности в процессах продаж
- Метрики производительности продаж
- Метрики результативности продаж

Михаил Тришкин, Директор по сертификации и диагностике КЦ,
Апекс Берг

16:40
КАКИЕ ЗАДАЧИ БИЗНЕСА МОЖНО РЕШИТЬ С ПОМОЩЬЮ «TONE OF VOICE» И НУЖЕН ЛИ ОН КОНТАКТНОМУ-ЦЕНТРУ?

- Зачем Компании «Tone of Voice» в Контактном-центре
- Как связать ценности бренда, миссию и «Голос бренда». Должен ли «Голос бренда» в Контактном-центре быть идентичным с позиционированием архетипа бренда на рынке?
- Для чего формировать портрет целевой аудитории. Какие инструменты и техники применять
- Может ли «Tone of Voice» меняться от типа клиента и канала коммуникации?
- Как сформировать команду носителей «Голоса Бренда» и трансформировать существующий контент
- Результаты влияния «Tone of Voice» на вовлеченность персонала, удовлетворенность клиентов, продажи

Юлия Жилянина, Руководитель Контакт-центра,
Металл Профиль

16:40
ПИШИ И ПРОДАВАЙ. ОБЩЕНИЕ С КЛИЕНТОМ В МЕССЕНДЖЕРАХ

- Тенденция преимущественного выбора переписки и отказа от общения по телефону
- Важность учить сотрудников не информировать, а продавать в переписке
- Основные ошибки, которые портят впечатление и приводят к отказу
- Скрипты ответов на заявки через WhatsApp, которые приведут к решению и продаже

Ольга Конова, Эксперт и бизнес-консультант с практическим опытом работы более 20 лет: продажи, сервис, операционное управление, управление качеством, стандартизация процессов

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

17:10
РАЗВИТИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ. КЕЙС АБСОЛЮТ СТРАХОВАНИЕ

Как превратить клиентский сервис из центра затрат в центр прибыли и клиентского опыта? Для руководителей, ответственных за управление клиентским опытом и сервисом, всегда остро стоит вопрос бюджетирования и эффективности работы подразделения, формирования положительного финансового результата деятельности. В данных условиях клиентский сервис обязан уметь не только качественно сопровождать всех клиентов компании (B2C, B2B, B2G), но и самому быть каналом продаж при взаимодействии с клиентом.

- Анализ потребностей бизнеса по переводу продаж из бизнес подразделений в клиентский сервис
- Как бесшовно осуществить перевод от лида до сделки, централизовать продажи, увеличив уэффективность, повысив прозрачность взаимодействия, используюя CRM?
- Мониторинг и анализ результатов работы
- Процесс непрерывных улучшений

Анна Дубровская, Руководитель Управления клиентского сервиса,
Абсолют Страхование

17:40
ЦЕНТРАЛИЗУЕМ ФУНКЦИЮ ПОДДЕРЖКИ ВНУТРИ КОМПАНИИ

В компаниях часто функция поддержки клиентов размазана тонким слоем по разным службам и подразделениям. В итоге внутри компании возникают версионности процессов и подходов в консультировании, а какие-то области взаимодействия являются черным ящиком. Поделимся промежуточными итогами проекта централизации функции поддержки и как это влияет на продукт.

- Версионность служб и процессов поддержки, это хорошо или плохо?
- Какие выгоды несет в себе тот или иной подход?
- С чего начать диалог со смежным подразделение для начала централизации?

17:10
ПРОДАЕМ С ЛЮБОВЬЮ К КЛИЕНТАМ: КАК МЫ ИЗМЕНИЛИ ГОЛОС ТЕЛЕМАРКЕТИНГА

Сколько ресурсов в подразделениях исходящего обзвона направлено на создание продающих скриптов? Однозначно много. Но что если ключевое преимущество продаж кроется не только и не столько в самом продукте, сколько в уровне сервиса при его презентации? Можно ли развенчать миф, что исходящий звонок — это про «продать любой ценой»? Можно. Успешный кейс Альфы — как раз об этом!

- Книга поддержки как ключевой ресурс для развития сервиса: история создания
- Геймифицированная интеграция инструментов Книги поддержки в жизнь сотрудника
- #мырядом: система сопровождения
- Бизнес-результаты: давайте посмотрим на цифры?

Анна Мартьянова, Методолог корпоративной Академии Альфа-Банка,
Альфа Банк

17:40
ИСХОДЯЩИЙ ОБЗВОН С ДУШОЙ: ПОВЫШЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОНВЕРСИИ, ЛИЧНОЙ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ И ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ НА ИСХОДЯЩЕЙ ЛИНИИ

В контактных центрах принято автоматизировать исходящий обзвон (IVR, роботы, отдать исходящие на аутсорс) , но наш проект показывает высокие результаты по возвращаемости клиентов, повышение конверсии по двум критериям (из звонка в запись и из записи в дошедшего), а также улучшение личной мотивации каждого оператора в линии на исходящем обзвоне.

- Что даёт систематизированная и вдумчивая работа на исходящей линии с клиентами?
- Исходящий обзвон отмененных и не дошедших

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

- Центр экспертизы в обслуживании клиентов, как основа безупречного сервиса
- Промежуточные итоги по нашему проекту: что мы как компания, получили от этого проекта и как это отразилось на клиентах

Сергей Чертов, Руководитель направления клиентского сервиса, **HeadHunter**

клиентов, повлияло ли это на нашу конверсию %?

- Внедрение инструментов для унифицирования работы всех подразделений по стандартам КЦ
- Искусство возвращаемости "ООО" . Повышение "доходимости" клиентов на основании выстроенной системы
- Правильные люди на правильных местах

Кира Плосконосова, Руководитель контакт-центра, **Клинический госпиталь на Яузе**

18:30 - 20:00

КОКТЕЙЛЬ НЕТВОРКИНГ. РОЗЫГРЫШИ ПРИЗОВ. НЕФОРМАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

25 ОКТЯБРЯ | ВТОРОЙ ДЕНЬ КОНФЕРЕНЦИИ

залы ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР | МЕЖДУНАРОДНАЯ

09:15 - 13:45

АВТОМАТИЗАЦИЯ И РОБОТИЗАЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Человек vs Робот: автоматизация с человеческим лицом

09:15
КУЛЬТУРА, ОРИЕНТИРОВАННАЯ НА КЛИЕНТА. КАКОВА РОЛЬ ЛЮДЕЙ В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ЧТО НЕ МОЖЕТ ЗАМЕНИТЬ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

- Почему люди по-прежнему важны в эпоху цифровых технологий – что искусственному интеллекту сложно имитировать или дублировать?
- Что такое корпоративная культура и как она становится ключевым отличием компаний
- Как руководить развитием корпоративной культуры в больших масштабах – иначе говоря, «Это легко, если ты маленький!»
- Чего ожидать на пути развития корпоративной культуры?

Майкл Ракмен, CEO, **Senteo**

09:55
КАРТА ЭТАЛОННОЙ АВТОМАТИЗАЦИИ В ОБЛАСТИ CX

В докладе будет представлен обзор решений для автоматизации CX и его важности для бизнеса.
Какие они, идеальные решения для автоматизации?

- использование ИИ для прогнозирования потребностей

зал СОКОЛЬНИКИ 1

09:30 - 14:00

АНАЛИТИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Используйте данные о клиентах для персонализации и проактивности клиентского опыта

09:30
РЕЧЕВАЯ АНАЛИТИКА - СПОСОБ ВСТАТЬ НА ПУТЬ САМОРАЗВИТИЯ

Для любого подразделения сервисного обслуживания слушать и слышать клиента является основным функционалом. Услышать чего хочет клиент и пойти навстречу его желаниям - вот то, что нам так необходимо для решения различных бизнес-задач компании. До внедрения речевой аналитики мы не имели возможности увидеть полную картину клиентских запросов, на основании которых могли бы корректировать направление усилий остальных подразделений компании и сделать клиентский путь более простым и удобным. Речевая аналитика помогла нам услышать Голос клиента на 100% и это позволило нам перестроить некоторые планы компании, а заодно и изменить отношение к КЦ как к затратному подразделению, превратив его в источник информации о клиентском опыте.

- Как наиболее часто задаваемые клиентами вопросы по работе лк или приложения смогли повлиять на их разработку
- Как высказывания клиентов об акциях помогли сделать их более эффективными
- Как реакция клиентов на скрипты выявила наиболее продающие
- После каких фраз по отработке возражений клиенты начинают нам доверять

зал СОКОЛЬНИКИ 2

09:00 - 13:20

ОПТИМИЗАЦИЯ РЕСУРСОВ И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

Адаптируйте, согласовывайте и оптимизируйте вашу экосистему клиентского опыта

09:00
СПЕЦИАЛИСТЫ КОНТАКТ-ЦЕНТРОВ: НАЙТИ, ПОНЯТЬ И УДЕРЖАТЬ

- Особенности современного рынка труда для массперса
- Портрет кандидата vs ожидания работодателя: причины диспропорций и как их устранить
- Как не потерять сотрудника на испытательном сроке и повысить вовлеченность основного состава

Алена Артемьева, Директор по аналитике, **Работа.ру**

09:30
ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНДАРТА В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ, КОТОРЫЕ СТАВИТ БИЗНЕС

Большинство компаний в индустрии знают и понимают, что профессиональный стандарт - это сформированный тысячей экспертов практиков фрейм из трудовых функций, предписанных каждой профессиональной роли в КЦ, соответствующий ему набор трудовых действий и набор знаний и умений, которыми должны обладать специалисты для выполнения этих действий. Но это не только некий ориентир для определения профессионализма. На самом деле

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

- интеграция с CRM
- разработка многоканальных решений

Рассмотрим практические результаты, преимущества и вызовы внедрения этой стратегии, а также рекомендации по внедрению.

Анна Кузнецова, Руководитель практики BPM, **Naumen**

10:25
БАЛАНС МЕЖДУ ОПТИМИЗАЦИЕЙ КОНТАКТ-ЦЕНТРА, ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ И ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛЬЮ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ

- Как изменяющийся рынок трансформирует будущее контакт-центров
- Каким компаниям стоит выбрать путь оптимизации, с помощью автоматизации и цифровизации контакт-центра
- Как найти баланс между оптимизацией и эффективностью контакт-центра
- Как определить оптимальную модель обслуживания клиентов для своей компании
- Автоматизация контакт - центра: что выбрать, как настроить и не допустить ошибок

Елена Белоконь, Руководитель контакт-центра, **MTC Travel**

10:55
КАК ГОЛОСОВЫЕ РОБОТЫ В ОТП БАНКЕ УЛУЧШИЛИ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ, ЛОЯЛЬНОСТЬ И ПРОДАЖИ

- Новые вызовы для КЦ и способы их решения с помощью голосовых роботов
- Последние тренды в разработке роботов и их применение для банков
- Опыт внедрения голосовых роботов в ОТП банке: кейсы, задачи, результаты
- Показатели эффективности для оценки роботов в ОТП Банке
- Как речевая аналитика помогает нам контролировать операторов на удаленном режиме работы
- Как внедрение речевой аналитики повлияло на нагрузку КЦ

Людмила Наумова, Заместитель руководителя Департамента по обеспечению и контролю сервисного обслуживания, **Grow Food**

10:00
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА ПРИ ПОМОЩИ РЕЧЕВОЙ АНАЛИТИКИ: МЕТРИКИ И РАСЧЕТНЫЕ ФОРМУЛЫ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЯ СОВРЕМЕННОГО КОНТАКТ-ЦЕНТРА

В ходе доклада мы обсудим ключевые финансовые метрики контакт-центра и детально разберём, как речевая аналитика помогает их улучшить.

- Мы расскажем, как при помощи речевой аналитики:
- Сократить АНТ звонка
- Повысить FCR
- Снизить отток клиентов
- Увеличить продажи

Также мы приведем подробную формулу расчёта ROI системы речевой аналитики для бизнеса и обсудим интересующие вас вопросы с экспертом.

Валентин Смирнов, Ведущий эксперт по системе речевой аналитики, **SIGURD IT**

10:30
ОСОБЕННОСТИ ИЗМЕРЕНИЯ FCR В НЕСТАНДАРТНЫХ СИТУАЦИЯХ

Все мы знаем, что метрики «решабельности» клиентских вопросов (FCR, Contact Rate и т.п.) являются очень важными, так как позволяют выделить области, где приложение усилий может привести к ОДНОВРЕМЕННОМУ улучшению клиентского опыта и снижению затрат. Для измерения этих метрик есть несколько способов, но не специфика применения стандарта такова, что он существенно может упростить контакт-центрам жизнь на любом этапе HR-цикла: В докладе слушатели получат примеры практического применения профстандарта по ключевым процессам работы с персоналом.:

- Зачем контакт-центру профстандарты?
- Оптимизируем работу с персоналом контакт-центра правильно: алгоритм применения профстандарта на всех этапах HR-цикла.
- Работают профессионалы. Как выглядит и что дает независимая оценка квалификаций?

Иветта Кузнецова, ССПК в области документационного и административно-хозяйственного обеспечения, эксперт НОК

10:00
КАКИЕ ТИПЫ КОРПОРАТИВНЫХ КУЛЬТУР НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫ В КОНТАКТ-ЦЕНТРАХ

- Типология корпоративных культур в России
- Система управления и KPI в зависимости от типа корпоративной культуры в контакт-центре
- Может ли корпоративная культура контакт-центра отличаться от остальной организации?
- Международный медицинский центр ОН КЛИНИК: культура принадлежности, силы и правил в одном холдинге. Контакт-центр в авангарде

Ирина Королева, Операционный директор, **Он клиник**

10:30
МЕЧТЫ, ЦЕЛИ И СТРАТЕГИЯ ДЛЯ КОМАНДЫ КОНТАКТ-ЦЕНТРА

Уже октябрь, и скоро «опять за елкой бежать». А значит будем подводить итоги и ставить себе цели на следующий год. И при постановке целей важно удержать в

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

- Планы по этапам масштабирования роботов
- Секреты по улучшение эффективности роботов в Банке

Антон Мургин, Product Owner,
ОТП Банк

Дарья Лушникова,
Менеджер по развитию продаж,
ОТП Банк

Михаил Захарищев,
Руководитель направления развития бизнеса,
КВИНТ

11:25
ИНТЕРАКТИВНЫЙ ПЕРЕРЫВ, ЛЕГКИЕ ЗАКУСКИ, НАПИТКИ

все они одинаково полезны и легки во внедрении. Автор доклада рассмотрит подходы к измерению метрик «решабельности» в разных случаях, например:

- в чатах, где логическая цепочка сессий отличается от физической
- в ситуациях длинных кейсов со многим количеством участников с возникновением «петель повтора» в разных звеньях цепи (так, чтобы можно было найти реально ответственных)
- при сквозном измерении по клиентскому пути

Олег Зельдин,
Управляющий партнер, генеральный директор,
Апекс Берг
Вице-Президент,
Национальная Ассоциация Контактных Центров

11:00
РАБОТА С ОБРАТНОЙ СВЯЗЬЮ КЛИЕНТОВ КАК ИНСТРУМЕНТ УЛУЧШЕНИЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КЛИЕНТОВ

- Как использовать жалобы клиентов в создании системы улучшений
- Как выявлять болевые сценарии на основании анализа клиентской удовлетворённости
- Как управлять усилиями клиента
- Как сформировать у клиента ощущение ценности для компании
- Как выстроить непрерывный процесс улучшения клиентского пути на основе голоса клиента

Анастасия Горобец,
Менеджер по контроллингу бизнес-процессов дистанционного сервиса,
Tele2

11:30
ИНТЕРАКТИВНЫЙ ПЕРЕРЫВ, ЛЕГКИЕ ЗАКУСКИ, НАПИТКИ

фокусе внимания команду, достижения, мечты, цели, стратегию бизнеса, тренды в технологиях, и много чего еще.

- С кем, когда и как организовать встречи по планированию года?
- Какие вопросы помогут подвести итоги года?
- Как собрать тренды?
- Что делать с мечтой, а что превратить в цели?
- Как наметить вектор движения в новом году?
- Как собрать стратегию развития КЦ?

Каждый участник получит чек-лист «Далеко ли до мечты», чтобы по нему участники могли сами найти у своей команды сильные и слабые стороны в работе с мечтами и целями.

Елена Войтова, Бизнес Тренер,
Босс Внутри - Boss Vnutri

11:00
ИНТЕРАКТИВНЫЙ ПЕРЕРЫВ, ЛЕГКИЕ ЗАКУСКИ, НАПИТКИ

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

11:45
НЕЙРОСЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОБУЧЕНИЯ

Несмотря на то, что самой известной нейросети ChatGPT уже почти год, тема использования возможностей нейросетей в обучении остается скорее теоретической и прогнозной, чем практической.

Наш кейс — про то, как внедрить нейросети в повседневную жизнь команды обучения, и что из этого может получиться.

- Текстовые нейросети: виды, функционал и возможности использования для проектирования обучения
- Правила создания идеального промпта: как спросить, чтобы ответ не разочаровал?
- Не текстом единым: какие еще нейросети могут быть полезны при проектировании обучения
- Примеры применения нейронных сетей на практике для решений задач обучения
- Результаты использования нейронных сетей в обучении

Анастасия Бажанова,
Product Owner,
Альфа Банк

Никита Горничаров,
Эксперт команды обучения
Альфа Банк

12:15
АВТОМАТИЗАЦИЯ ТЕЛЕМАРКЕТИНГА: ЖИВЫЕ КЕЙСЫ, CX-ВЫЗОВЫ, ЭФФЕКТЫ

- Преимущества и ограничения интеллектуальных роботов в исходящих обзвонах с целью продаж
- Голосовой робот для телемаркетинга в банках: как увеличить производительность обзвона при сокращении затрат на примерах банков из топ-10 и топ-60
- Реактивация клиентской базы и увеличение объема дополнительных продаж с помощью голосового робота в страховой компании из топ-15

12:00
АНАЛИЗ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ КАК СРЕДСТВО УЛУЧШЕНИЯ КЛИЕНТСКОГО ПУТИ И ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ ТОРГОВОЙ ПЛАТФОРМЫ

- Глубокий анализ и прогнозирование потребностей клиентов позволяют действовать на опережение и запускать функционал, который вызывает положительные эмоции у клиентов
- Аналитика взаимодействия с клиентами в разрезе каналов
- Значение искусственного интеллекта (AI) для аналитики данных
- Использование аналитики взаимодействия для опережения обращений клиента
- Клиентские исследования и Клиентский сервис – как совместить?
- Обратная связь и аналитика взаимодействия – как с ней работать

Елена Матинченко,
Руководитель направления,
Сбер

12:30
КАК УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ С ПОМОЩЬЮ РЕЧЕВОЙ АНАЛИТИКИ: ПОШАГОВАЯ ИНСТРУКЦИЯ

В докладе расскажем о механизмах повышения конверсии контактов и производительности менеджеров по продажам с помощью речевой аналитики, приведем примеры реальных кейсов, расскажем о метриках и алгоритме расчета эффективности внедрения речевой аналитики в продажах.

Дмитрий Макаренко,
Директор по развитию,
3iTech

13:00
YANDEX SPEECHSENSE – NOT YET ANOTHER РЕЧЕВАЯ АНАЛИТИКА ДЛЯ ВАШЕГО КОНТАКТ-ЦЕНТРА

- Кому и зачем нужна речевая аналитика от Yandex Cloud

11:20
ОПТИМИЗАЦИЯ ПОИСКА И УЛУЧШЕНИЯ КОНВЕРСИИ ВОРОНКИ КАНДИДАТОВ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОФЕССИЙ

- Как искать нестандартных людей на нестандартные профессии, роли и задачи
- Как правильно ожидать результаты от тех, кто нанимает вам людей и задавать правильные вопросы
- Как мы искали специалистов по улучшению качества поиска, асессоров
- Как при помощи CX-подходов мы решали проблему поиска новой специальности, при том, что ей не учат на курсах или в институтах, но именно эти люди сейчас влияют на обучение нейросетей
- С какими сложностями мы столкнулись (особенности масс найма, опасения про недоверие, история про "бородатого мужика" и "пару с дредами")
- Оптимизация воронки через проверку гипотез - какие из версий сработали лучше?
- Как организовали и перестроили команду по пути, чтобы получилось?
- Рекомендации себе в прошлое - что бы мы сделали сейчас иначе?
- Один из этапов дал до 70% результата в конверсию и слушателям доклада предстоит угадать, какой именно

Марина Вострикова,
Эксперт по Customer Experience,
Руководитель направления,
Яндекс

11:50
РЕАЛЬНОСТИ ГЕЙМИФИКАЦИИ: К ЧЕМУ ПРИВОДЯТ ИГРЫ НА РАБОТЕ? МАССОВОЕ УВЛЕЧЕНИЕ ГЕЙМИФИКАЦИЕЙ СОЗДАЕТ НАСТРОЕНИЕ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ, НО ТАК ЛИ ОНА ВЛИЯЕТ НА РЕЗУЛЬТАТ?

- Для чего люди придумали игры? Работа в КЦ - это реальность или игра?
- Почему взрослым людям нужно "потакать" в их интересах?
- Спасение в игре? Почему коллектив КЦ уходит в нереальное пространство? Кому выгодны супер-герои в КЦ?

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

- Продажи юридическим лицам: опыт актуализации базы и обработки сложных и вариативных возражений при расширении охвата корпоративных клиентов

Александр Долматов, Руководитель направления исходящей роботизации, **Naumen**

12:45
ГОЛОСОВОЙ ТРЕНАЖЕР: НАШИ ИССЛЕДОВАНИЯ И ПРАКТИКА

Одна из причин увольнения сотрудников в начале их карьеры в роли операторов КЦ — несоответствие ожиданий от работы и реального потока, получаемого со стороны клиентов. У нас шутят: «Лучше один раз встретить рассерженного клиента, чем один раз про него услышать». Но как встретить такого клиента в безопасной среде, где допустимо ошибиться? Как превратить эту встречу не в испытание на прочность, а в возможность развития? Мы попробовали внедрить голосовые тренажеры для прокачки навыков операторов голосовых каналов и расскажем, что у нас из этого получилось.

- Эффективность в фокусе: какие требования для MVP тренажера мы предъявили
- Исследование рынка провайдеров в областях модуляторов речи
- От пилотов к реальности: рассмотрим механику работы двух типов тренажеров и процесс их создания.
- Преодоление вызовов: барьеры в пилотном проекте и их решение
- Итоги пилотирования: рассмотрим влияние на KPI бизнеса

Ирина Ватуева, Начальник управления профессионального развития, **Альфа Банк**

Анастасия Бажанова, Product Owner, **Альфа Банк**

- Почему речевая аналитика – это про ROI?
- Что умеет Yandex SpeechSense
- Опыт Yandex Crowd. Как применили речевую аналитику в аутсорсинговом контакт-центре
- GTP-like контроль скрипта и возможности, которые он дает
- Чек-лист выбора подрядчика по речевой аналитике

Андрей Смолев, Менеджер продукта, **Yandex Cloud**

Ильсияр Дорофеева, Руководитель службы развития клиентского сервиса, **Yandex Crowd**

13:30
АВТОМАТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДИАЛОГОВ

- Что такое Речевая аналитика?
- Постановка задачи, пути решения и внедрение
- Для чего используем сейчас и какие эффекты получены

Татьяна Демидова, Директор проектов, **АБК**

- Связь между игрой и реальным общением с клиентом: почему итоги игры отличаются от итогов в бизнесе?
- Так все же: сотрудники - дети или бизнес-партнёры?

Галина Хаустова, Бизнес-тренер, **Академия телемаркетинга**

12:20
ПРОЕКТ ИГРОФИКАЦИИ ДЛЯ ОПЕРАТОРОВ КЦ КАК СПОСОБ МОТИВАЦИИ НА РЕЗУЛЬТАТ И СНИЖЕНИЯ ТЕКУЧЕСТИ

- Какой должна быть игрофикация сегодня: что важно для нового поколения Z
- С какими трудностями можно столкнуться при запуске проекта игрофикации
- Как вовлеченность в игрофикацию влияет на текучесть операторов КЦ и бизнес-показатели
- Сколько времени требуется для вовлечения. Как его можно ускорять на старте проекта

Аркадий Ступень, Директор по развитию **Контакт Сервис**

12:50
ПРОФИЛАКТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ СОТРУДНИКОВ

- Факторы, влияющие на возникновение эмоционального и профессионального выгорания
- Каким образом можно распознать профессиональное выгорание
- Какие последствия получит компания, если в ней работает профессионально выгоревший сотрудник и как сделать так, чтобы не лишиться сотрудника

Карина Леонтьева, Руководитель направления дистанционных продаж, **Ситилинк**

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

13:15
ЦИФРОВОЙ АУДИТОР - СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К КОНТРОЛЮ КАЧЕСТВА РАБОТЫ ОПЕРАТОРОВ

Внедрение искусственного интеллекта, который делает тестовые звонки и контролирует соблюдение операторами сценариев и корректность выбранной ими тематики, позволило существенно повысить качество на горячих линиях общегородского контакт-центра. Как мы видим, сейчас на рынке такие решения отсутствуют. Хотим поделиться с коллегами результатами внедрения и перспективами развития данного направления.

- Предпосылки создания цифрового аудитора
- Особенности «трудоустройства» цифрового аудитора в Общегородской контакт-центр
- Влияние цифрового аудитора на живых сотрудников отдела контроля качества и операторов
- Результаты работы цифрового аудитора и перспективы развития

Андрей Савицкий, Руководитель проекта «Общегородской контакт-центр, **Департамент информационных технологий г.Москвы**

13:45
ОБЕДЕННЫЙ ПЕРЕРЫВ. ОСМОТР ДЕМО-ЗОНЫ

14:00
ОБЕДЕННЫЙ ПЕРЕРЫВ. ОСМОТР ДЕМО-ЗОНЫ

13:20
ОБЕДЕННЫЙ ПЕРЕРЫВ. ОСМОТР ДЕМО-ЗОНЫ

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

залы ДЕЛОВОЙ ЦЕНТР | МЕЖДУНАРОДНАЯ

14:30 - 16:30

ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Интегрируйте информационные системы и каналы доступа для бесшовного взаимодействия

14:30
ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ ИЛИ БЕСШОВНЫЕ КАСАНИЯ С “ДУШОЙ”

На сегодняшний день наиболее удобными каналами коммуникации являются мессенджеры. Общение в них и чат-боты не призвано сделать коммуникацию полностью автоматизированной. При этом по статистике всё меньшее число клиентов предпочитают общаться именно по телефону - в основном, это определённые возрастные группы или клиенты, не имеющие смартфонов. В любом случае звонок с неизвестного номера точно не вызывает больше доверия, чем сообщение от официального аккаунта компании.

- Экосистема мессенджеров позволяющая закрыть вопрос клиента “под ключ"
- Умные боты? Конверсия, построение коммуникационной стратегии
- Ненавязчивое взаимодействие с клиентами через чат и ботов
- Разгрузка и помощь в работе контакт центра, унифицирование общения с клиентами

Кира Плосконосова,
Руководитель контакт-центра,
Клинический госпиталь на Яузе

зал СОКОЛЬНИКИ 1

15:00 - 17:00

АНАЛИТИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ

Используйте данные о клиентах для персонализации и проактивности клиентского опыта

15:00
УПРАВЛЕНИЕ ТОНАЛЬНОСТЬЮ ОТЗЫВОВ В ИНТЕРНЕТЕ

- Как реагировать от лица компании на отзывы, чтобы нивелировать негатив и усиливать позитив?
- Баланс между скриптами, ботами и человеческими эмоциями
- Правила составления скриптов для публичных отзывов и интернет коммуникаций
- Что влияет на удовлетворенность решением проблемы?
- Как мониторинг качества отработки обращений меняет эффективность процесса и NPS?

Оксана Астахова,
Руководитель службы поддержки и развития клиентского опыта,
World Class

15:30
РАБОТА С UGC-КОНТЕНТОМ: ПОМОЩЬ КЛИЕНТАМ И РОСТ КОНВЕРСИИ ДЛЯ БИЗНЕСА

Клиенты всё меньше верят фото-контенту, всё больше хотят естественных снимков. Мы стимулируем клиентов оставить отзыв/вопрос/фото, что позволяет им чувствовать свою значимость и почувствовать реальное влияние на успешность компании.

зал СОКОЛЬНИКИ 2

14:10 - 18:00

ОПТИМИЗАЦИЯ РЕСУРСОВ И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

Адаптируйте, согласовывайте и оптимизируйте вашу экосистему клиентского опыта

14:10
ВМЕСТЕ В КЦ: ИСТОРИЯ УСПЕХА ПРОЕКТА ДЛЯ СОТРУДНИКОВ С ГИБРИДНОЙ ФОРМОЙ ЗАНЯТОСТИ

Вместе в КЦ — уникальный проект Альфы для привлечения на работу по совместительству сотрудников других подразделений. Эффективность проекта превзошла все наши ожидания — и с точки зрения показателей бизнеса, и с точки зрения удовлетворенности сотрудников! Эксперты Альфы поделятся подробностями о запуске проекта и ошеломительных достижениях, которых удалось достичь.

- Предпосылки создания проекта: какие боли мы решали?
- Гибридная форма обучения: особенности и специфика программы обучения
- Система сопровождения: почему важен сильный support?
- Преимущества участия в проекте
- Проект в цифрах: анализ бизнес-результатов

Ирина Ватуева,
Начальник управления профессионального развития,
Альфа Банк

Ксения Долгова,
Методолог корпоративной Академии,
Альфа Банк

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

Ирина Бродская, Руководитель отдела маркетинга **Клинический госпиталь на Яузе**

15:00
ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ

Для достижения клиентоориентированности компаниям недостаточно быть доступными для клиентов в любых каналах взаимодействия. Важно быть в тех каналах, которые удобные для клиентов и быть в них по истине образцовыми с точки зрения быстроты и легкости решения вопроса клиента. Чтобы справиться с растущим объемом обращений, контакт-центры поспешили предоставить клиентам беспрецедентный выбор цифровых каналов доступа. Однако, не многие из них смогли оправдать ожидания клиентов. Клиенты продолжают жаловаться на длительное время ожидания, повторяющиеся вопросы и сложные клиентские пути.

Эмпирические «болевые точки» особенно ярко выражены в цифровых каналах. Исследование Национальной Ассоциации Контактных Центров выявило заметное отставание в результатах измерения показателей CSAT в таких цифровых каналах как мессенджеры, чат-боты и голосовые помощники.

Почему в то время, когда большинство клиентов говорят, что им удобнее пользоваться цифровыми каналами доступа, уровень удовлетворенности в них остается самым низким? Почему цифровые каналы, якобы основанные на удобстве, становятся основными источниками дополнительных усилий и низкой эффективности? Ответ очень прост: большинство контакт-центров не готовы для омниканального взаимодействия.

Проблемы омниканальности только усугубляются, когда мы касаемся работы операторов, которым приходится поддерживать клиентов в различных каналах, не обладая при этом всей полнотой информации, включая не только историю обращений, но и непосредственный контекст обращений в различных каналах.

- В каких каналах доступа и каким образом клиенты предпочитают
- Виды контента и современные тренды
- Влияние на клиентское поведение
- Особенности в сфере Fashion
- Процессы и алгоритмы работы с контентом: с какими ошибками столкнулись и как исправляли
- Влияние на бизнес: конверсия, SEO, товарная матрица, доверие клиентов

Екатерина Лазаревская, Руководитель Операционного Центра, **O'STIN**

16:00
CJM VS ВОРОНКИ - СПОСОБЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ И РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ КЛИЕНТОВ В КРОСС-КОМАНДАХ

На примере кейсов сложностей взаимодействия между поддержкой и продуктом, а также между любым отделом и юристами/бухгалтерами, мы рассмотрим возможные решения в пользу клиентов.

- Актуальная применимость CJM в клиентском сервисе
- Как на самом деле ведут себя наши клиенты
- Аспекты и спецэффекты использования инструмента "в лоб"
- Где и когда можно применять воронки - альтернативные подходы для эффективной реализации методов в бизнесе
- Жизнь после измерений - как работать с результатами исследованного

Марина Вострикова, Эксперт по Customer Experience, Руководитель направления, **Яндекс**

14:40
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КЦ С МИНИМАЛЬНЫМ БЮДЖЕТОМ

- Построение системы материальной и нематериальной мотивации персонала
- Система контроля качества – триггер роста лояльности клиентов и уровня конверсии
- Выявление потенциала для наращивания конверсии через аудит процессов
- Влияние eNPS на эффективность работы КЦ
- Что даёт выход оператора в «поля»?

Маргарита Алдошина, Руководитель центра клиентских коммуникаций, **Европейский Медицинский Центр**

15:10
КАК УВЕЛИЧИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ КЦ ЗА СЧЕТ НОВОГО ПОДХОДА В РАБОТЕ СОТРУДНИКОВ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА

В каждой компании, имеющей контактный центр, есть отдел контроля качества работы с клиентами. Однако не все компании используют данный ресурс на полную мощность.

Мы внедрили новый подход, расширив функционал и мотивируя сотрудников.

В докладе мы расскажем успешные практики и методы увеличения эффективности работы всего КЦ с помощью нового подхода в работе сотрудников контроля качества.

- Вы изучите инструменты развития личной ответственности и мотивации по выполнению показателей КЦ у сотрудников контроля качества
- Расскажем успешные кейсы и методы работы сотрудников контроля качества и операторов КЦ
- Вы узнаете как повысить уровень вовлеченности операторов КЦ за счет новой стратегии взаимодействия с контролерами
- Рассмотрим критерии эффективной обратной связи, которые должны соблюдаться для выполнения операторами показателей качества

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

сегодня получать поддержку и решение своего вопроса?

- Почему клиенты по-прежнему больше доверяют "голосовому" взаимодействию для решения сложных вопросов?
- Оправдывает ли себя стратегия полного исключения взаимодействия с "живыми" операторами?
- Как обеспечить одинаковый, непротиворечивый и бесшовный клиентский опыт на всём клиентском пути?
- Какие ошибки совершают КЦ при попытке расширения каналов доступа и как исправить ситуацию с низким уровнем удовлетворенности клиентов при омниканальном взаимодействии?

МОДЕРАТОР:

Бегун Платон, Директор по развитию бизнеса, **NAUMEN**

ПАНЕЛИСТЫ:

Носков Александр, Директор по клиентскому опыту и сервису, **УК Альфа-Капитал**

Голомысов Андрей, Руководитель контакт-центра, **ГК Самолет**

Покатаева Ольга, Руководитель департамента клиентского сервиса, **Монастырёв.рф**

Кира Плосконосова, Руководитель контакт-центра, **Клинический госпиталь на Яузе**

17:00
ИНТЕРАКТИВНЫЙ ПЕРЕРЫВ, ЛЕГКИЕ ЗАКУСКИ, НАПИТКИ

16:30
ИССЛЕДОВАНИЕ ПУТИ КОНКРЕТНОГО КЛИЕНТА - ОСНОВА КОРРЕКТИРОВКИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА

- Как анализ обработки обращений клиентов позволяет найти системные ошибки
- Как исправление системных ошибок влияет на путь внешнего клиента и улучшает его
- Как исправление системных ошибок повышает удовлетворённость внутреннего клиента
- Как корректирующие мероприятия влияют на KPI и удовлетворённость внутреннего клиента
- Почему система встроенного внутреннего контроля позволяет обнаруживать системные ошибки и исправлять их
- Как взаимодействие 1 и 2 линии поддержки позволяет массово и оперативно отлеживать ошибки операторов
- Почему встроенная система внутреннего контроля позволяет обеспечить максимально возможную проверку работы оператора контактного центра
- Почему важно обеспечивать фиксацию ошибок операторов и фиксировать их в ИС

Вера Кулебякина, Руководитель направления, **Ростелеком**

17:00
ИНТЕРАКТИВНЫЙ ПЕРЕРЫВ, ЛЕГКИЕ ЗАКУСКИ, НАПИТКИ

Алена Тараторкина, Главный менеджер, **Газпромбанк**

15:40
ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ НА ВХОДЯЩЕЙ ЛИНИИ: КЕЙС МАЛОГО БИЗНЕСА БАНКА УРАЛСИБ

- Предпосылки запуска и поиски решений для входящей линии Малого бизнеса
- Инструментарий внедрения эмоционального интеллекта: обучение, мотивация, оценка качества, отчётность и сопровождение
- Формирование не только обучения, но системы ценностей с амбассадорами эмпатии
- Как из эмпатии получить продажи: кейс раскатки развития навыка эмпатии для продающих ролей

Саида Акмадиева, Руководитель дирекции «центр дистанционного обслуживания бизнеса», **Банк Уралсиб**

16:10
ИНТЕРАКТИВНЫЙ ПЕРЕРЫВ, ЛЕГКИЕ ЗАКУСКИ, НАПИТКИ

Продолжение на следующей странице

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

зал
СОКОЛЬНИКИ 2

16:30 - 18:00 (завершение потока «БИЗНЕС»)

ОПТИМИЗАЦИЯ РЕСУРСОВ И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

Адаптируйте, согласовывайте и оптимизируйте вашу экосистему клиентского опыта

16:30
СНИЖЕНИЕ СТОИМОСТИ ОНБОРДИНГА ОПЕРАТОРА И УВЕЛИЧЕНИЕ LT СОТРУДНИКА ЗА СЧЕТ ВНЕДРЕНИЯ СМЕШАННОГО ОБУЧЕНИЯ

Наш продукт очень сложный и существует много нюансов, которые должен знать оператор для оказания сервиса на должном уровне, такое количество информации сложно для усвоения. Несмотря на то, что мы применяем все виды креатива, чтобы сделать программу обучения максимально интересной, мы не можем заставить учиться людей против их воли, поэтому в процессе обучения многие новички отсеиваются на разных этапах. Получается, что много усилий мы затрачиваем впустую. И вот для того чтобы выявить изначально заинтересованных претендентов мы и начали внедрять смешанное, т.е. очно/заочное обучение.

- Как отобрать заинтересованных учеников из общей массы претендентов
- Как не упустить тех, кто нам действительно нужен
- Программа очно/заочного обучения - не повод для скуки
- Выявление потенциала учеников на ранних стадиях = Экономия ресурса времени коучей и наставников
- Поддержка уровня знаний после прохождения обучения - как сделать повышение квалификации действующих сотрудников интересным

Ирина Борисова, Руководитель Департамента по обеспечению и контролю сервисного обслуживания,
Grow Food

17:00
АВТОМАТИЗАЦИЯ ГАЙДА ПО АДАПТАЦИИ: ИНСТРУМЕНТ СОХРАНЕНИЯ СОТРУДНИКА В КОМПАНИИ

Работа над адаптацией новых сотрудников играет важную роль в успешной интеграции, удержании и развитии персонала. Она способствует повышению производительности, укреплению команды и снижению текучести кадров. Инвестирование времени и ресурсов в адаптацию новых сотрудников является приоритетным и стратегическим направлением в Альфе, и об этом сегодня мы расскажем!

- Исследования: с какими ключевыми болями адаптации сталкиваются компании?
- Гайд профессиональной адаптации: почему мы считаем этот инструмент более эффективным?
- Конструктор гайда: обязательные и опциональные элементы адаптации
- Из вызовов в победы: с какими сложными кейсами мы столкнулись и как мы их решили?
- Результаты внедрения гайда: влияние на KPI и эмоциональный отклик

Илья Камагоров, Преподаватель, эксперт в области общей методологии обучения контактных центров,
Альфа Банк

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.

17:30
РАЗВИВАЕМ СОТРУДНИКОВ С ПОЛЬЗОЙ ДЛЯ ВСЕХ ОТДЕЛОВ КОМПАНИИ

Рассмотрим подход к развитию сотрудников с помощью интеграции в другие отделы компании. В небольших компаниях есть отличное преимущество работы на стыке команд - это прямой контакт между ними, который дает возможность для быстрых улучшений.

- Как разнообразить рутину с пользой для всех?
- Развитие технических навыков сотрудников. Для чего это нужно?
- Возможно ли расширить способы нематериальной мотивации?
- Как передавать экспертизу и влиять на продукт?
- Наш кейс взаимодействия с разработкой и маркетингом как пример эффективной оптимизации процессов на стыке команд

Анастасия Богданова, Руководитель Службы Заботы,
Elama

18:00
ЗАВЕРШЕНИЕ РАБОТЫ ПОТОКА «БИЗНЕС» КОНФЕРЕНЦИИ

© 2009—2023 CCGuru, все права защищены.