



Как улучшить клиентский опыт используя показатели Repeat Rate / First Contact Resolution?

Юрий Мельников.

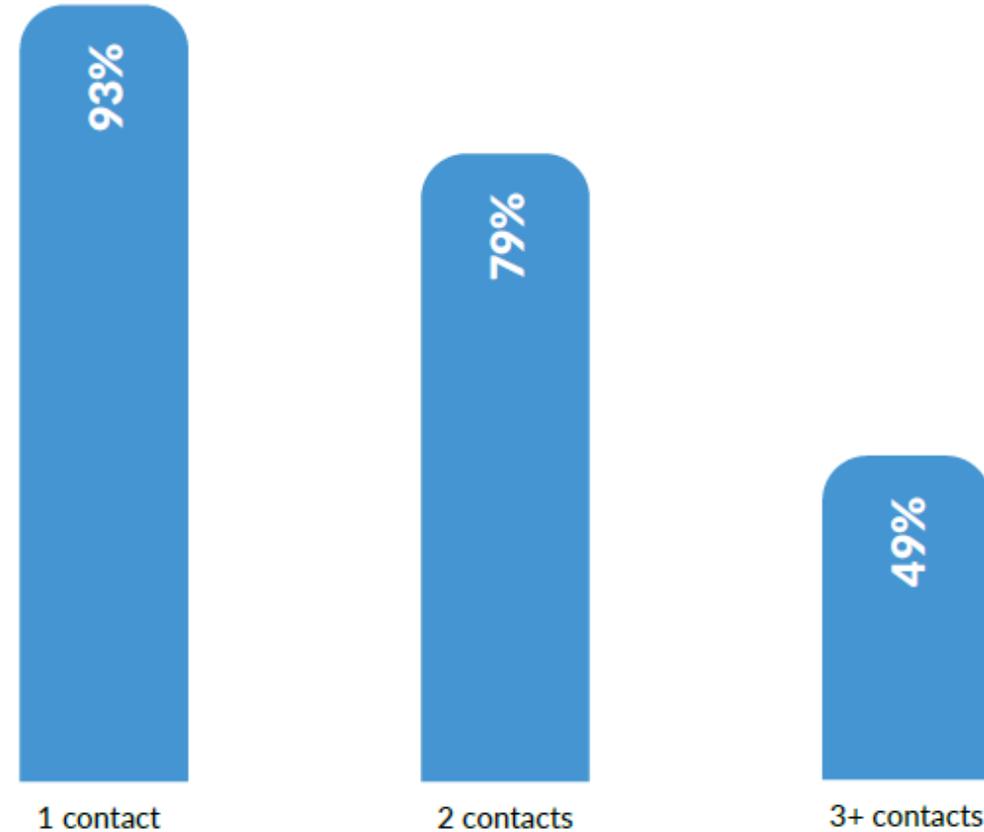
Исполнительный директор
Апекс Берг



Важность снижения повторных обращений



Impact of Issue Resolution on Customer Satisfaction



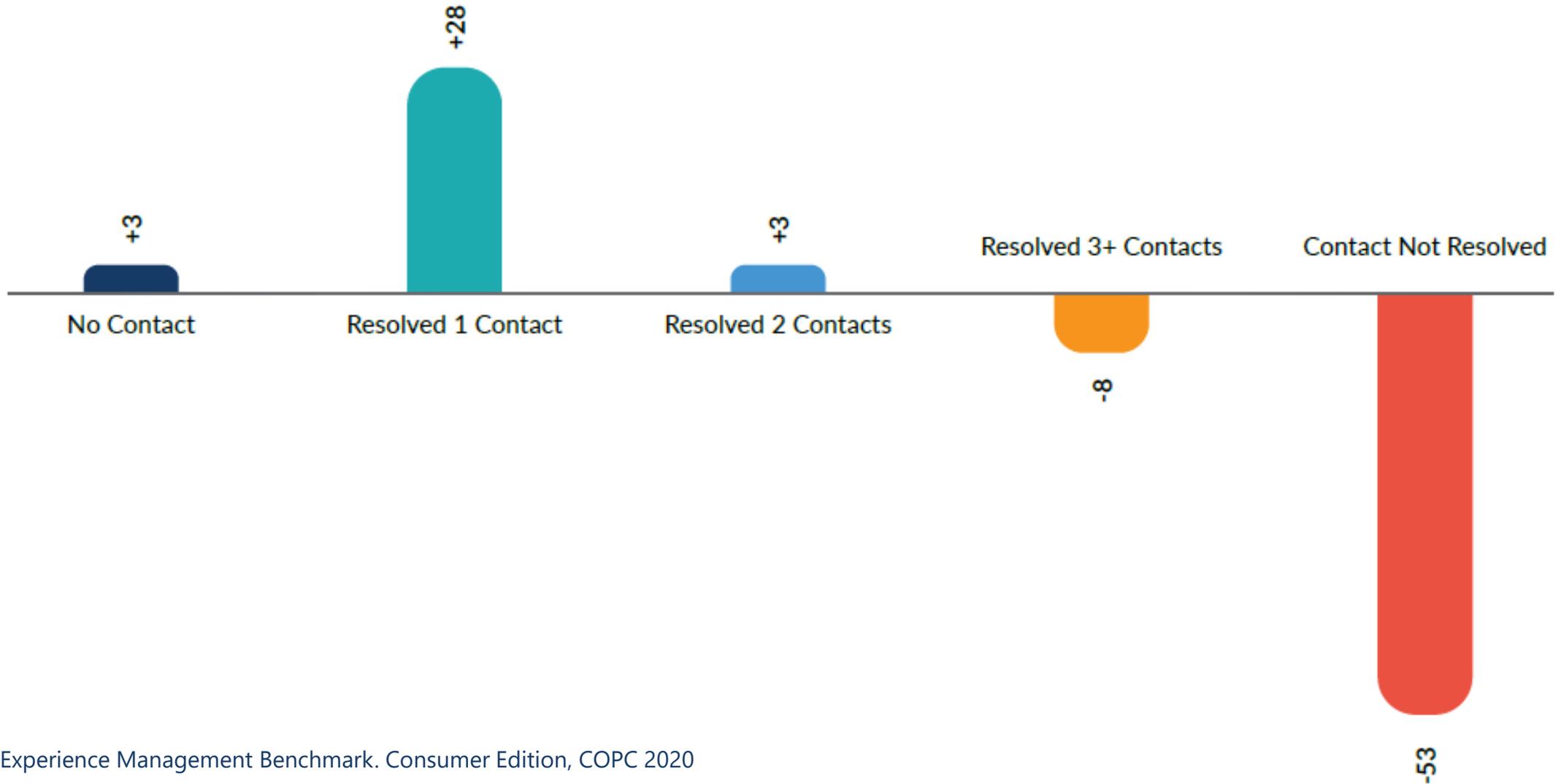
Важность снижения повторных обращений

35% участников исследования Апекс Берг проводят корреляционный анализ между FCR и CSI

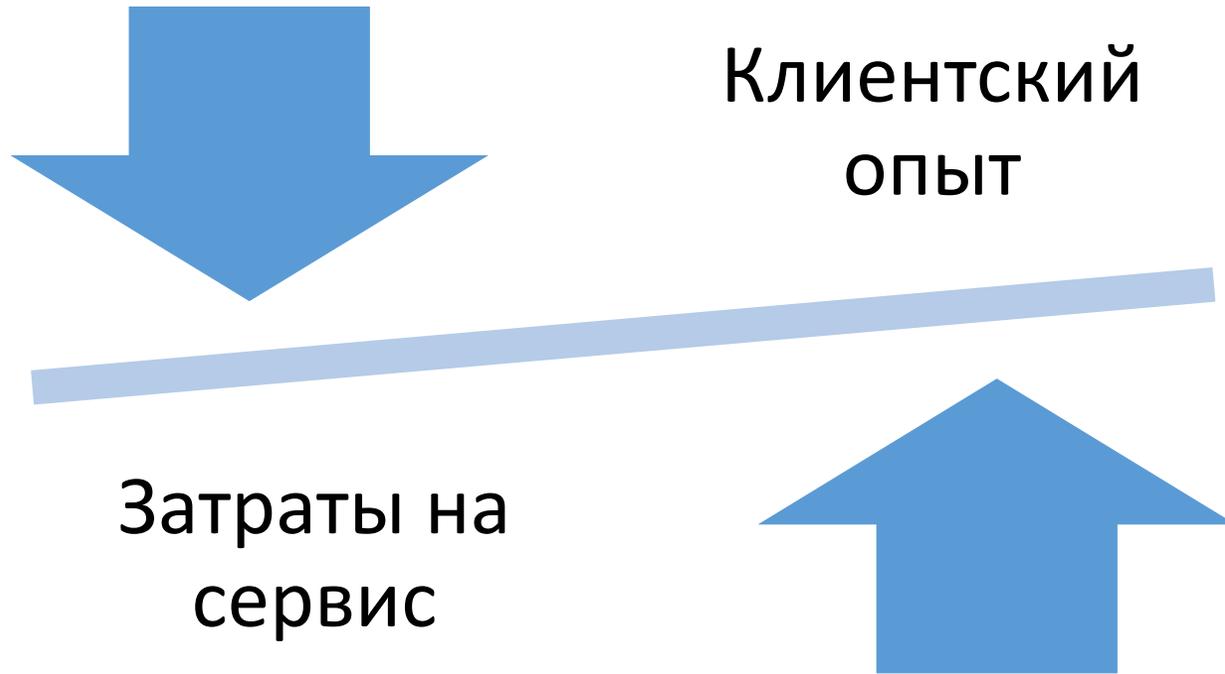
Impact of Issue Resolution on Customer Satisfaction



Impact of Customer Contact on Net Promoter Score



Важность управления усилиями клиентов через снижение повторных обращений



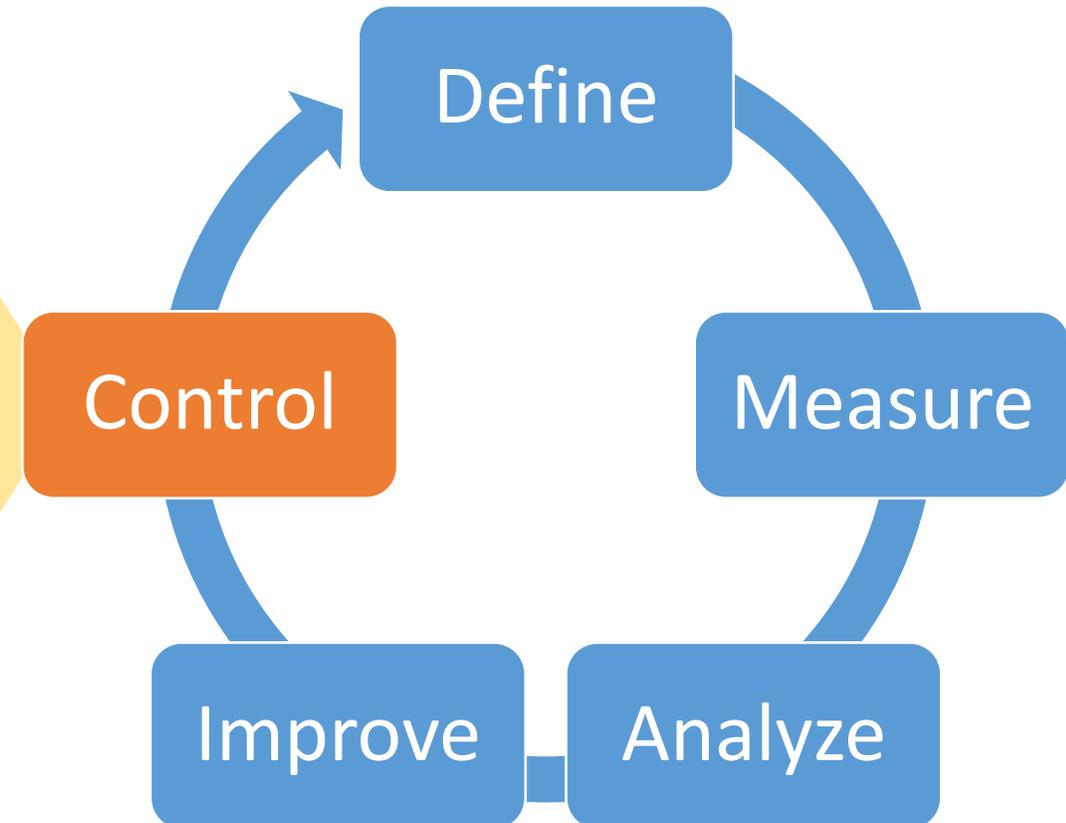
A photograph of several large, jagged icebergs floating in the ocean. The icebergs are a deep teal color, indicating they are old and have been in the water for a long time. In the background, there are snow-capped mountains under a cloudy sky.

Управление повторными обращениями

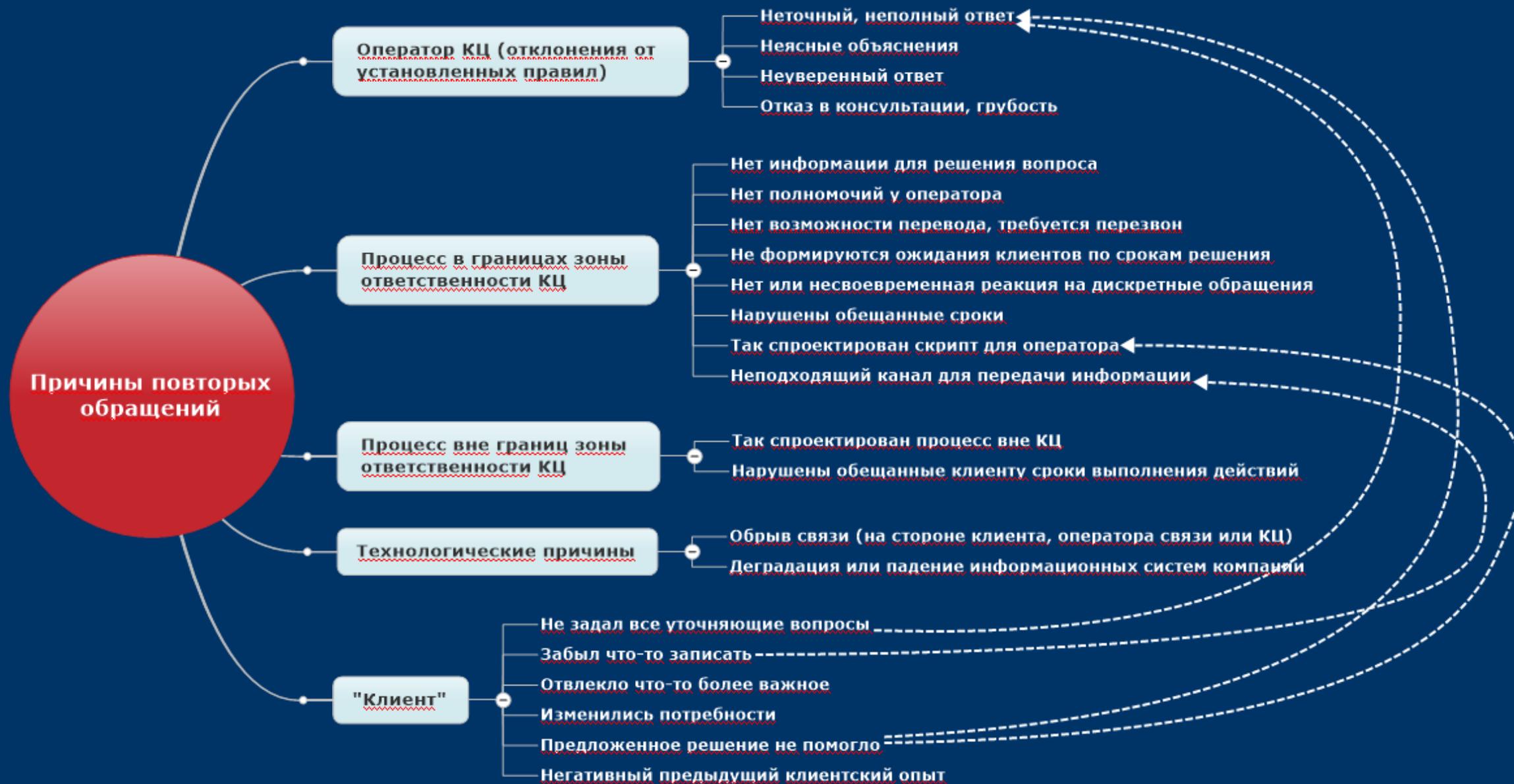
Подход к снижению количества повторных обращений

Задача: удержание целевого значения FCR

Задача: рост целевого значения FCR



Классификация причин повторных обращений



Классификация причин повторных обращений

71% участников исследования НЕ имеют четкого документированного классификатора причин повторных обращений

12% участников исследования сообщили, что вырос приоритет по работе с повторами при переходе на удаленку

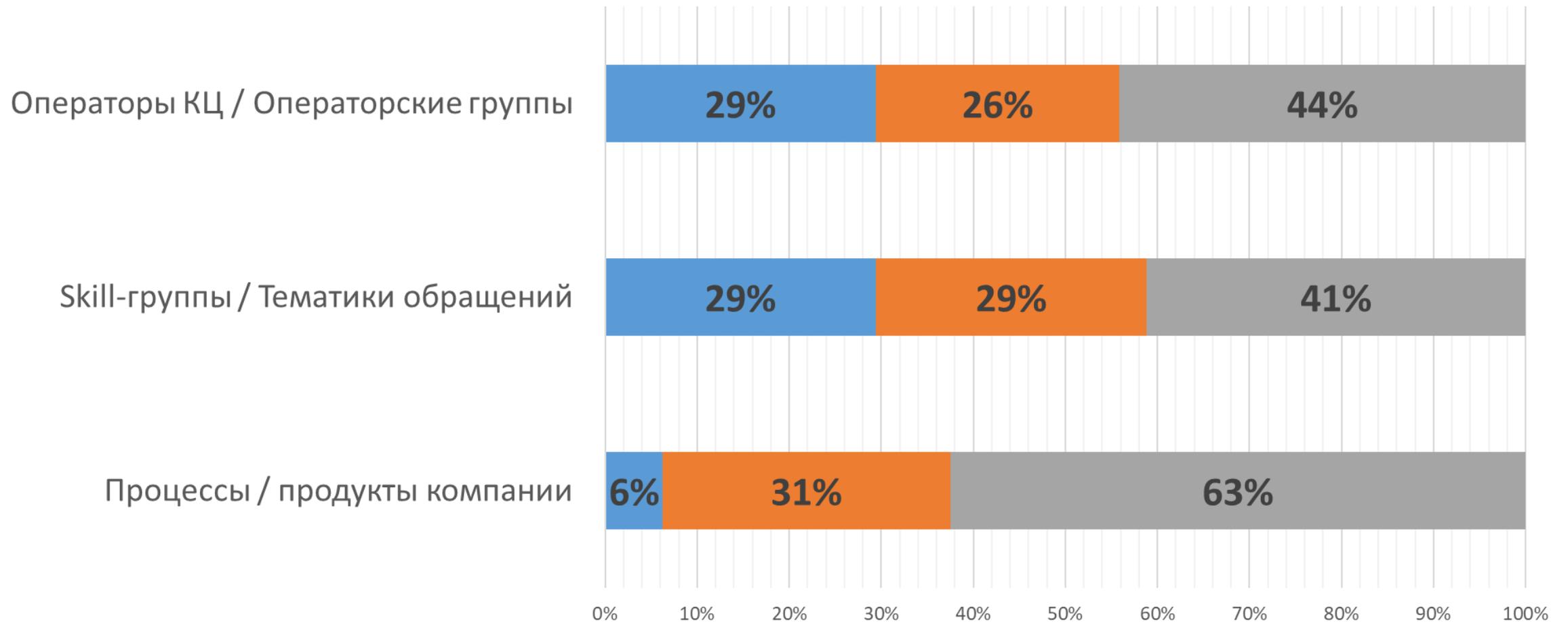
100% участников исследования НЕ проводили отдельной классификации по офисным и удаленным сотрудникам / контактам

"Клиент"

- Не задал все уточняющие вопросы
- Забыл что-то записать
- Отвлекло что-то более важное
- Изменились потребности
- Предложенное решение не помогло
- Негативный предыдущий клиентский опыт

Частота анализа и поиска причин / возможностей

■ Ежедневно или еженедельно ■ Ежемесячно или ежеквартально ■ Анализ не проводится



Приоритезация объектов для проведения анализа причин

Расчет показателей, характеризующих повторные обращения

Операторы

Группы / отделы

Тематики

Каналы*

Процессы вне КЦ

Проведение количественного анализа

Ранжирование объектов по количеству повторов

Анализ роста количества повторов по времени

Выбор объектов для причинно-следственного анализа

Измерение показателей: FCR vs Repeat Rate

FCR

- Показывает способность решать вопросы именно с одного контакта
- Является более грубой метрикой

Repeat Rate

- Показывает общую долю повторных контактов или среднее количество контактов на 1 проблему клиента
- Является более чувствительной метрикой

Измерять целесообразно оба показателя

Формула измерения FCR / RR

$$\%FCR = \frac{V_{FCR}}{V_{ANS}} * 100\%$$

$$\%RR = \frac{V_{Repeat}}{V_{ANS}} * 100\%$$

или

$$RR = \frac{V_{ANS}}{V_{ANS} - V_{Repeat}}$$

- V_{FCR} - количество вопросов, решенных с первого обращения
- V_{Repeat} - количество повторных контактов
- V_{ANS} - количество обработанных контактов

Формула измерения FCR / RR

$$\%FCR = \frac{V_{FCR}}{V_{ANS}} * 100\%$$

82% участников
исследования измеряют
FCR

6% оба показателя

Еще **12%** анализируют
повторы без измерения

$$= \frac{V_{Repeat}}{V_{ANS}} * 100\%$$

или

$$= \frac{V_{ANS}}{V_{ANS} - V_{Repeat}}$$

- V_{FCR} - количество вопросов, решенных с первого обращения
- V_{Repeat} - количество повторных контактов
- V_{ANS} - количество обработанных контактов

Альтернативы формул для измерения FCR / RR

$$\%FCR = \frac{V_{FCR}}{V_{ANS} - V_{Repeat}} * 100\%$$

$$RR = \frac{V_{ANS} - V_{FCR}}{V_{ANS} - V_{FCR} - V_{Repeat}}$$

- V_{FCR} - количество вопросов, решенных с первого обращения
- V_{Repeat} - количество повторных контактов
- V_{ANS} - количество обработанных контактов

Способы измерения (сбора данных для измерения) - телефон

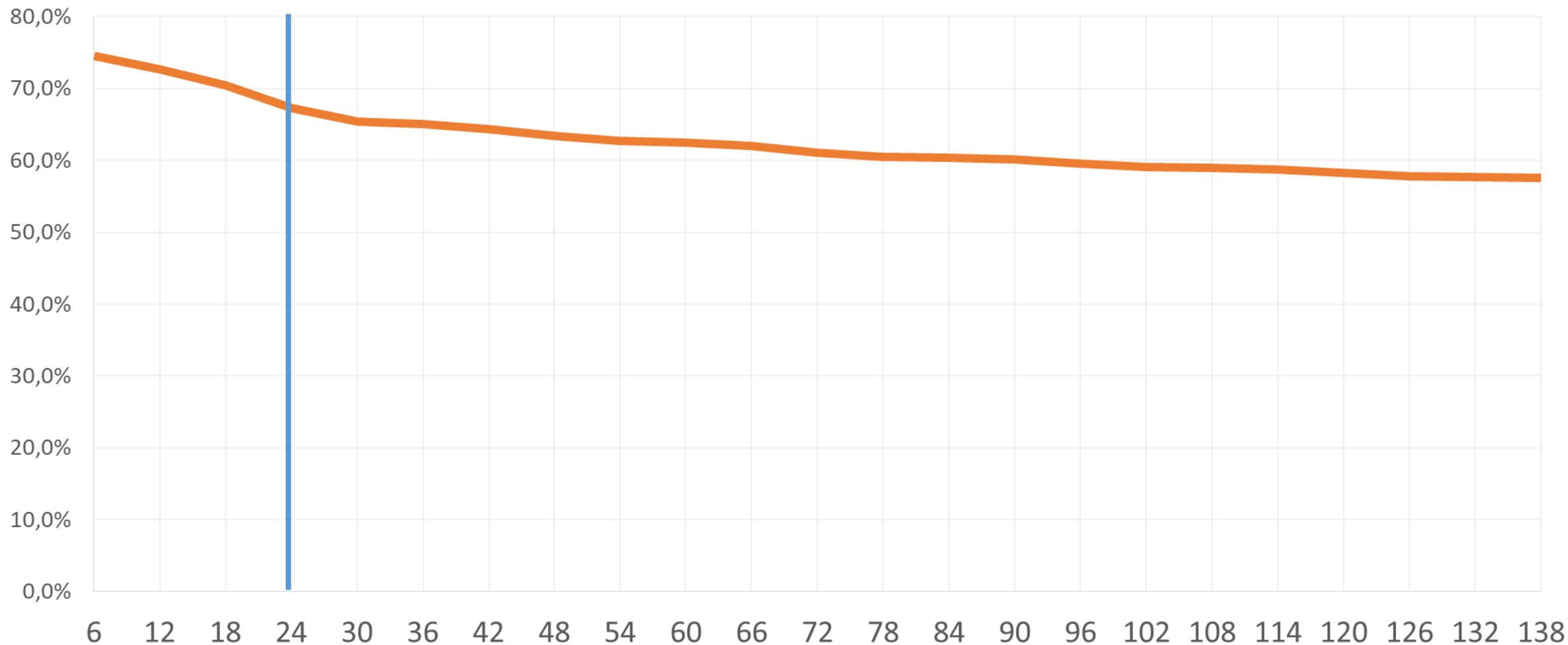
Анализ обращений только по АОН (без учета тематик)	67%	НЕТ ТЕМАТИК	БЫСТРО, ДЕШЕВО
Расчет на основе тематик зарегистрированных операторами	50%	СЛОЖНО	ДЕТАЛИЗАЦИЯ ДЛЯ АНАЛИЗА
Опрос клиентов после завершения контакта	28%	ВЫБОРКА, НЕТ ТЕМАТИК	
Расчет на основе признака, устанавливаемого контролерами качества	17%	ВЫБОРКА	БЫСТРО, ДЕШЕВО
Расчет с помощью системы речевой аналитики	11%	ДЕТАЛИЗАЦИЯ, ДОРОГО	АНАЛИЗ ПО МЕТАДАНЫМ
Оператор ставит признак, что вопрос клиента решен	11%	НЕТ ТЕМАТИК И СВЯЗИ С ПОВТ.	БЫСТРО, ДЕШЕВО
Исходящий обзвон выборки клиентов	10%	ВЫБОРКА, ДОРОГО	

FCR ПО ТЕМАТИКАМ



ЗНАЧЕНИЯ FCR В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОРОГА ПО СРОКАМ

— FCR



ЗНАЧЕНИЯ FCR В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОРОГА ПО СРОКАМ



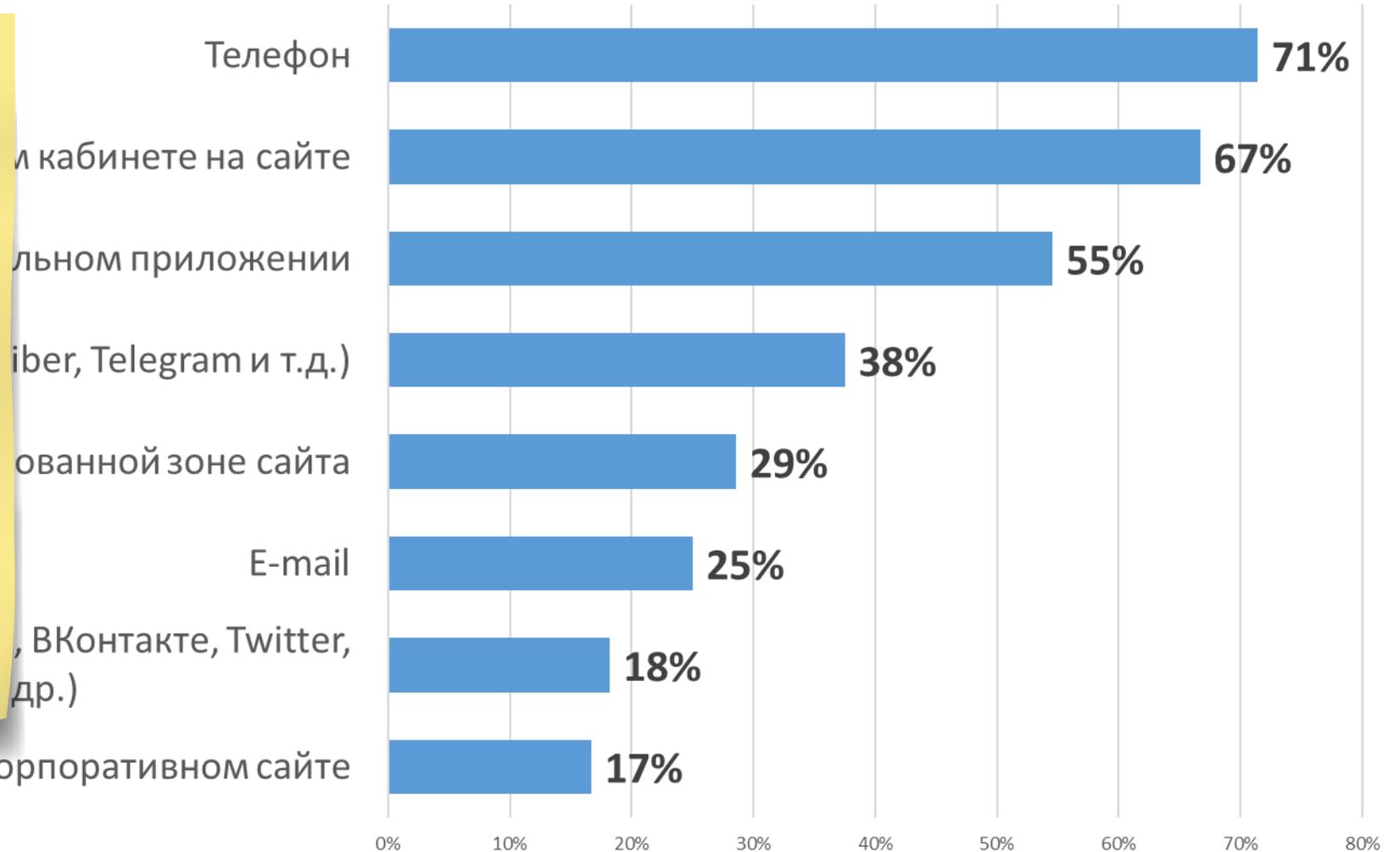
Доля компаний, измеряющих FCR в различных каналах



Доля компаний, измеряющих FCR в различных каналах

32% участников исследования ведут кросс-канальное измерение показателя

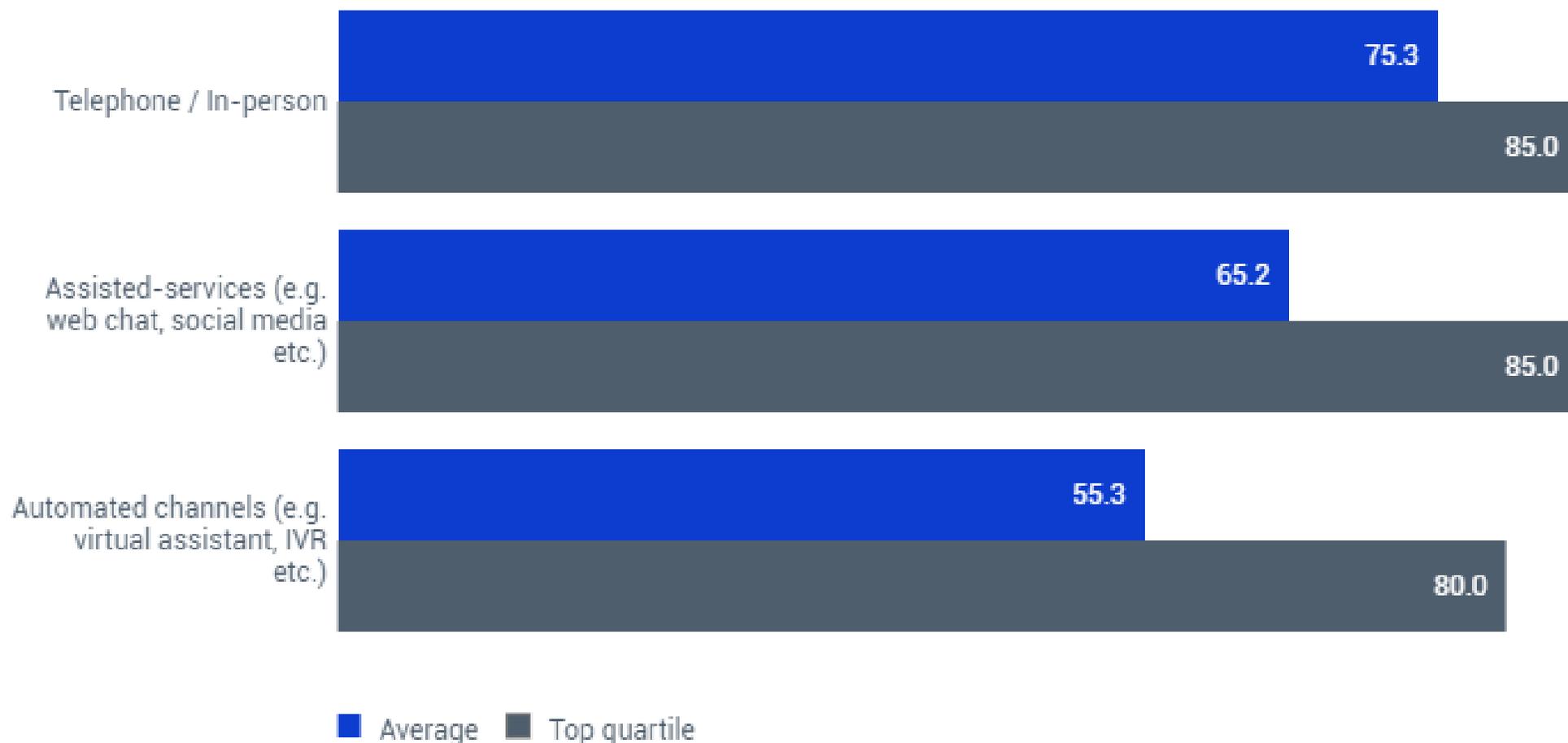
Форма обратной связи / Форум на корпоративном сайте



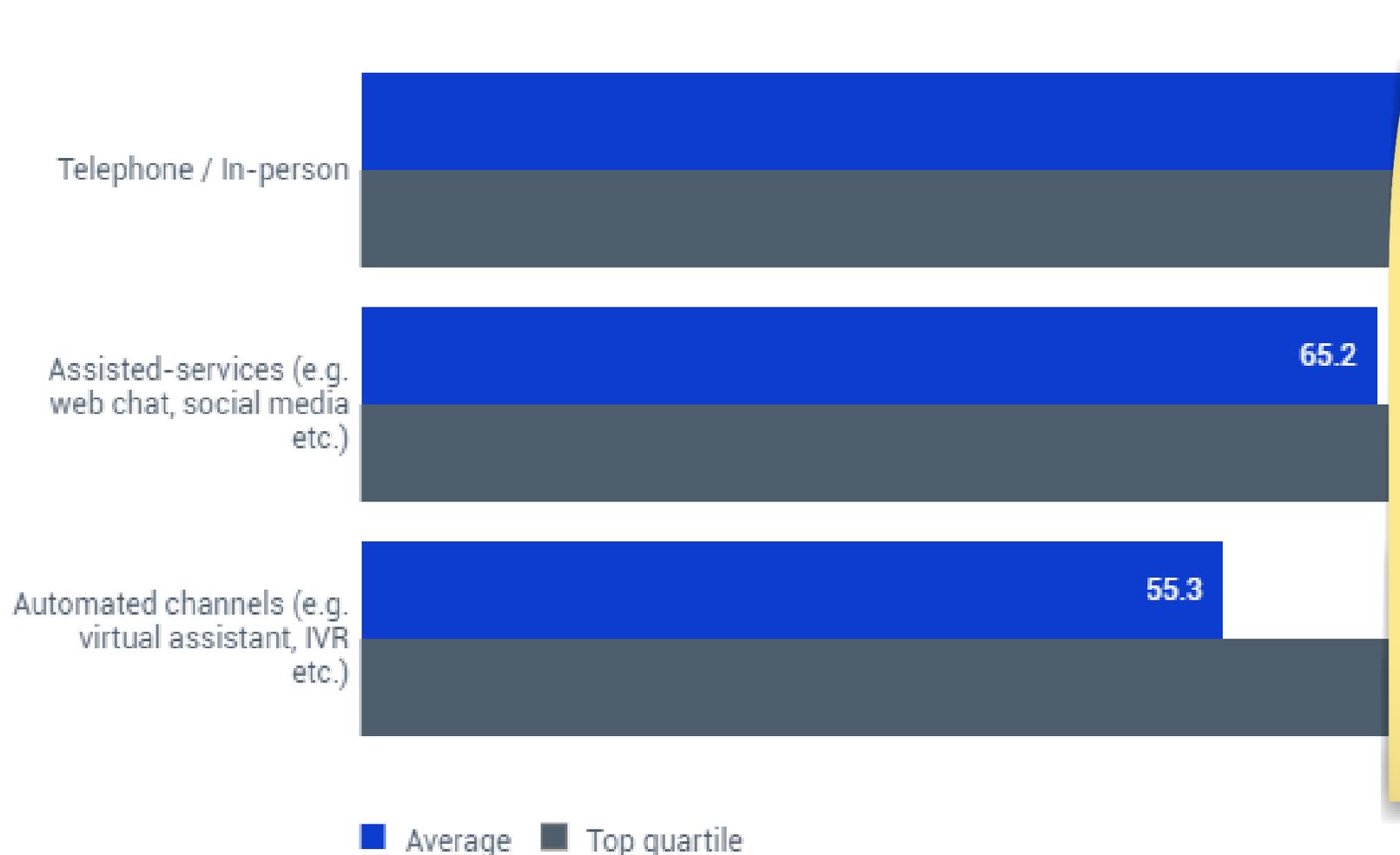
A large, jagged iceberg with a deep blue-green hue floats in the ocean. In the background, snow-capped mountains rise under a cloudy sky. The water is dark and calm, reflecting the sky and the iceberg.

Постановка целей и мотивация

What are your average First Contact Resolution (FCR) rates for?



What are your average First Contact Resolution (FCR) rates for?



85% - среднее целевое значение для телефонного канала у участников исследования

82% - среднее фактическое значение

FCR в системе стимулирования



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Апекс Берг
Контакт-Центр Консалтинг

+7 495 22-911-82
www.apexberg.ru