



Клиентский сервис нового поколения или цифровая трансформация

Ольга Фацино

ООО «Уралэнергосбыт» - поставщик электроэнергии в Челябинской области

Системное и устойчивое решение проблем в сфере ЖКХ региона и цифровая модель очного взаимодействия с клиентом

1 640 000 ЛС

Уралэнергосбыт
электроэнергия

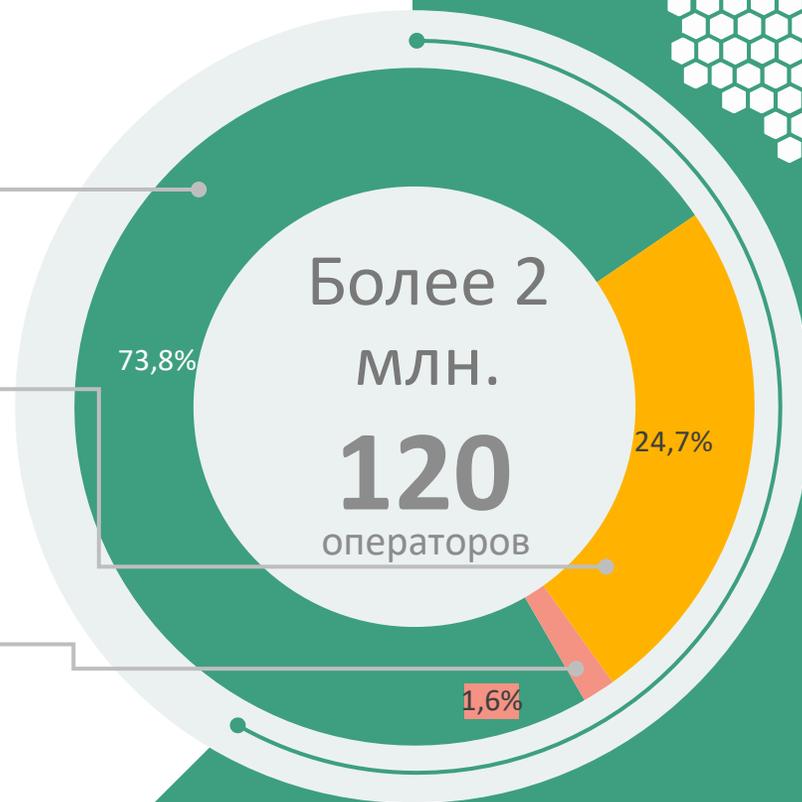
541 942 ЛС

УСТЭК-Челябинск
ГВС, теплоснабжение

Прочие услуги

44 360 ЛС

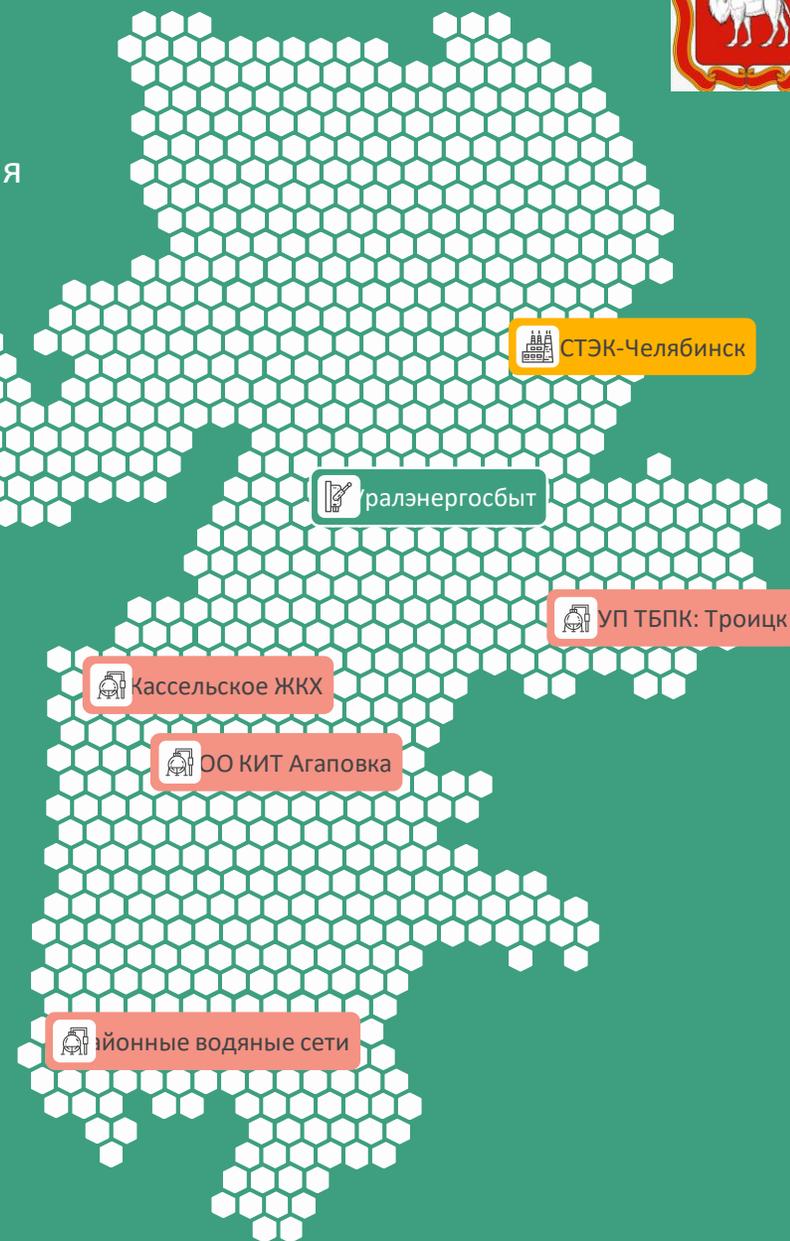
Районные водяные сети: ХВС
Кассельское ЖКХ: ХВС,
водоотведение, ГВС,
теплоснабжение



Городские округа -16
Муниципальные районы-27

50

Центров обслуживания клиентов (ЦОК)



Численность населения области 3,5 млн чел. 9 место в

* Вопросы клиентов по услугам

Миссия, ценности компании



Наша миссия — превосходить ожидания клиентов, внедряя лучшие российские и мировые практик в области сбыта энергоресурсов, и предлагая эффективные и удобные способы взаимодействия.

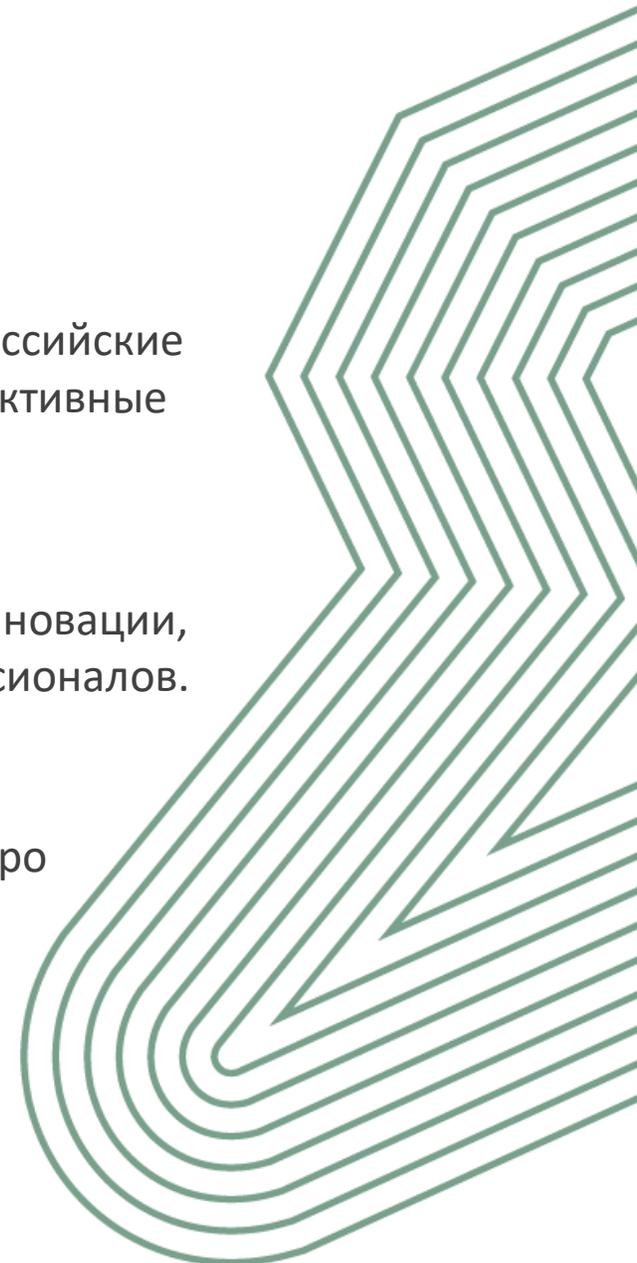


Наша цель — стать ведущей энергосбытовой компанией, используя инновации, улучшая качество обслуживания клиентов и создавая команду профессионалов.



Мы стремимся поддерживать и улучшать уровень обслуживания, быстро реагировать на изменения запросов клиентов и постоянно повышать эффективность системы управления качеством.

Мы решаем вопросы клиентов с первого раза и минимизируем повторные обращения.



Как было «ДО» и драйверы цифровой модели клиентского сервиса



Экономически неэффективная модель обслуживания клиентов

- Высокие затраты на арендуемые офисы
в 2019 году площадь офисов составляла более 1 000 м²
- Высокие затраты на ФОТ
в 2019 году обслуживанием клиентов занимались более 400 сотрудников



Низкое качество клиентского сервиса в офисах компании

- Неравномерная нагрузка операторов (очереди)
- Отсутствие единой истории взаимодействия с клиентами
- Отсутствие анализа клиентского сервиса на всем пути взаимодействия



Необходимость создания масштабируемой модели очного взаимодействия с клиентом

- Минимальные временные и финансовые затраты на открытие клиентского офиса
- Возможность открытия офисов в малых населенных пунктах



Поиск **целевого** решения



07.19



09.20



12.20



10.21

Окно приёма



Нет специализированного ПО



Живое общение

Клиент приходит в конкретный офис, ждет своей очереди к специалисту в окне

Компьютеры



ПК+камера+колонки+микрофон



Skype for business

Клиент самостоятельно выбирает свободного оператора для консультации

Поиск целевого решения



Единое устройство



Различные омниканальные платформы

- Поиск оптимальной эргономики
- Разработка целевого дизайна
- Тестирование различных аудиоустройств
- Тестирование различного ПО

Целевое решение



Единое устройство + капсула



Целевая, кастомизированная Омниканальная платформа

- Платёжный терминал
- Приватная капсула
- Интеграция с эл.очередью
- Размещение на внешних площадках
- Модуль самообслуживания

Эволюция. Оптимизированная модель обслуживания



Для клиента

- Интуитивно понятный интерфейс
- Видеоконсультирование онлайн с оператором
- Возможность предварительной записи. Интеграция электронной очереди
- Возможность передать документы при консультации
- Возможность оплаты через встроенный терминал
- Режим самообслуживания: передача показаний, оплата, заявка на опломбировку
- Единая очередь. Операторы из любого города подключаются в небольшие населенные пункты



Для оператора

- Омниканальность: все каналы взаимодействия в одном окне
- Равномерная нагрузка
- Возможность работать удаленно
- Отсутствие прямого контакта с клиентом
- Установка приоритетности консультирования по центру обслуживания клиентов



Клиентская капсула
(площадь 2 кв. метра)

Сенсорный дисплей
(диагональ 21,5 дюймов)

Светодиодная
лампа

Камера
(для проведения
видеоконсультаций)

Считыватель QR кода
(для быстрой оплаты
по квитанции)

POS-терминал
(оплата через
платежные карты)

Сканер
(для передачи документов)

Клиентский
стол

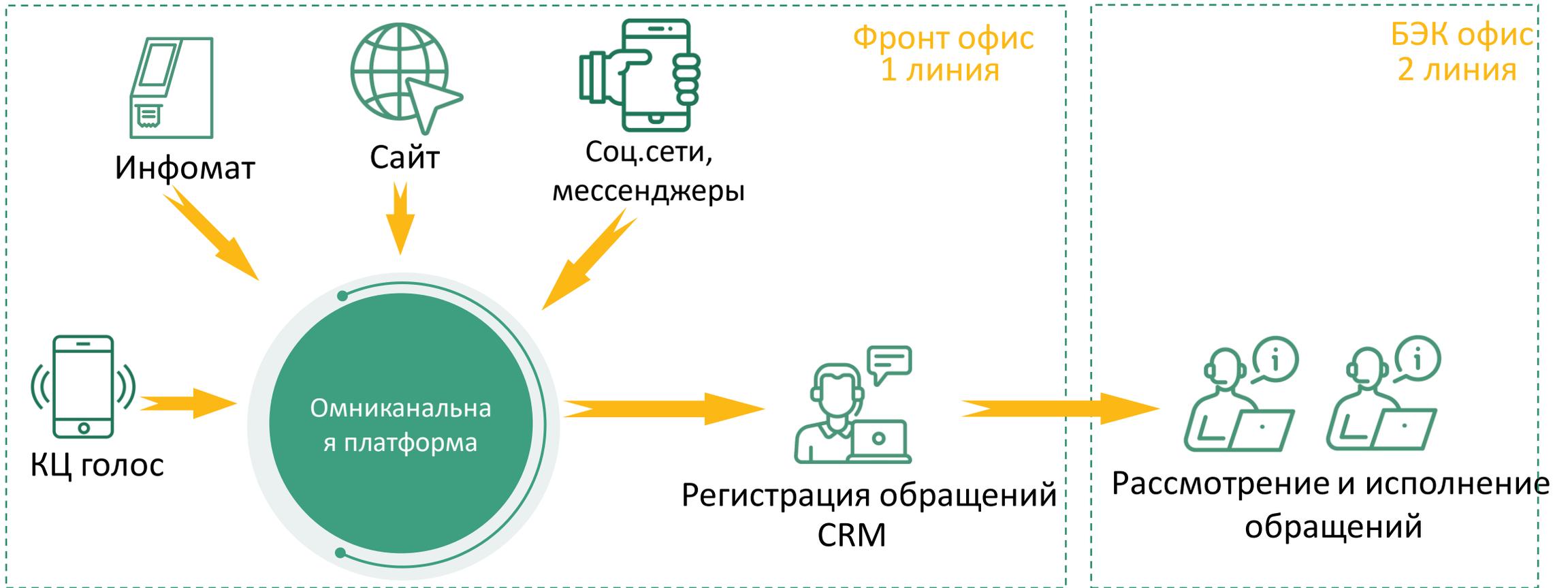
Лазерный принтер
(для печати актов
и договоров)

Кресло

Термопринтер
(для печати
фискальных чеков)

— клиентская капсула — инфомат

Схема фронт – бэк и омниканальная система



Снижение очередей и равномерная нагрузка за счёт внедрения омниканальной системы и схемы работы ФРОНТ-БЭК. Время ожидания в было более 30 минут (в крупных обалстях). Сейчас до 10 минут по всем локациям.



Расширение зоны клиентского обслуживания за счет размещения инфоматов в любом месте, где есть электросеть и интернет, например в Сбербанке, торговом центре, МФЦ, администрации населенного пункта

Оптимизация **операционных затрат** и повышение удовлетворенности клиентов

-25%

Сокращение ФОТ

За счет оптимизации и омниканальной системы (равномерное распределение обращений)

-70%

Сокращение затрат на аренду площадей клиентских залов

Сокращение площади с 10 м² собственного зала до 2,3 м² капсулы во внешнем офисе

-60%

Сокращение затрат на аренду площадей для бэк-офиса

За счёт частичного перехода на дистант и отказа от дорогих офисов с легкой доступностью

93

инфомата

50

локаций

17 офисов УЭС
12 офисов Сбербанка
3 офиса МФЦ
18 иных локаций



из 5*

Удовлетворенность клиентов обслуживанием

Оmnиканальность, как инструмент качества обслуживания или как **повысить CSI и FCR**

Что повысило FCR и CSI

01

Разработали чек – лист в омниканальной системе

- Модальные блоки
- Отчет по операторам (Excel в разрезе каждого и индивидуальный отчет по проверке)
- Оператор видит развернутую оценку
- Можно применять на все виды проверок по операторам

02

Запись экрана обслуживания (всех каналов)

- Проверка не записей разговора в аудио формате, а проверка видеоформата. Супервайзер видит действие оператора

03

У супервайзера есть возможность присоединиться к разговору в момент обслуживания

- Имеется возможность подключиться к разговору и проконсультировать оператора, при этом клиент нас не будет слышать.

04

Детализация статусов операторов

4,9 из 5*
Удовлетворенность клиентов обслуживанием

Что снизило пропуск и время обслуживания и ожидания

05

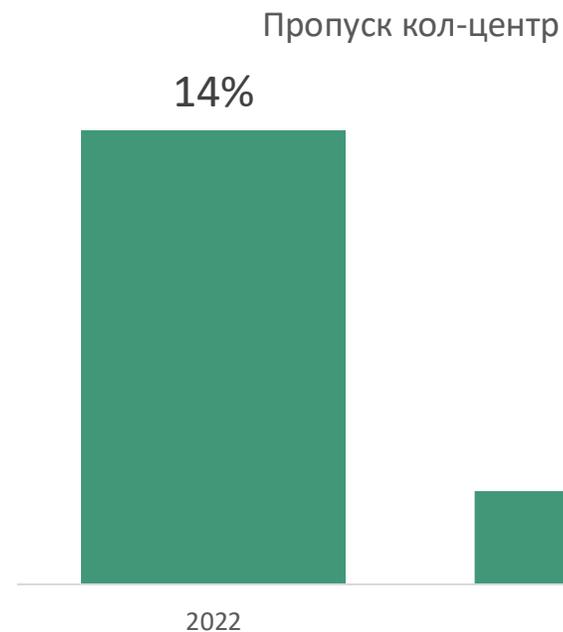
Создание быстрого доступа в другие расчетные базы из омниканальной системы

06

Заказ обратного звонка на сайте и IVR. Все звонки автоматически распределяются в омниканальную систему
Объединение в одно обращение повторных заказы звонков на КЦ с повышением приоритета

07

Оптимизация персонала. Распределение операторов-универсалов в зависимости от спроса и одновременно на несколько каналов



Популярность каналов обслуживания

4%

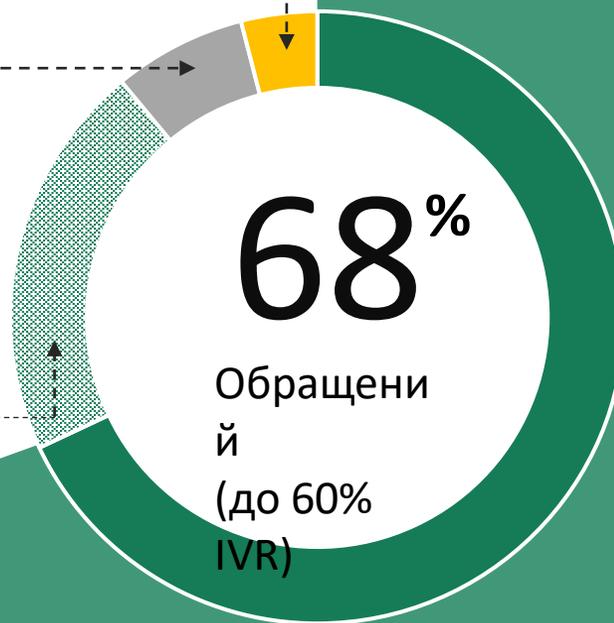
Интернет-приемная

7%

Обращений из мессенджеров (до 50% Бот)

21%

Обращений из инфоматов



Кол-центр самый популярный



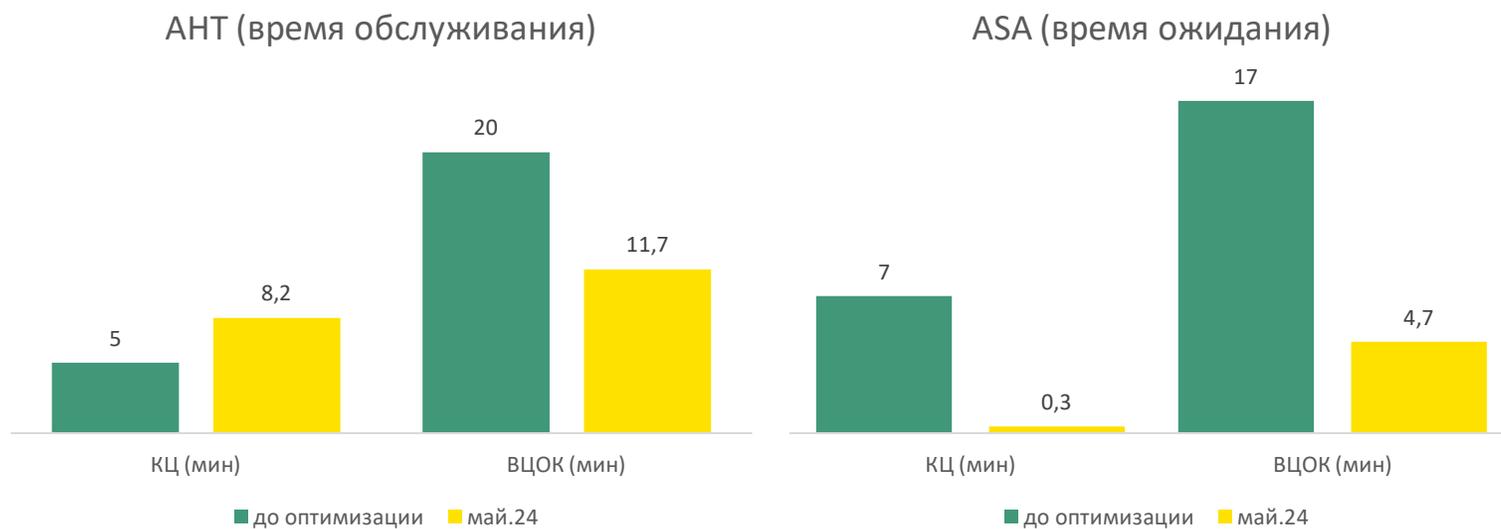
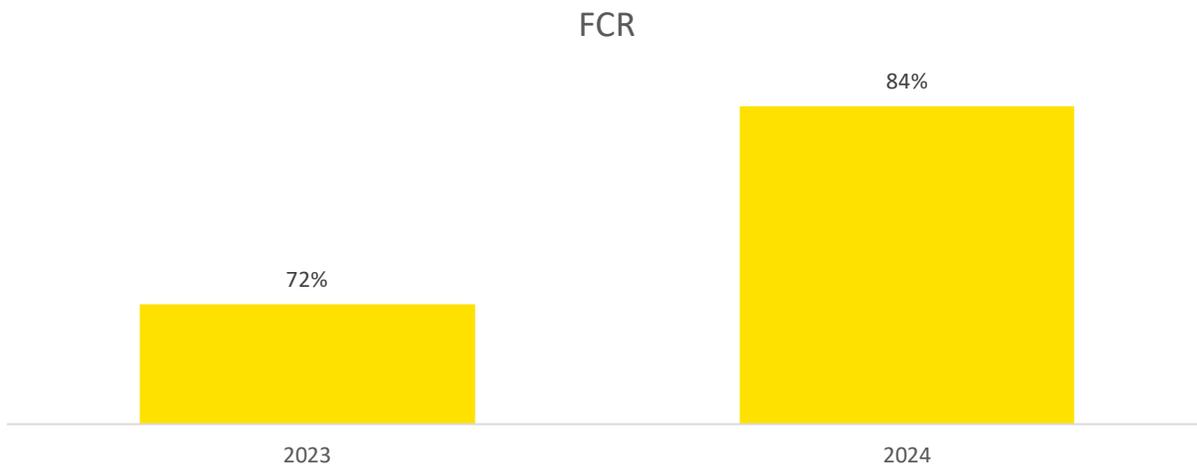
140
000

обращений поступают в месяц по всем каналам

Функция: обмен сообщениями, документами через мессенджеры (офис в телефоне)



КЦ голос



4,

из 5*
Удовлетворенность
клиентов
обслуживанием



Общество с ограниченной ответственностью
«Уральская энергосбытовая компания»

АДРЕС: РОССИЯ, ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ,
454090, Г. ЧЕЛЯБИНСК, ПР. ЛЕНИНА, 28Д,



URALSBYT.RU