

BSS



Трансформация клиентского пути в современных реалиях бизнеса

Передовой Опыт Контактных Центров
Excellence in Customer Contacts



Основные тренды и вызовы рынка

Технологии, подходы и методологии быстро копируются и сами по себе уже не являются конкурентным преимуществом

1

Цифровизация и дополнительный доход

2

Пересмотр роли КЦ в компании:

- точка CJM
- основной канал обслуживания
- канал продаж продуктов/услуг
- источник знаний о клиенте

3

Предоставление сервиса в точках CJM, востребованных клиентами

4

Оmnikanальность

5

Безопасность

6

CUSTOMER EXPERIENCE

Культура впечатлений клиента основа LifeTime Value (LTV)

Клиентский сервис vs клиентские впечатления

CUSTOMER EXPERIENCE — соответствие ожиданиям клиента в части качества обслуживания и комфорта взаимодействия



Персонализация — гигиенический фактор при контакте с компанией

Бренд компании — оценивается клиентами на соответствие заявленных компанией ценностей

Впечатления складываются не только из продукта компании

Доверие клиента

Одинаково высокое качество во всех точках контакта

Профессионализм и эмпатия сотрудников

Прозрачность действий

Сохранение времени клиента

Модификация акцентов при формировании впечатления клиента – новая реальность

Технологические стеки

Модификация цифрового обслуживания и продаж

- Речевая аналитика в голосе, тексте и отделениях
- Виртуальный ассистент в тексте и голосе
- Единое окно оператора
- Суфлер для сотрудников
- Голосовая биометрия
- Автоматизированные исходящие обзвоны

Анализ потребности



На вершине эволюции: логика бизнеса определяет выбор технологий

Метрики успеха

Полный стек речевых технологий позволяет эффективно решать бизнес-задачи

	Речевая аналитика		Виртуальный ассистент		Суфлер & Единое окно				
Продажи	01	Ознакомление клиента с предложением	x2	07	Продажа продуктов, роботизация процесса продаж	+9%	11	Предложение релевантного продукта, какой продукт, в какое время предложить	+6%
	02	Конверсия продажи продукта/услуги	+12%						
Затраты	03	Обращения клиентов (Contact Rate)	-15%	08	Автоматизация рутинных операций	+14%	12	Динамические подсказки операторам (АНТ) * В звонках с обращениями к БЗ	-8%*
	04	Время разговора (АНТ)	-18%	09	Переключения умная маршрутизация	-30%			
Качество	05	Качество работы сотрудников	+25%	10	Время ожидания клиентом ответа предугадывание причины обращения	-80%	13	Точность предоставления информации	x2
	06	Работа с низкими оценками (VoC/CSI)	+12%				14	Скорость предоставления информации	+20%

Речевые технологии как стратегическое преимущество

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

Снижение стоимости внедрения и обслуживания (use case)

Искусственный интеллект непрерывно помогает снижать затраты и повышать прибыль



Автоматизация рутинных операций
в контактном центре

Повышение
эффективности
обслуживания



Повышение уровня FCR и объема операций в режиме самообслуживания

Стоимость обслуживания
активного клиента

-19%

Автоматизация
звонков

+14%

АНТ

- 18%

Повышение качества обслуживания (use case)

Цифровизация бизнес-процессов без потери качества



Повышение
качества обслуживания
сотрудниками

Выстраивание работы
с низкими оценками клиентов



VoC / CSI

+12%

Качество
работы
сотрудников

+25%

Постоянное улучшение качества обслуживания за счет автоматического анализа коммуникаций

BSS



Спасибо за внимание!

Передовой Опыт Контактных Центров
Excellence in Customer Contacts