

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

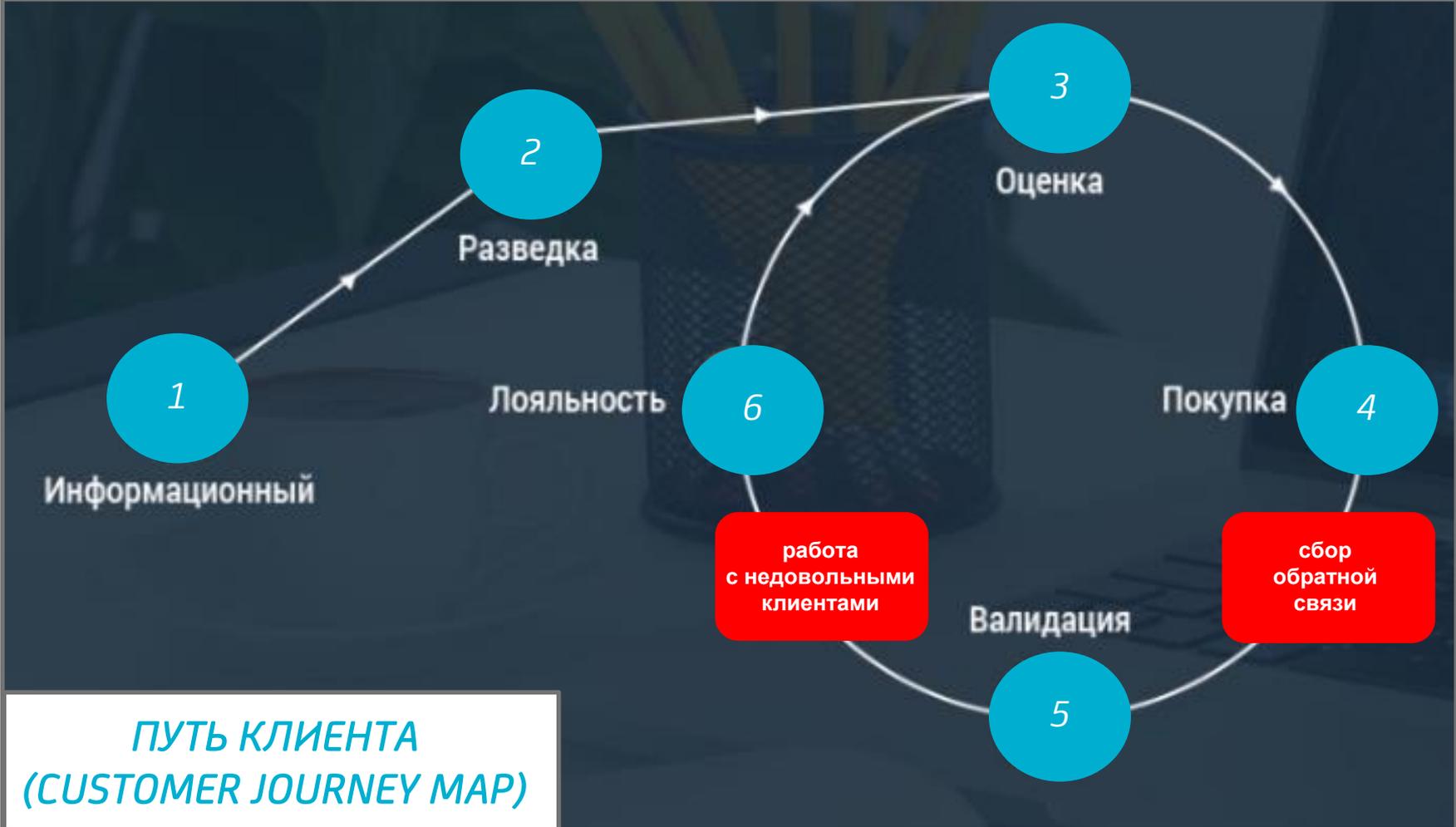
Елена Малахова
Начальник Управления анализа качества обслуживания клиентов

АО ЮниКредит Банк

Москва, 2019

Банк для всего,
что вы цените. |  **ЮниКредит Банк**

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

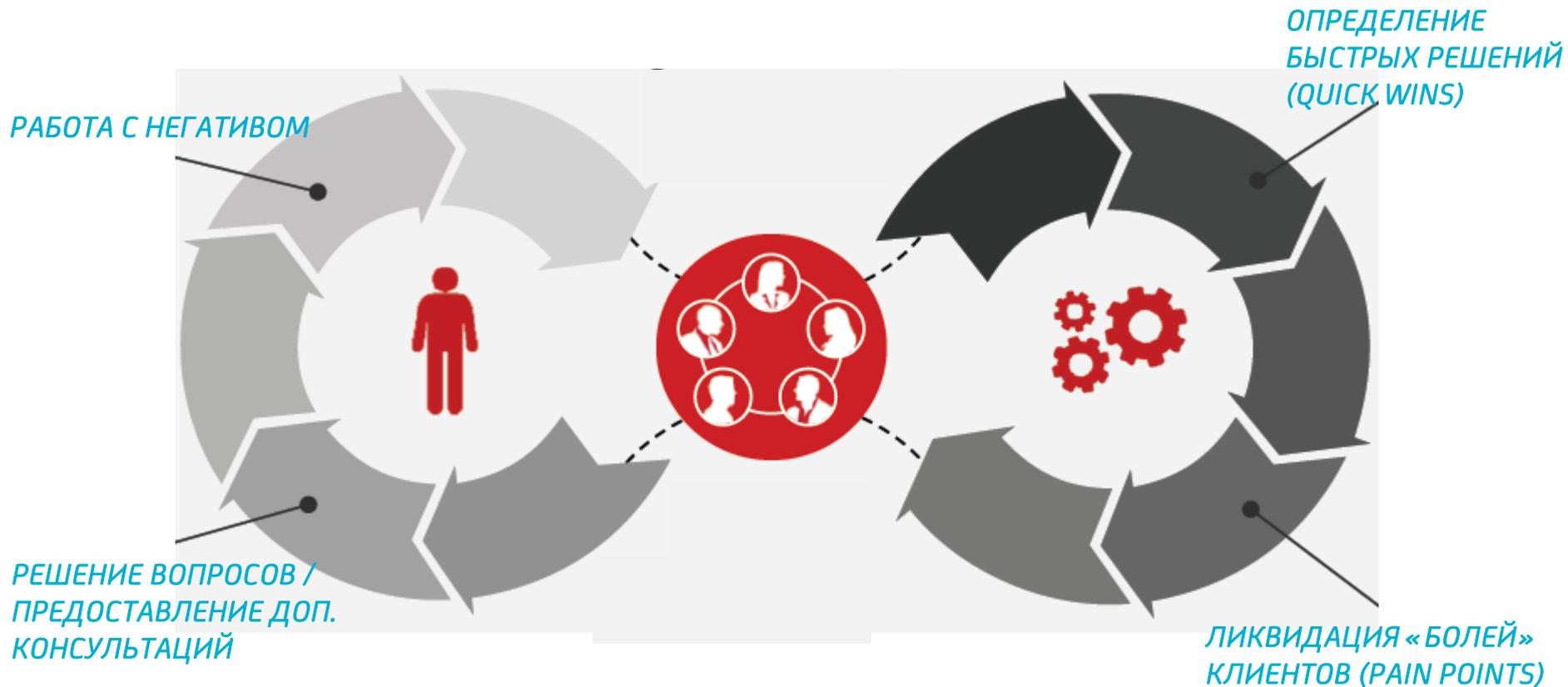


**ПУТЬ КЛИЕНТА
(CUSTOMER JOURNEY MAP)**



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 in various colors. In the lower center, there are three dark blue stages with white text that reads "ROCKS AMPLIFIED" and "EXTREME STAGE". To the right, a large white dome structure is partially visible. The overall atmosphere is that of a major music event.

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



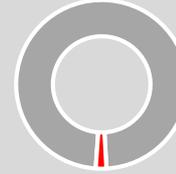
АЛЕРТ



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

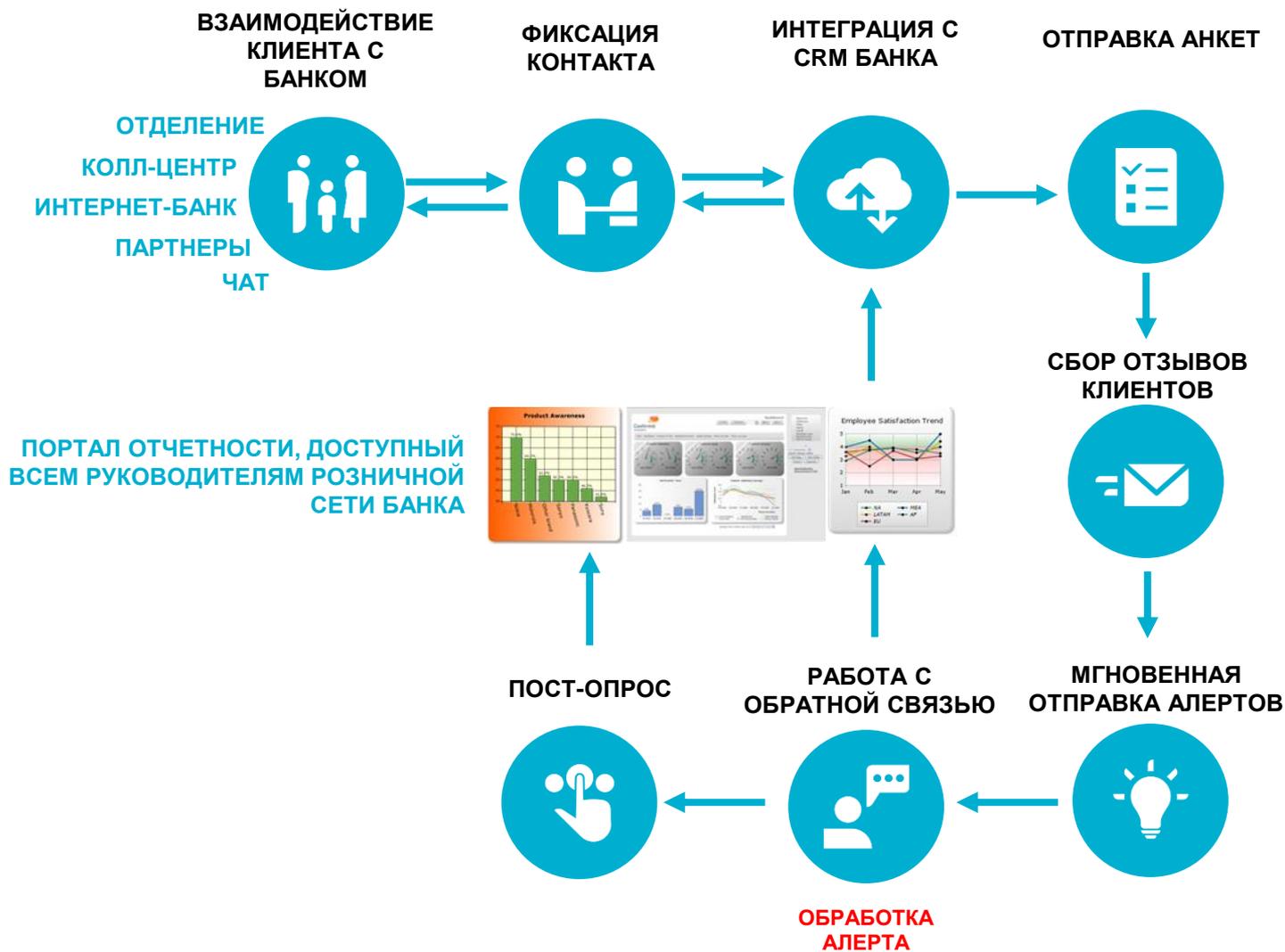


ПРЕИМУЩЕСТВО ПРОГРАММЫ №2

**АВТОМАТИЗИРОВАН
НЫЙ ПРОЦЕСС И
ОНЛАЙН -
ОБРАБОТКА**

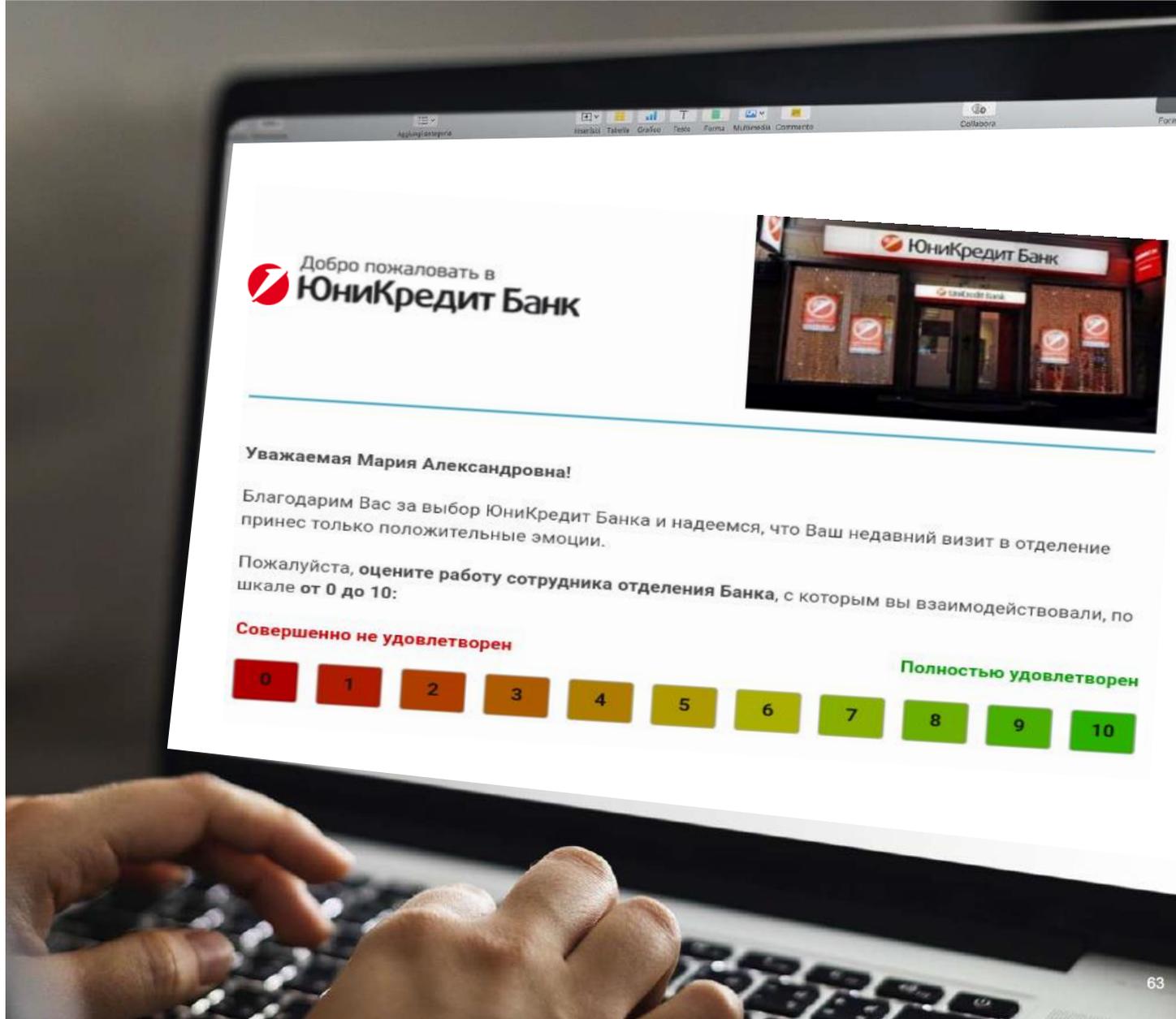


КЛЮЧЕВЫМ ПРЕИМУЩЕСТВОМ ЯВЛЯЕТСЯ АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ ПРОЦЕСС ОБРАБОТКИ И КОНТРОЛЯ РАБОТЫ С ОТЗЫВАМИ КЛИЕНТОВ – АЛЕРТАМИ



**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:**

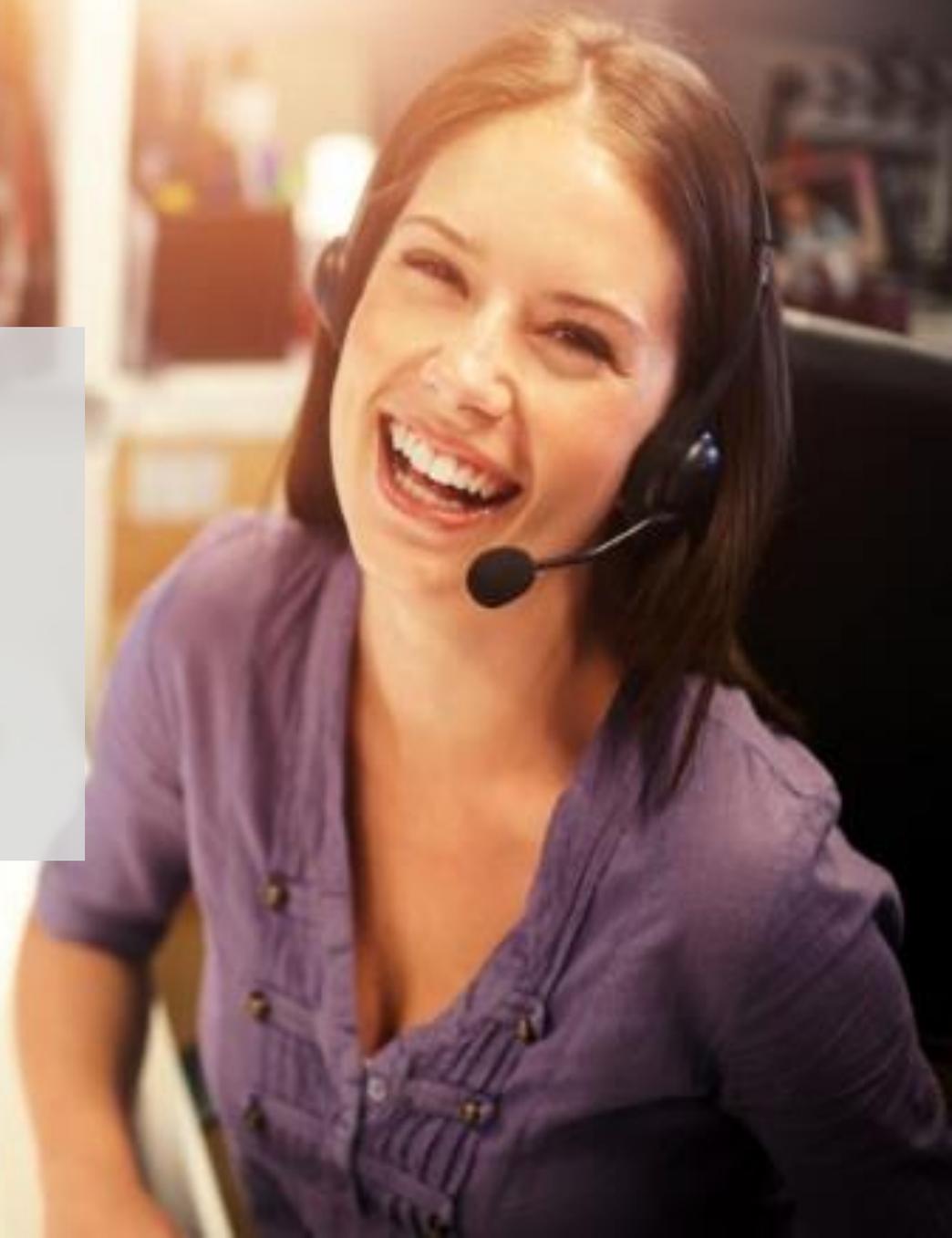
*РЕЙТИНГ КАЧЕСТВА
(ОЦЕНКА РАБОТЫ МЕНЕДЖЕРА /
ОПЕРАТОРА / СЕРВИСА)*

NPS

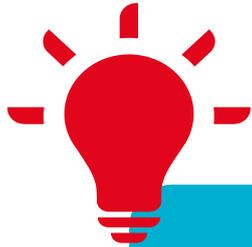


ПРЕИМУЩЕСТВО ПРОГРАММЫ №3

*ОПЕРАТИВНАЯ
СВЯЗЬ С
КЛИЕНТАМИ*



ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО КОНТРОЛЯ ПОСЛЕ ЗАКРЫТИЯ АЛЕРТА КЛИЕНТУ АВТОМАТИЧЕСКИ НАПРАВЛЯЕТСЯ ПОВТОРНЫЙ ОПРОС



ВОПРОС 1

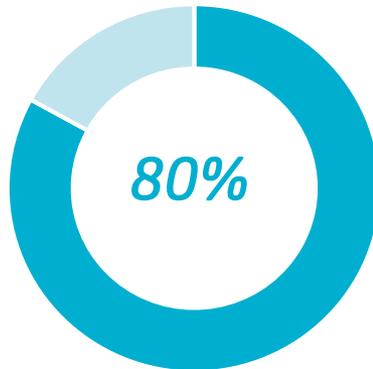
СВЯЗЫВАЛИСЬ ЛИ ИЗ БАНКА
КАСАТЕЛЬНО ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

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	Закрыто						
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

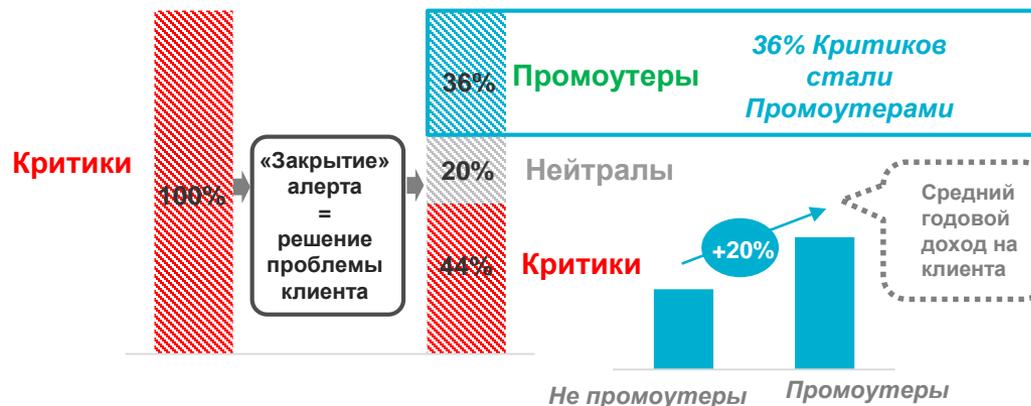


КРИТИКИ



Процесс работы с негативной обратной связью

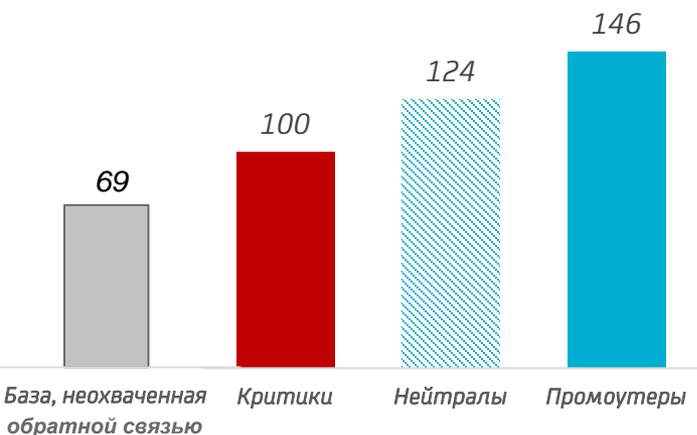
Оценка результатов работы с негативной обратной связью (канал Отделение, 2017-2018)



РАСЧЕТ ЦЕННОСТИ КАТЕГОРИИ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНА ДЛЯ БИЗНЕСА

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

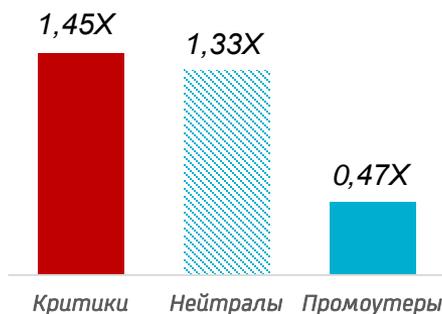
Покупают больше



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?

