

# Работа с оперативной обратной связью клиентов для качественного улучшения клиентского сервиса в ЮниКредит Банке

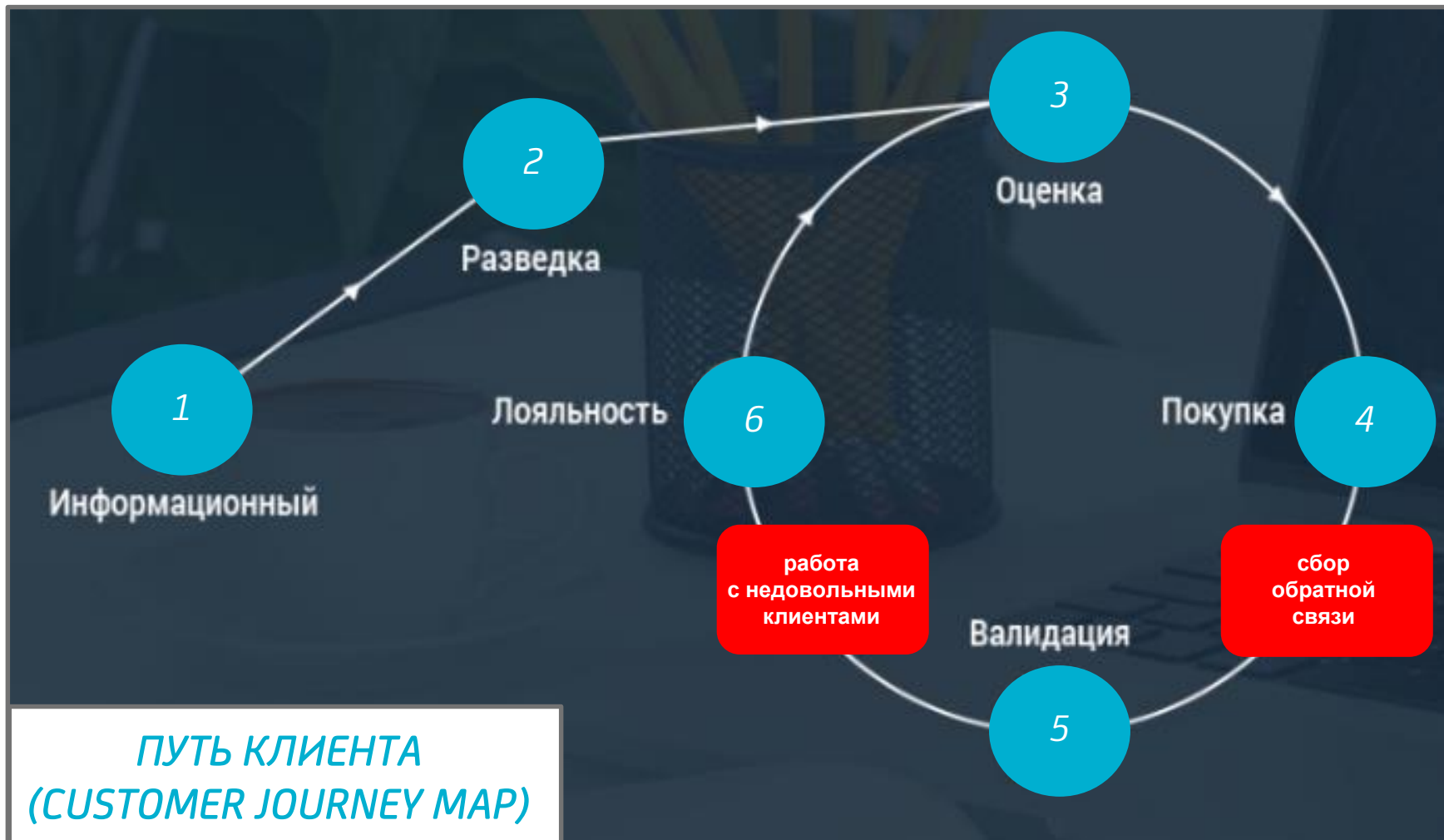
Елена Малахова  
Начальник Управления анализа качества обслуживания клиентов

АО ЮниКредит Банк

Москва, 2019

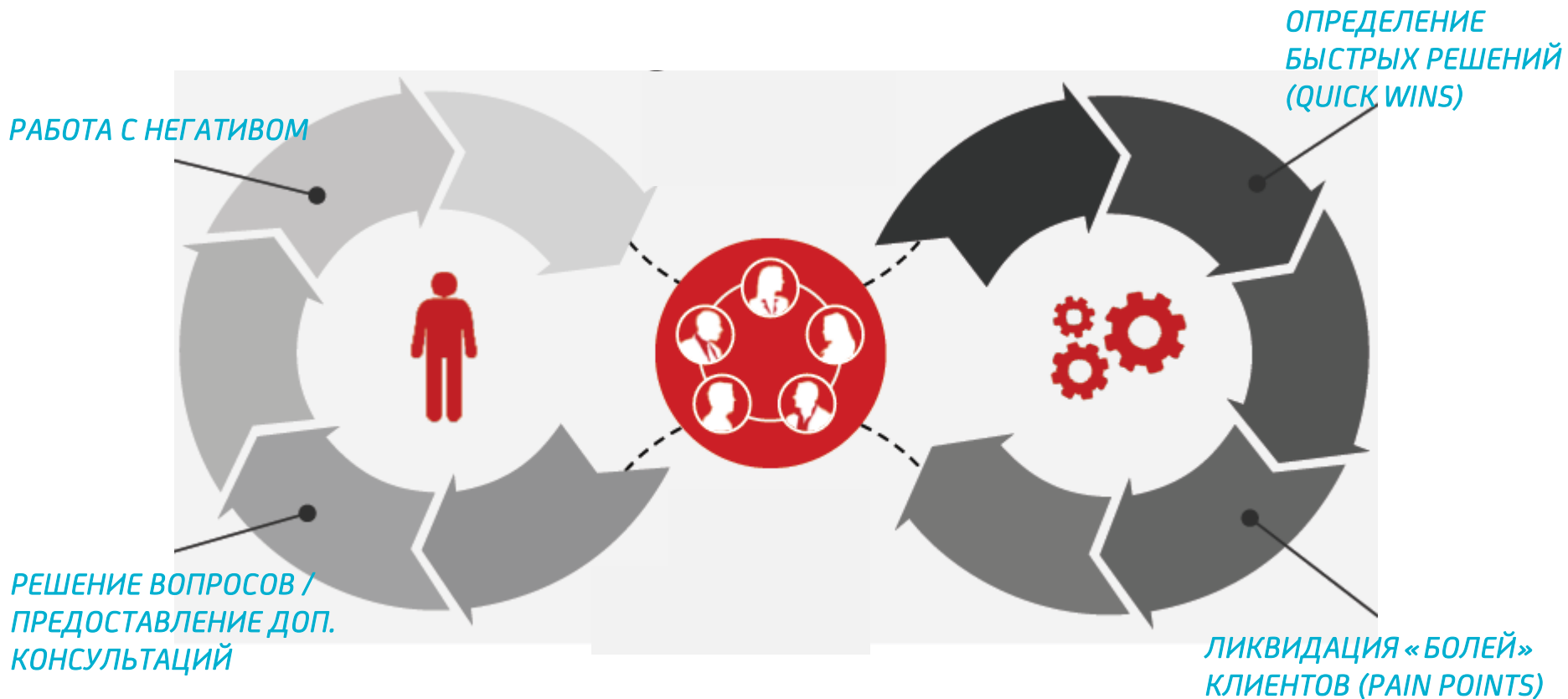
Банк для всего,  
что вы цените. |  ЮниКредит Банк


# РАБОТА С ОБРАТНОЙ СВЯЗЬЮ КЛИЕНТОВ ВСТРОЕНА В КЛЮЧЕВЫЕ БИЗНЕС - ПРОЦЕССЫ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ И УДЕРЖАНИЯ КЛИЕНТОВ В БАНКЕ



# РАБОТА С ОБРАТНОЙ СВЯЗЬЮ В ЮНИКРЕДИТ БАНКЕ ПРОИЗВОДИТСЯ ПО ДВУМ НАПРАВЛЕНИЯМ:

- ✓ РЕШЕНИЕ ВОПРОСОВ НА УРОВНЕ КАЖДОГО КЛИЕНТА С ЦЕЛЮ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ (INNER LOOP)
- ✓ АНАЛИЗ ПОЛУЧЕННОЙ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ЦЕЛЮ УЛУЧШЕНИЯ ПРОЦЕССОВ / ПРЕДОСТАВЛЯЕМОГО СЕРВИСА (OUTER LOOP)



An aerial photograph of a large outdoor festival. The scene is dominated by a dense crowd of people, many wearing colorful, multi-colored shirts. In the foreground, there are several dark blue stage structures with white text that reads "ROCKS AMPLIFIER" and "EXTREME STAGE". To the right, a large white dome-shaped structure is visible. The ground is marked with green and yellow lines, and there are some trees and buildings in the background.

*ПРЕИМУЩЕСТВО ПРОГРАММЫ №1*

**МАСШТАБНОСТЬ**

# ОСНОВНЫЕ ТРИГГЕРЫ И ТОЧКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ДЛЯ РАБОТЫ С ОБРАТНОЙ СВЯЗЬЮ КЛИЕНТОВ



ОТКРЫТИЕ НОВОГО ПРОДУКТА / ПОЛУЧЕНИЕ КОНСУЛЬТАЦИИ В ОФИСЕ БАНКА / ОБСЛУЖИВАНИЕ В КАССЕ

10%\* клиентов нуждались в дополнительном внимании со стороны Банка для решения их вопроса

NPS



АЛЕРТ



ОТКРЫТИЕ НОВОГО ПРОДУКТА И ОБСЛУЖИВАНИЕ СОТРУДНИКАМИ ПАРТНЕРСКОГО КАНАЛА (АВТОКРЕДИТЫ И ИПОТЕКА)

8%\* клиентов нуждались в дополнительном внимании со стороны Банка для решения их вопроса

NPS



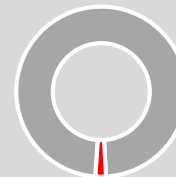
АЛЕРТ



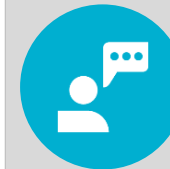
СОВЕРШЕНИЕ ОПЕРАЦИЙ В ИНТЕРНЕТ-БАНКЕ

1,5%\* клиентам не удалось выполнить требуемую операцию / остались нерешенные вопросы

NPS



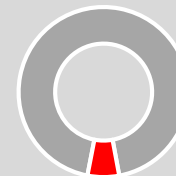
АЛЕРТ



ЗВОНОК В КОЛЛ-ЦЕНТР БАНКА, ОБЩЕНИЕ В ЧАТЕ

6%\* клиентов остались недовольны общением с оператором банка

CSI



АЛЕРТ

при наличии устных комментариев оценки

ЗА ПЕРИОД 2014-2018 гг. МЫ ПОЛУЧИЛИ **286443** ОТЗЫВА КЛИЕНТОВ, БЫЛО ОБРАБОТАНО **14057** АЛЕРТОВ КЛИЕНТОВ С НЕГАТИВНОЙ ОБРАТНОЙ СВЯЗЬЮ

**75-80%** КЛИЕНТОВ УДОВЛЕТВОРЕННЫ РЕШЕНИЕМ ИХ ВОПРОСА ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПОВТОРНЫХ ОПРОСОВ

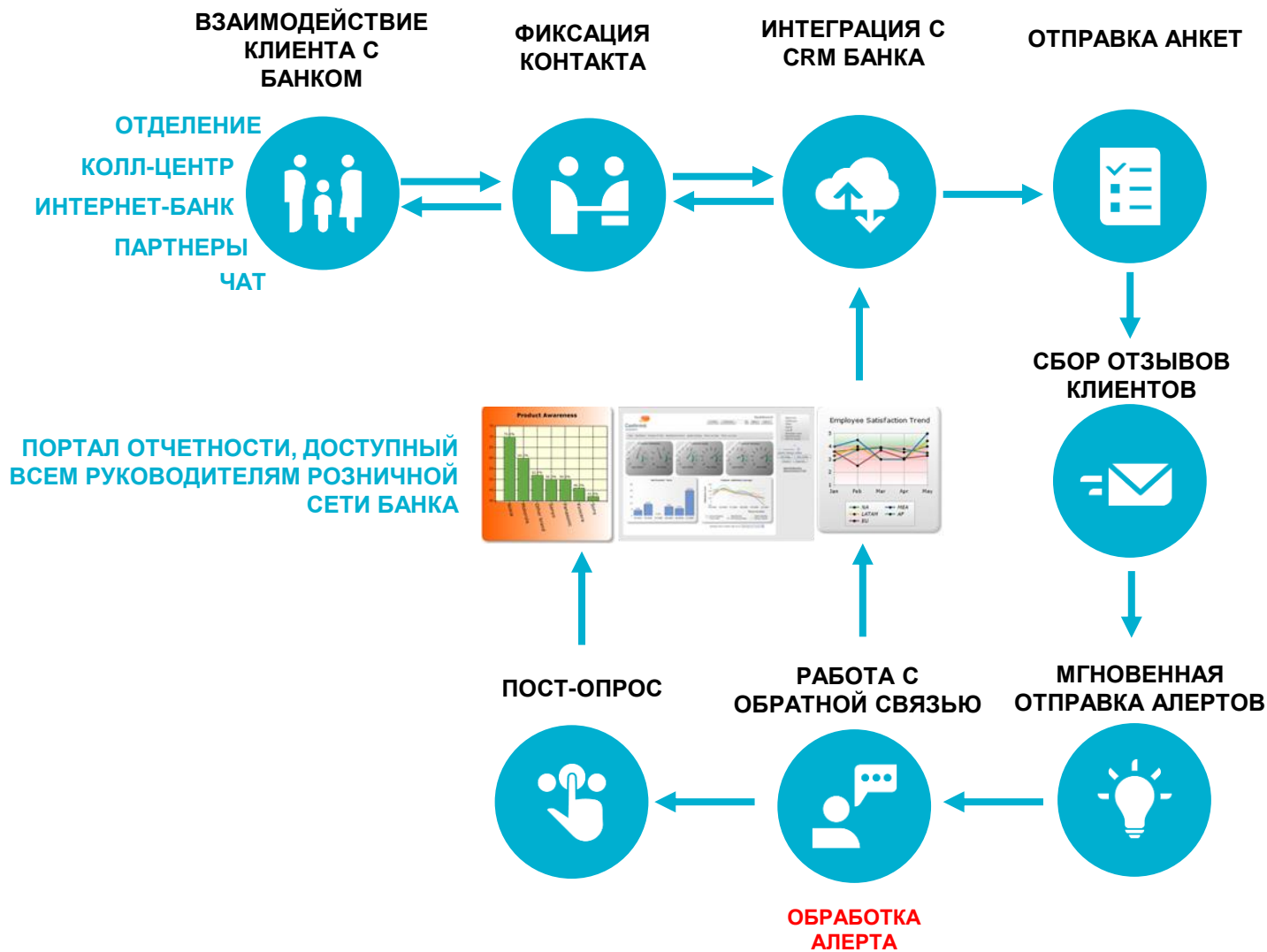


*ПРЕИМУЩЕСТВО ПРОГРАММЫ №2*

**АВТОМАТИЗИРОВАН  
НЫЙ ПРОЦЕСС И  
ОНЛАЙН -  
ОБРАБОТКА**

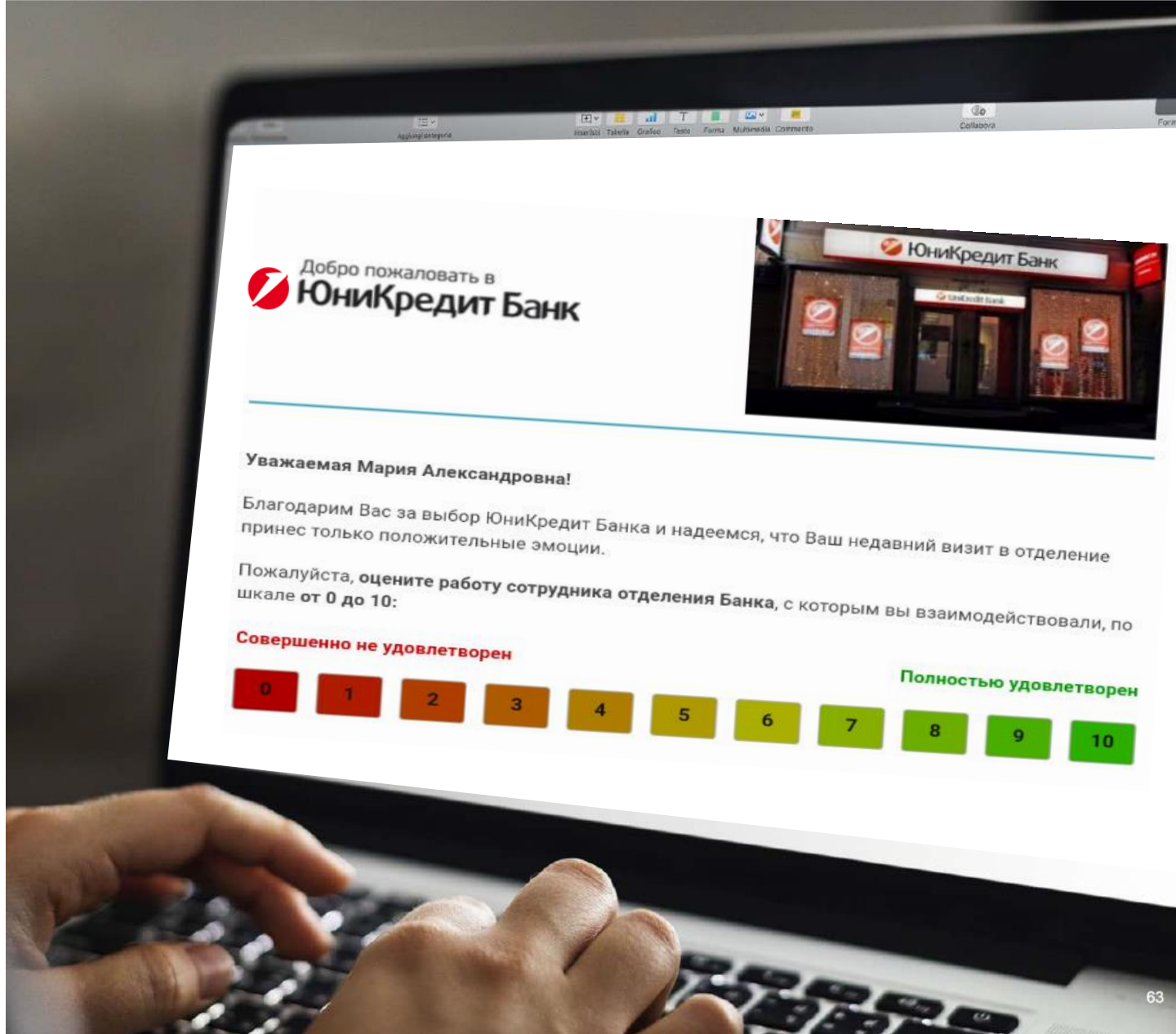


# КЛЮЧЕВЫМ ПРЕИМУЩЕСТВОМ ЯВЛЯЕТСЯ АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ ПРОЦЕСС ОБРАБОТКИ И КОНТРОЛЯ РАБОТЫ С ОТЗЫВАМИ КЛИЕНТОВ – АЛЕРТАМИ



**ПО OFFLINE  
КАНАЛАМ  
АНКЕТЫ  
НАПРАВЛЯЮТСЯ  
В ЭЛЕКТРОННОМ  
ВИДЕ (EMAIL, SMS  
TO WEB) ЧЕРЕЗ  
ПЛАТФОРМУ  
ОБРАТНОЙ СВЯЗИ**

**ВАЖНО  
ОПЕРАТИВНОЕ  
ОБРАЩЕНИЕ К  
КЛИЕНТУ ПОСЛЕ  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ  
(НА СЛЕДУЮЩИЙ  
ДЕНЬ)**





ПО ONLINE КАНАЛАМ КЛИЕНТЫ  
СРАЗУ ПОЛУЧАЮТ  
ПРИГЛАШЕНИЕ ПРИНЯТЬ  
УЧАСТИЕ В ОПРОСЕ (ЧАТ, IVR  
ИНТЕРНЕТ-БАНК)



**АНКЕТЫ ДЛЯ СБОРА  
ОПЕРАТИВНОЙ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ  
ДОЛЖНЫ БЫТЬ МАКСИМАЛЬНО  
КОРОТКИМИ**

**В ЮНИКРЕДИТ БАНКЕ МЫ  
ИСПОЛЬЗУЕМ 2 ИНДЕКСА:**

*РЕЙТИНГ КАЧЕСТВА  
(ОЦЕНКА РАБОТЫ МЕНЕДЖЕРА /  
ОПЕРАТОРА / СЕРВИСА)*

*NPS*



*ПРЕИМУЩЕСТВО ПРОГРАММЫ №3*

*ОПЕРАТИВНАЯ  
СВЯЗЬ С  
КЛИЕНТАМИ*





# ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО КОНТРОЛЯ ПОСЛЕ ЗАКРЫТИЯ АЛЕРТА КЛИЕНТУ АВТОМАТИЧЕСКИ НАПРАВЛЯЕТСЯ ПОВТОРНЫЙ ОПРОС



## ВОПРОС 1

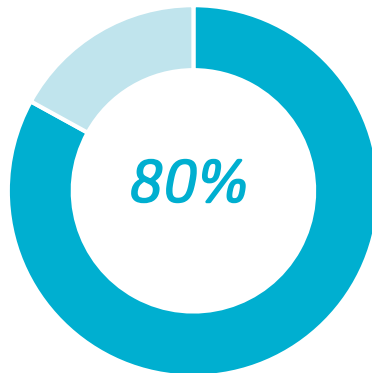
СВЯЗЫВАЛИСЬ ЛИ ИЗ БАНКА  
КАСАТЕЛЬНО ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

ДА / НЕТ

## ВОПРОС 2

НАСКОЛЬКО КЛИЕНТ  
УДОВЛЕТВОРЕН РЕШЕНИЕМ  
ВОПРОСА

0 – 100 ШКАЛА



80% клиентов, с которыми оперативно связались касательно их негативной обратной связи, **высоко удовлетворены решением их вопроса**, что положительно влияет на удержание данных клиентов в Банке.



*ПРЕИМУЩЕСТВО ПРОГРАММЫ №4*

**ВОВЛЕЧЕННОСТЬ  
ПЕРСОНАЛА**



# РЕЗУЛЬТАТЫ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ ВКЛЮЧЕНЫ В КАРТОЧКИ ЦЕЛЕЙ РОЗНИЧНЫХ СОТРУДНИКОВ ВСЕХ УРОВНЕЙ

10% – 15% ВЕС

**УРОВЕНЬ 1**

КОММЕРЧЕСКИЕ ДИРЕКТОРА /  
НАЧАЛЬНИК ИНФОРМАЦИОННОГО  
ЦЕНТРА

**УРОВЕНЬ 2**

УПРАВЛЯЮЩИЕ ОТДЕЛЕНИЙ / ТИМ-ЛИДЕРЫ В  
ИНФОРМАЦИОННОМ ЦЕНТРЕ

**УРОВЕНЬ 3**

МЕНЕДЖЕРЫ ПО РАБОТЕ С КЛИЕНТАМИ / ОПЕРАТОРЫ  
ИНФОРМАЦИОННОГО ЦЕНТРА / ВЫЕЗДНЫЕ АГЕНТЫ



*ПРЕИМУЩЕСТВО ПРОГРАММЫ №5*

# *ОНЛАЙН – АНАЛИТИКА И БИЗНЕС - ЭФФЕКТ*





# ВСЕМ РУКОВОДИТЕЛЯМ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ БАНКА ДОСТУПЕН ПОРТАЛ ОТЧЕТНОСТИ, ГДЕ В ОНЛАЙН РЕЖИМЕ ДОСТУПНА ВСЯ ИНФОРМАЦИЯ ПО ПОЛУЧЕННОЙ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ КЛИЕНТОВ



ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ   NPS   **РЕЙТИНГ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ**   ОТЗЫВЫ И АЛЕРТЫ

МОСКВА ВОСТОК

КВАРТАЛ 2 кв. ▼

ГОД 2018 ▼

СЕГМЕНТ КЛИЕНТА ▼

## ДЕТАЛИЗАЦИЯ

	Рейтинг качества	Алерты				Количество анкет	% Алертов	% Просроченных Алертов	Клиент подтвердил, что с ним связались	Удовлетворенность решением вопроса	
		Просрочен	Новый	В обработке	Закрото						
Регион А	9,56	63	5	0	348	353	6265	6%	18%	85%	83
Отделение АВС	9,37	12	2	0	66	68	1024	7%	18%	75%	75
Сотрудник X	9,72	0	0	0	5	5	104	5%	0%	100%	100
Сотрудник Y	8,96	2	0	0	10	10	113	9%	20%	100%	100

*В online режиме доступна следующая информация:*

- текущие результаты на уровне каждого отделения региона
- текущие результаты по сотрудникам отделения;
- кол-во полученных отзывов обратной связи;
- статусы и статистика по полученным алертам;



# РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ С ОБРАТНОЙ СВЯЗЬЮ КЛИЕНТОВ

## ДАННЫЕ С ПОРТАЛА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ



**ОЧЕНЬ ЛОЯЛЬНЫЕ  
КЛИЕНТЫ  
(ПРОМОУТЕРЫ)**



Клиент-промоутер Банка (NPS = 9 or 10) в рамках анкеты обратной связи отвечает на вопрос о заинтересованности в доп. продуктах Банка – в режиме онлайн X-sell Алерт направляется по e-mail ответственному сотруднику сети

**КОНВЕРСИЯ ОБРАБОТАННЫХ  
ЛИДОВ В ПРОДАЖИ 11%**



**НЕЙТРАЛЬНЫЕ  
КЛИЕНТЫ**



Выстраивание взаимоотношений с целью перевода этих клиентов в промоутеры

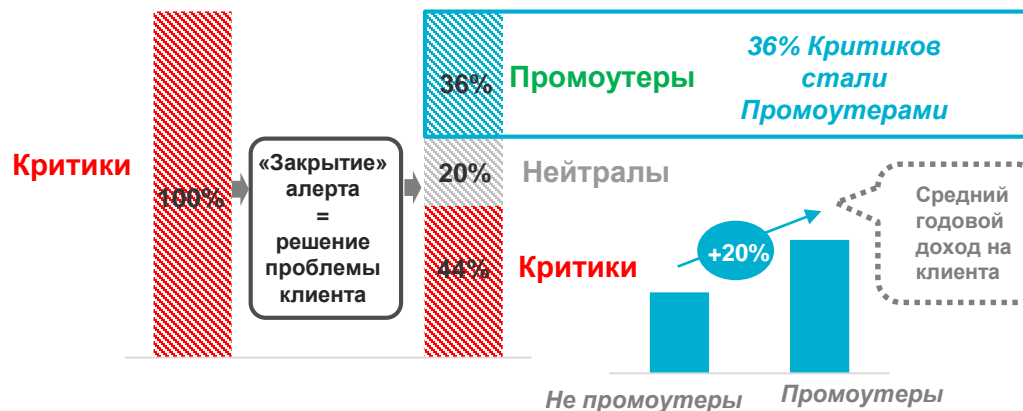


**КРИТИКИ**



Процесс работы с негативной обратной связью

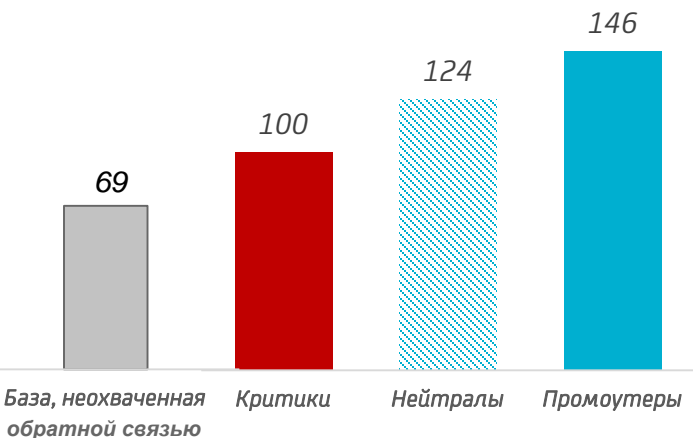
### Оценка результатов работы с негативной обратной связью (канал Отделение, 2017-2018)



# РАСЧЕТ ЦЕННОСТИ КАТЕГОРИИ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНА ДЛЯ БИЗНЕСА

**ПРОМОУТЕРЫ ПОКУПАЮТ НА 46% БОЛЬШЕ, ЧЕМ ДЕТРАКТОРЫ, И В 5,5 РАЗА ЧАЩЕ РЕКОМЕНДУЮТ**

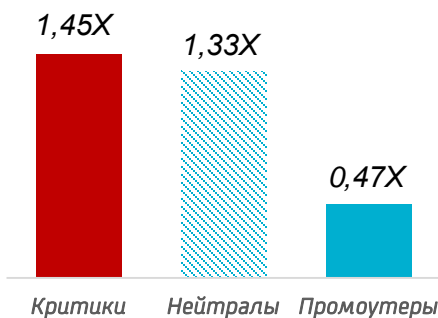
## Покупают больше



**Средняя доходность на клиента 2018 по данным ОС в канале Отделения**

## Уходят реже

Средний уровень оттока = X%



**Уровень оттока**

## Рекомендуют больше

Среднее кол-во рекомендаций на клиента = 1,43



**# реальных рекомендаций**

Среднее кол-во жалоб на клиента = 0,62



**# реальных жалоб**



---

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

ВАШИ ВОПРОСЫ?

