

Повышение эффективности бизнеса через анализ поведения клиентов: оптимизация нагрузки, повышение конверсии и улучшение NPS

Людмила Наумова, директор по развитию клиентского обслуживания

"Так исторически сложилось"

GROW FOOD – СЕРВИС ПО ДОСТАВКЕ ПРАВИЛЬНОГО ПИТАНИЯ

- Компания на рынке с 2015 г.
- 10 линеек питания
- 2,5 млн доставок в год
- 1,7 млн звонков в год
- 340 тыс чатов в год
- 122 оператора в штате КЦ



Проблемы , с которыми столкнулись



Снижение NPS сервиса

NPS Сервиса



Жалобы на частые звонки в топ-1 у нейтралов и на 2 месте у критиков

Рост % недозвона

% недозвона



% дозвона до клиента стал ниже на 8,5%

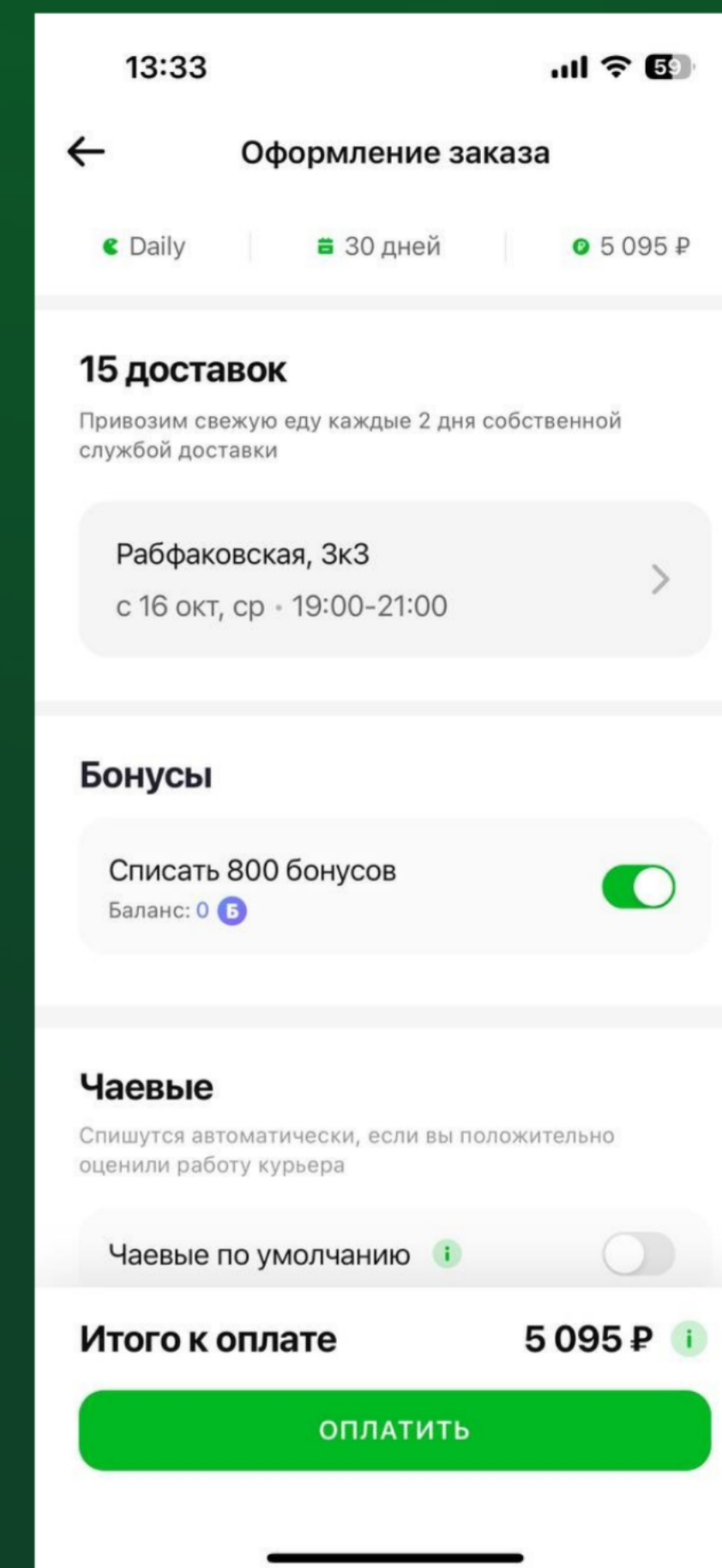
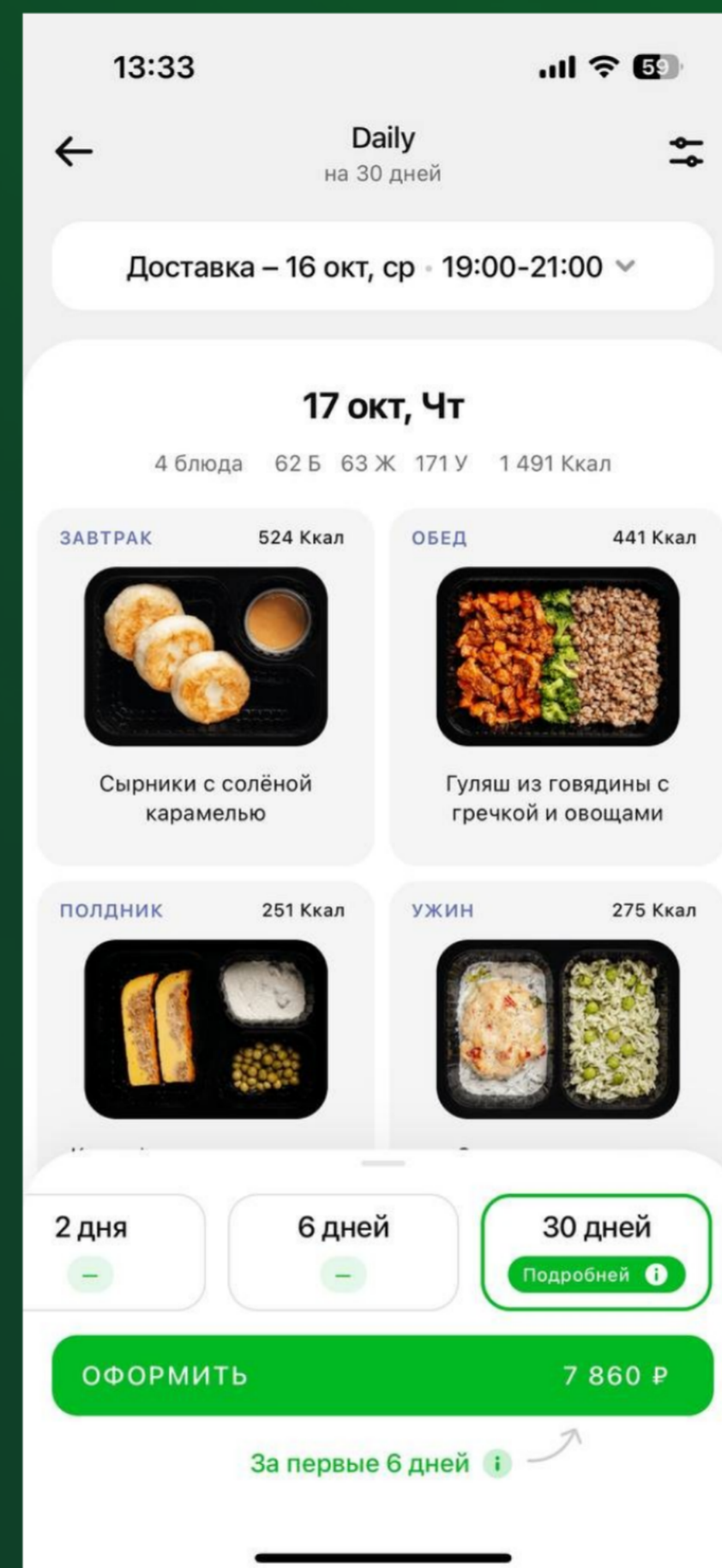
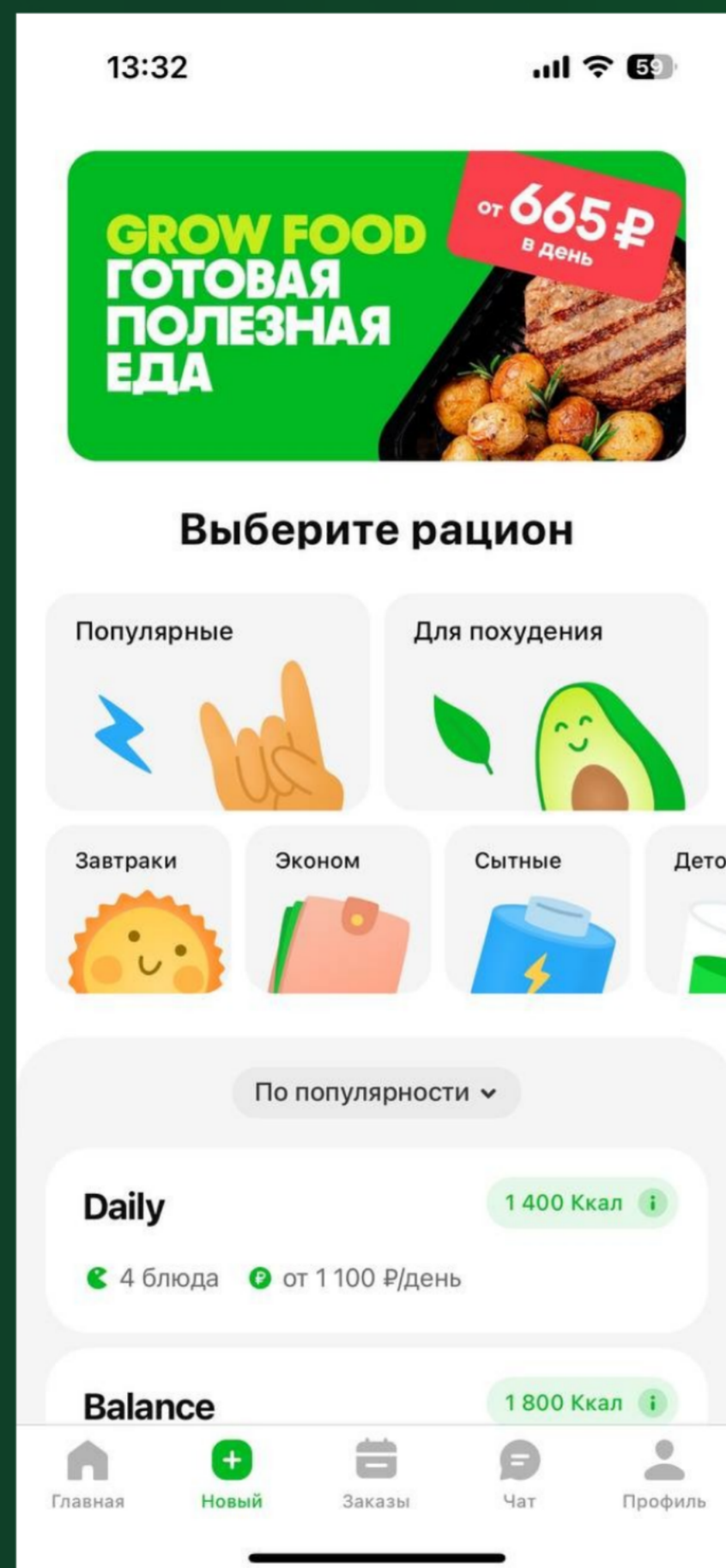
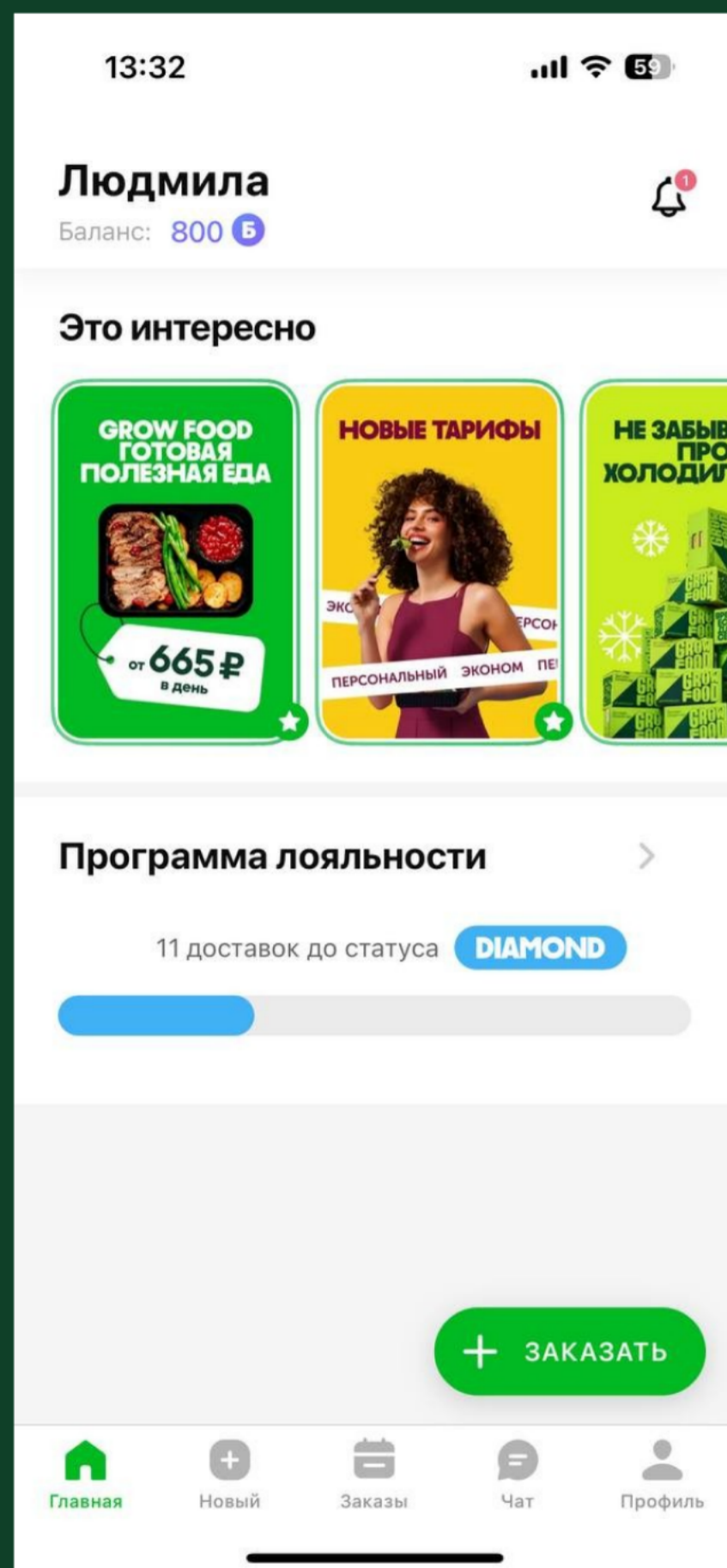
Нет положительной динамики в конверсии

Конверсия

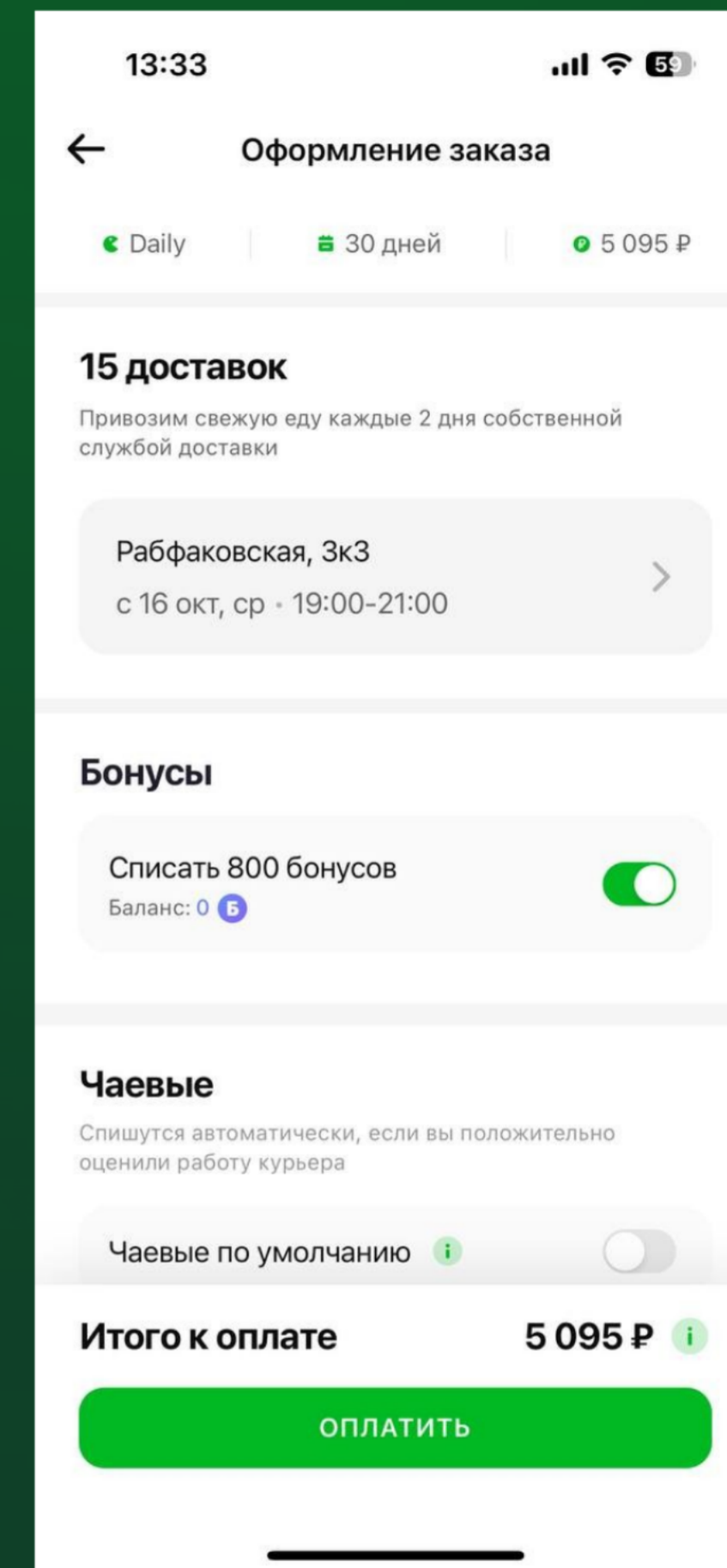
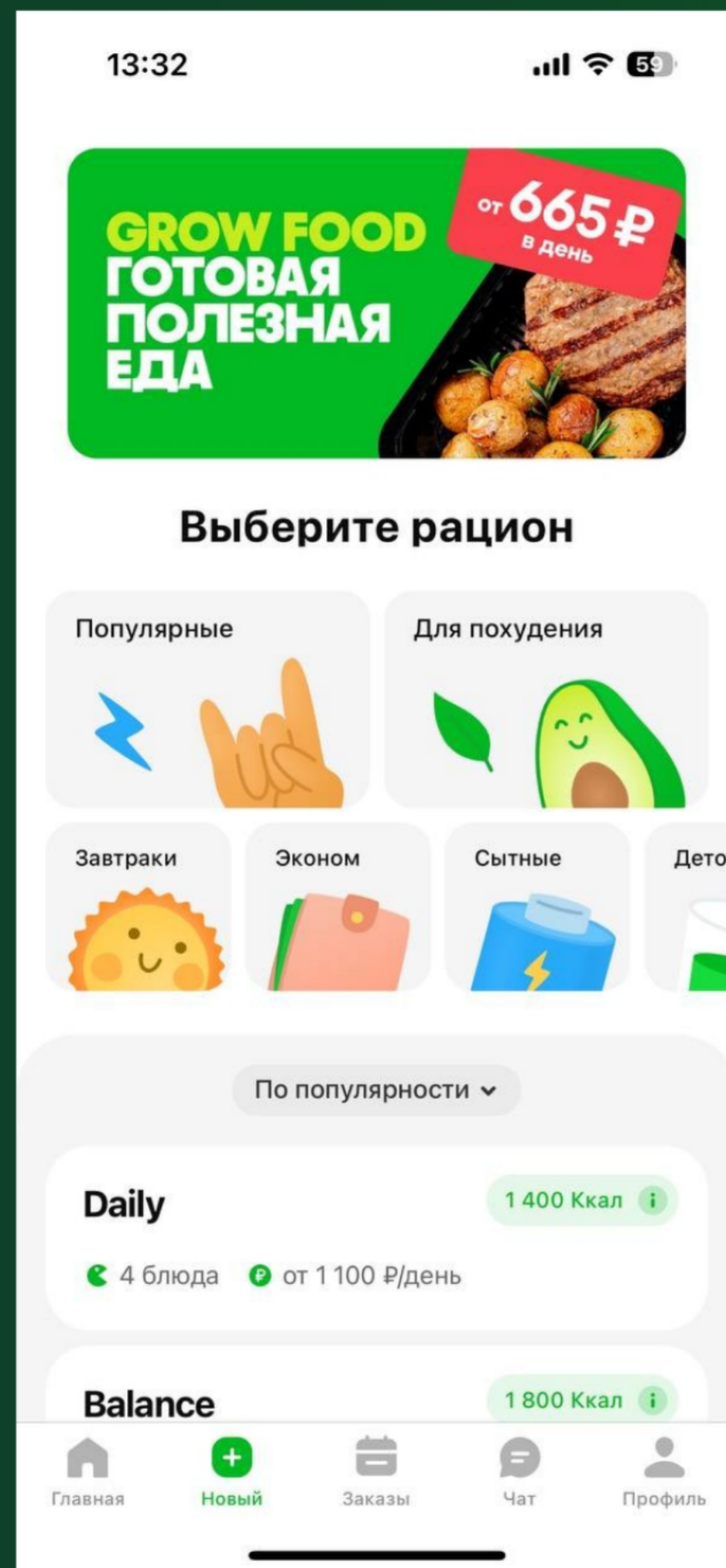
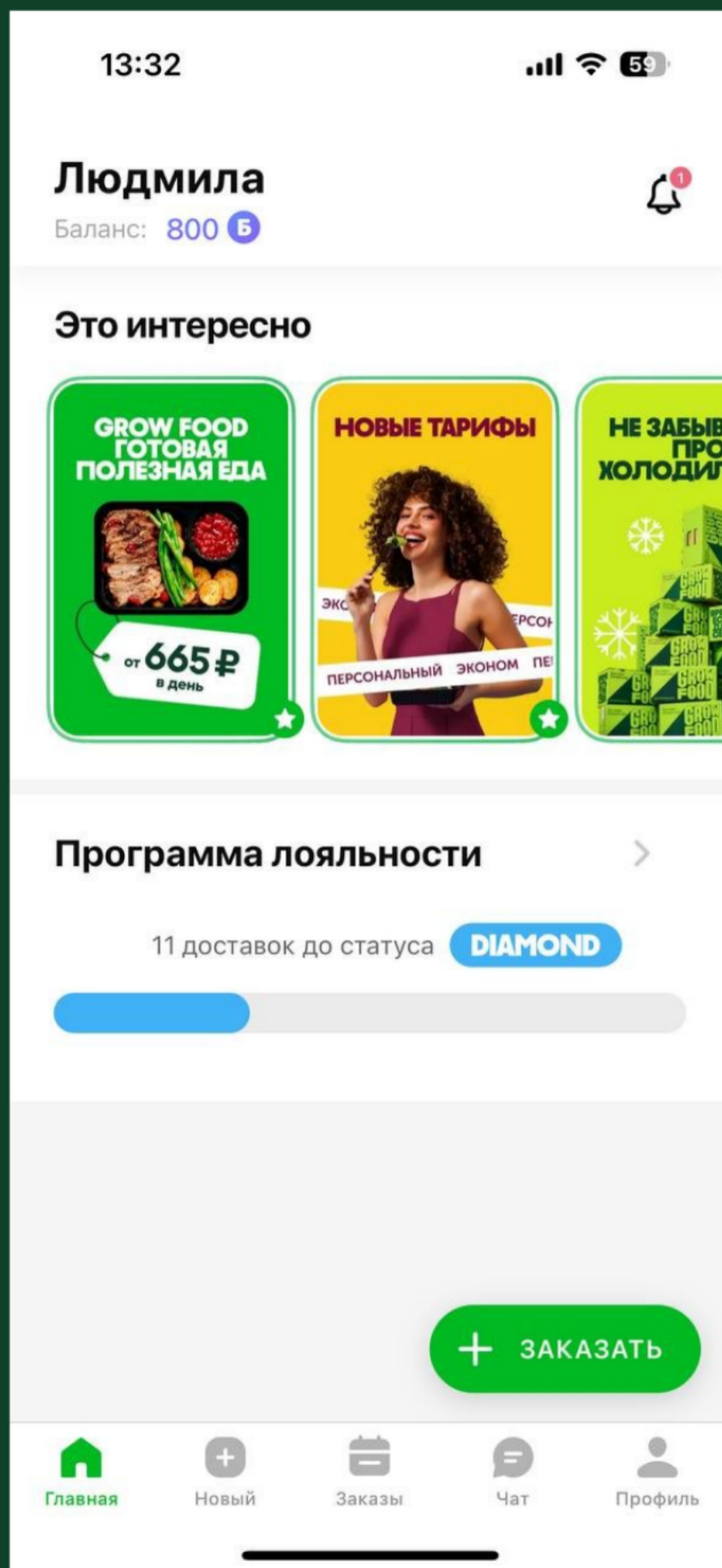


Показатель стабилен долгое время. Нет роста.

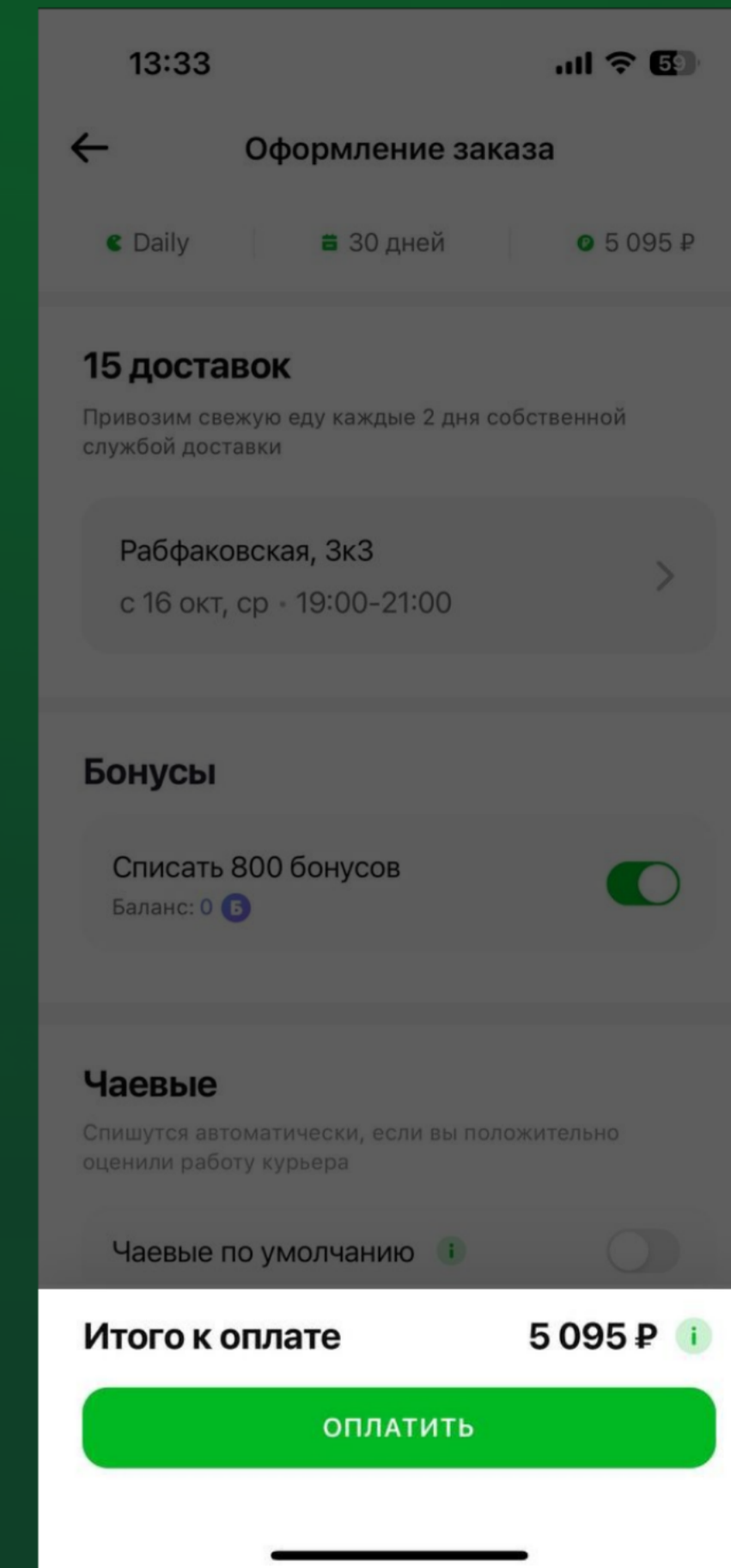
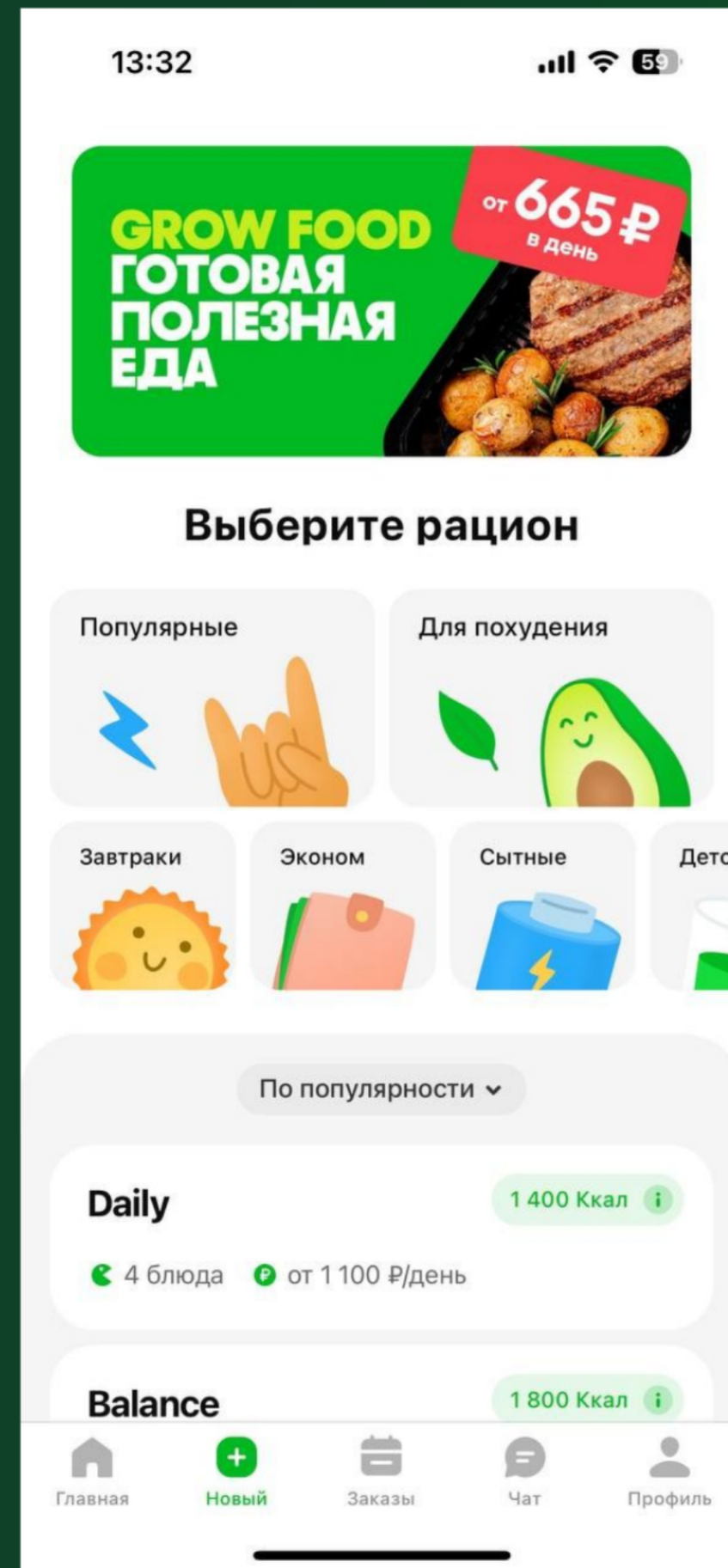
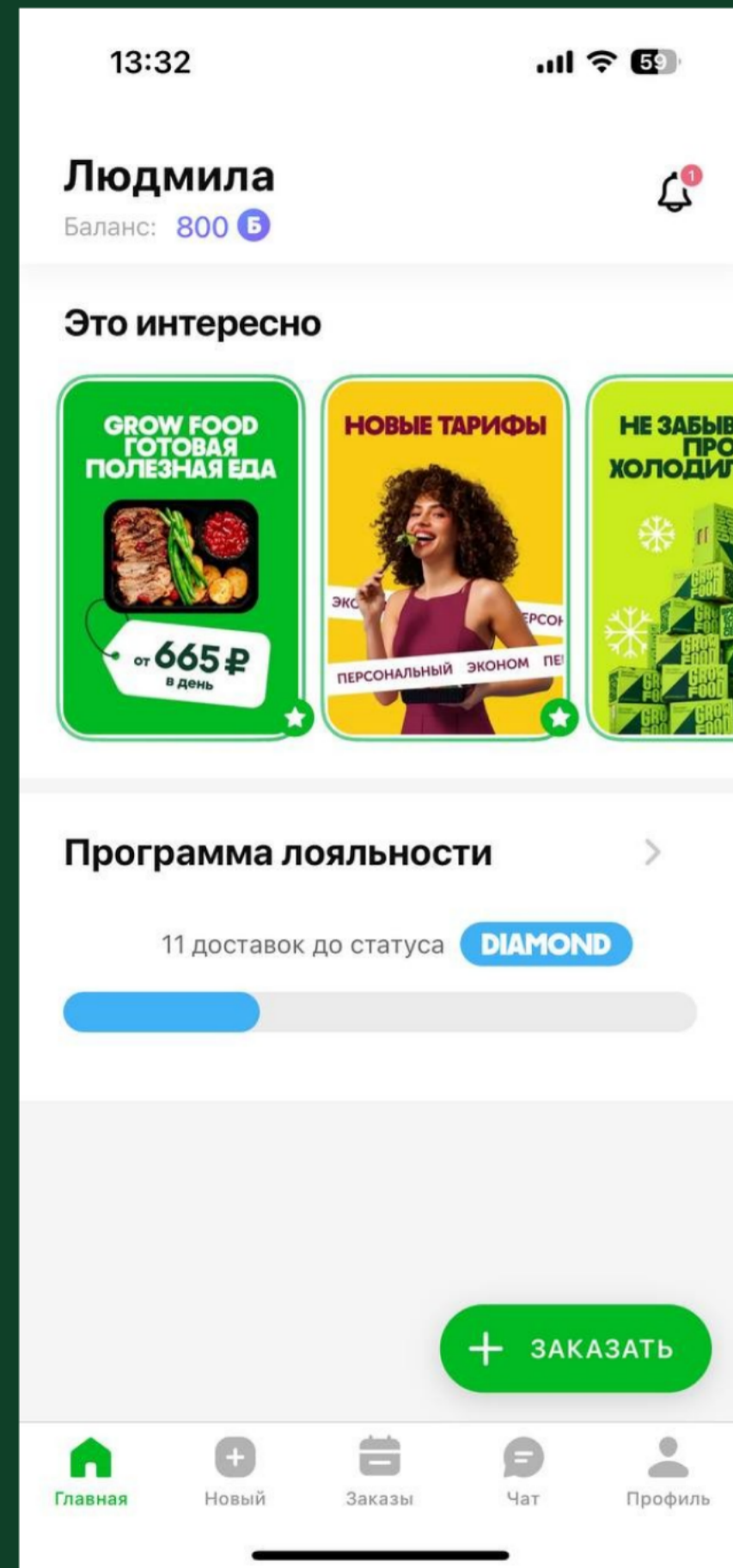
Путь клиентского заказа



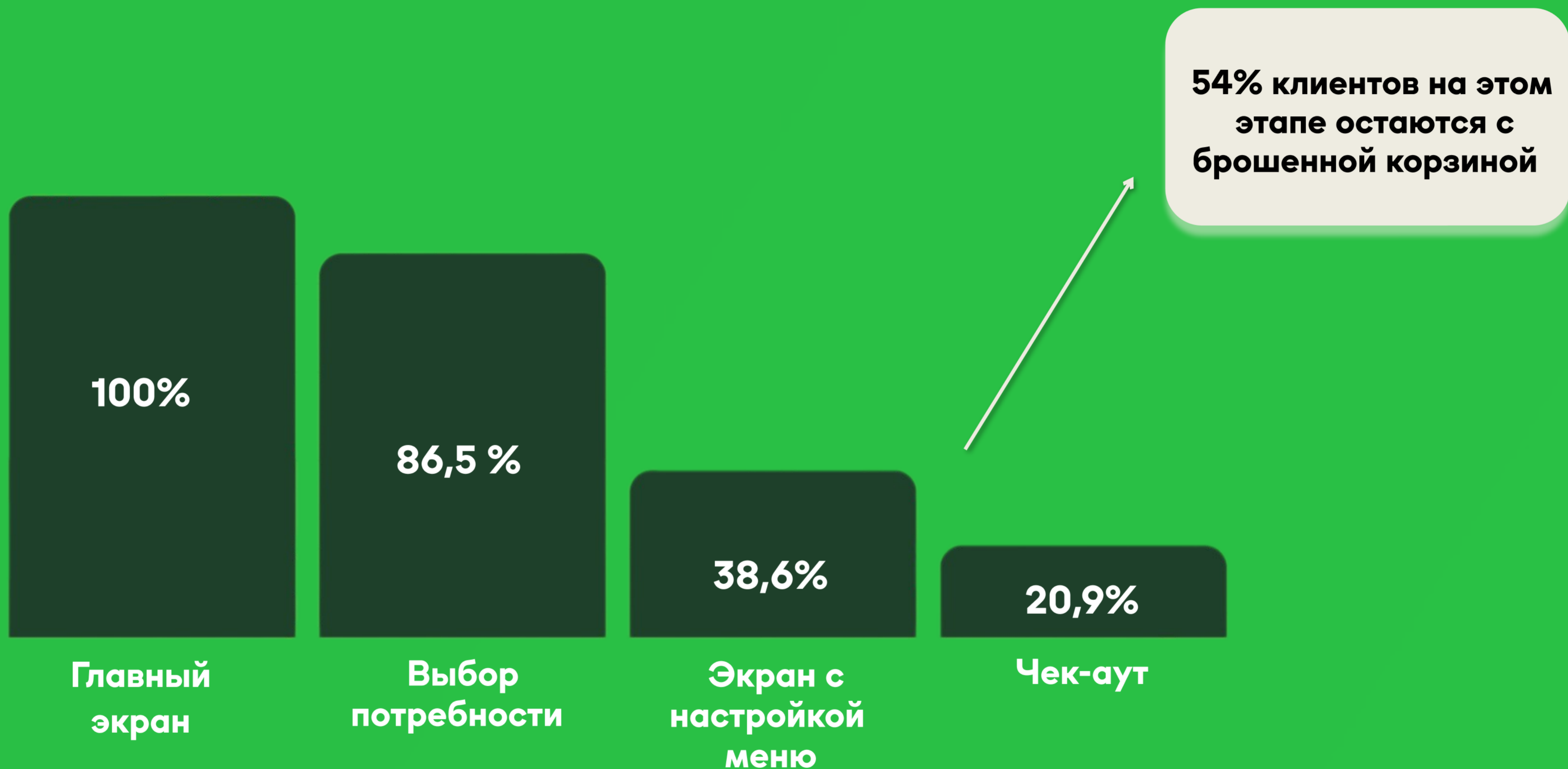
Путь клиентского заказа



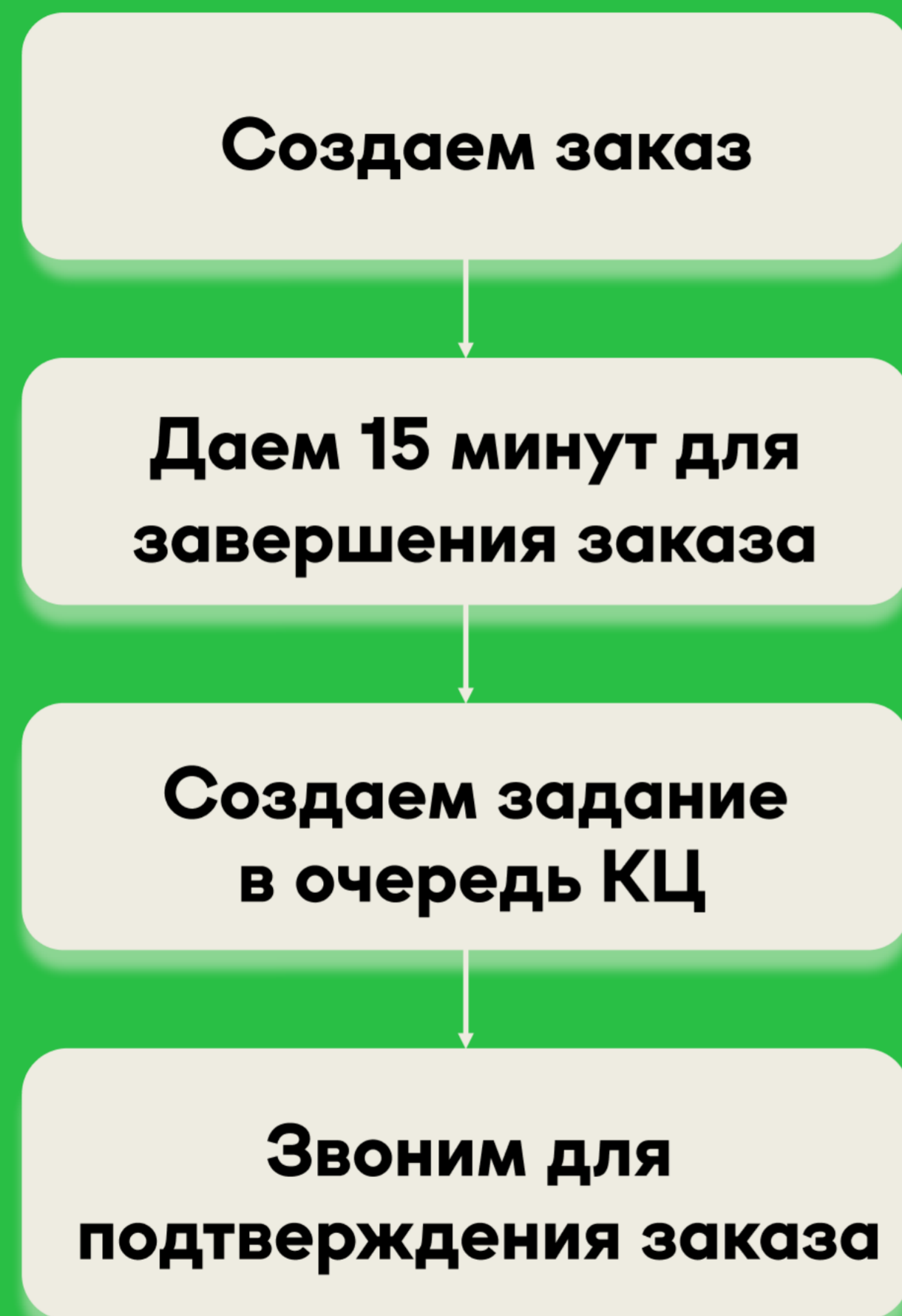
Путь клиентского заказа



Поведение клиентов на витрине



Обработка заказа в КЦ



- ❑ Лиды и целевые заявки попадают в одну очередь
- ❑ Звонки категории «брошенная корзина», провоцируют негатив у клиентов, тем самым снижая удовлетворенность сервисом

Решение – сегментация пользователей в момент создания заказа

Создаем черновик заказа

Отслеживаем действия
пользователя в рамках
сессии

Размечаем черновик
атрибутами брошенной
корзины / целевого заказа

Создаем задание в
очередь КЦ

Ждем заданный таймаут
времени

Звоним для подтверждения
заказа

Триггеры дожима

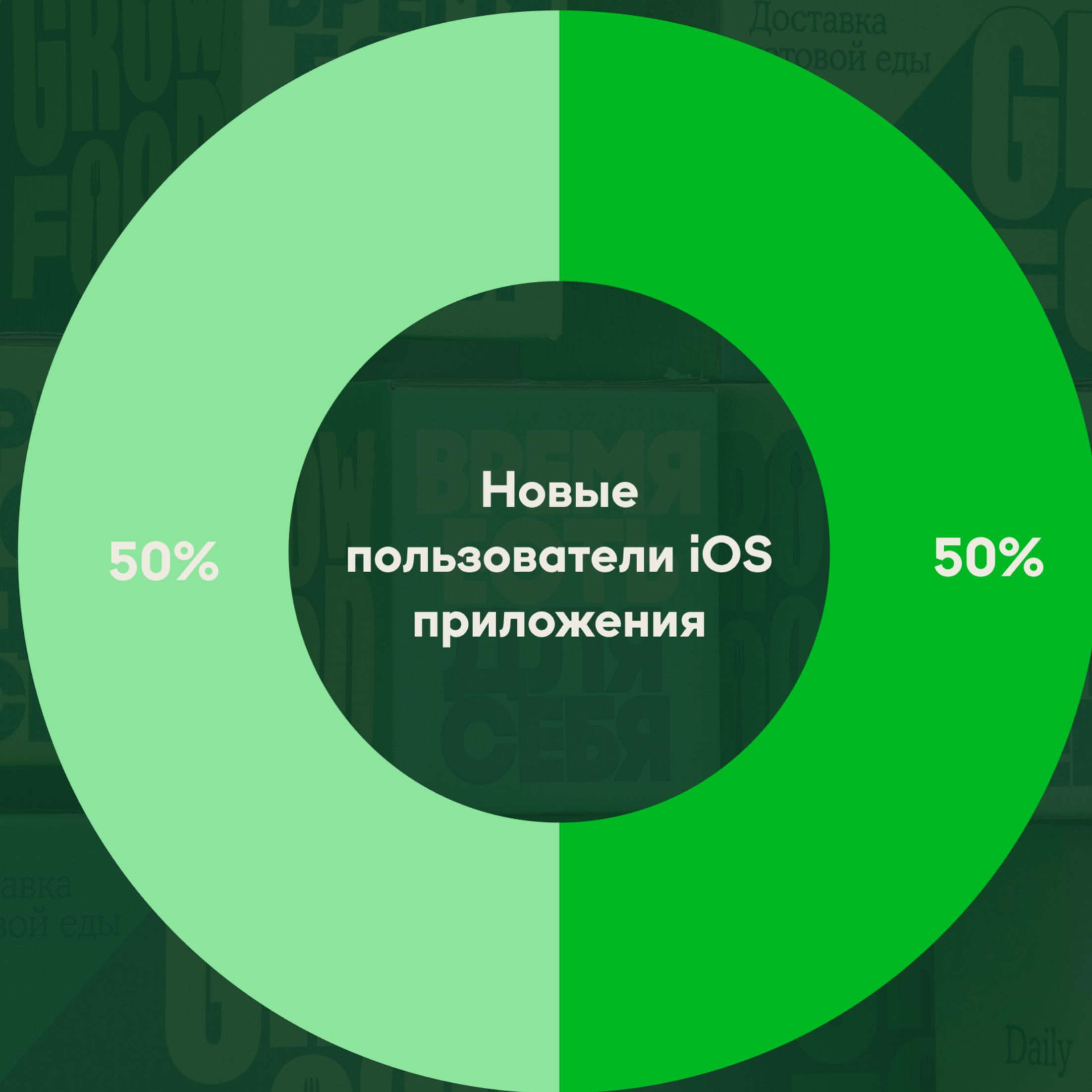
Ожидания

- ❑ Рост NPS сервиса
- ❑ Снижение количества жалоб на частые звонки
- ❑ Снижение нагрузки в КЦ
- ❑ Стабильный уровень LT
- ❑ Модернизация процессов возврата

Риски

- ❑ Снижение количества длинных подписок
- ❑ Снижение общей конверсии
- ❑ Снижение выручки

Этап тестирования



Результаты

Конверсия

Тестовая группа



Контрольная группа

+1,2 п.п.

LT

Тестовая группа



Контрольная группа

Нагрузка в КЦ

Тестовая группа



Контрольная группа

**-50%
обращений**

После масштабирования

- Количество звонков на 1 клиента снизилось в 2 раза
- Нагрузка на отдел подтверждений снизилась на 52%
- Количество уникальных клиентов, которые оформили заказы, осталось на прежнем уровне
- LT клиента стабильно

Удовлетворенность сервисом



Жалобы на частые звонки в топ-1 у нейтралов и на 2 месте у критиков

ДО

+2% к NPS

Жалобы на частые звонки больше не входят в топ-3

ПОСЛЕ



Людмила Наумова, директор по развитию клиентского обслуживания
+7(981) 916 80 44
I.naumova@growfood.pro