

Альфа Банк

Влияние клиентских впечатлений и опыта на продукты банка

A

АЛЕКСЕЙ ЕРМАКОВ

Руководитель дирекции по развитию сегментов и некредитных продуктов Альфа-Банка



МЫ ИСПОЛЬЗУЕМ

МЕТОДОЛОГИЮ **КЛИЕНТСКОГО ПУТИ**
ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ **КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА**



Единые КПЭ для всех

Улучшение клиентского опыта и финансовых результатов



Единый владелец

Сквозного многоканального клиентского пути



Одна команда

Единая группа, работающая над реализацией на основе сквозного пути клиента



Достаточные полномочия

Для принятия решений достаточно полномочий членов команды



Улучшение впечатлений клиента

А — стримы



Кредиты
наличными



Кредитные
карты



**Дебетовые
карты**



Зарплатные
карты



Инвестиции
и накопления

1 СТРИМ = 1 КЛИЕНТСКИЙ ПУТЬ

Пример клиентского пути дебетовых карт

- 1** **Продукт** «Все друзья хвалят продукт»
- 2** **Привлечение** «Слышу о продукте отовсюду»
- 3** **Оформление** «Всё оформил за 5 минут»
- 4** **Выдача** «Получил карту в тот же день»
- 5** **Ввод и вывод денег** «Не хочу наличные»
- 6** **POS операции** «Плачу картой за все»
- 7** **Регулярные платежи** «Сделал Альфа основным банком»

A

использует различные регулярные исследования для замера удовлетворённости клиента

ежедневно

VOC

ручной замер голоса клиента в различных точках клиентского пути



раз в квартал

NPS

замер удовлетворённости продуктами банка



нерегулярные исследования

ежедневно

VOC

ручной замер голоса
клиента в различных
точках клиентского пути



сначала мы отправляем
sms сообщение

ИО, недавно вы
Альфа-Банка.

Оцените ваши впечатления по 10-
балльной шкале, где 10 - превосходит
ожидания:

получили карту

заполнили ИА

получили карту в ДО

открыли семейный счет

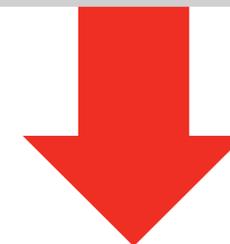


мы звоним
клиенту, если
оценка меньше 8

ИО, недавно вы _____
Альфа-Банка.

Почему вы поставили
низкую оценку?

Получаем и
обрабатываем
причины



0



детракторы

8



10



1

видим низкий показатель,
выясняем его причины



2

находим
выход и
внедряем
решение



3

см.
изме-
нения



ТЕМА ОТВЕТА	ЗАМЕР 1	ЗАМЕР 2
Не удовлетворил внешний вид курьера	3%	3%
Курьер был некомпетентен	22%	↓ 18%
Курьер был груб	6%	18%
Курьер опоздал / доставка не в срок	45%	↓ 26%
Курьер изменил место встречи	14%	6%
Курьер не позвонил перед доставкой	10%	↓ 0%
Не устроил звонок оператора	3%	6%
Много времени потерял на встрече с курьером (проверка документов, дозвон до координатора и т.п.)	3%	0%
Карту не доставили (не было ни звонков, ни смс)	3%	3%
Не устроил уровень безопасности персональных данных / карта была без конверта	7%	↓ 0%
Другое	14%	12%
Не превзошли ожиданий	0%	21%

данные изменены в целях
конфиденциальности

Раздаточный материал для
клиентов

Специальное мобильное
приложение для курьеров

Обязали звонить перед
доставкой

Дополнительная проверка
конвертов

ЗАМЕР НА КАЖДОМ ЭТАПЕ КЛИЕНТСКОГО ПУТИ

на примере дебетовых карт



замер был в прошлых спринтах | доля detractors

текущий замер

замер в ближайших спринтах

данные изменены в целях конфиденциальности

Сортировка по продукту / проблеме / причине / каналу

Разделение кол-ва обращений по сегментам

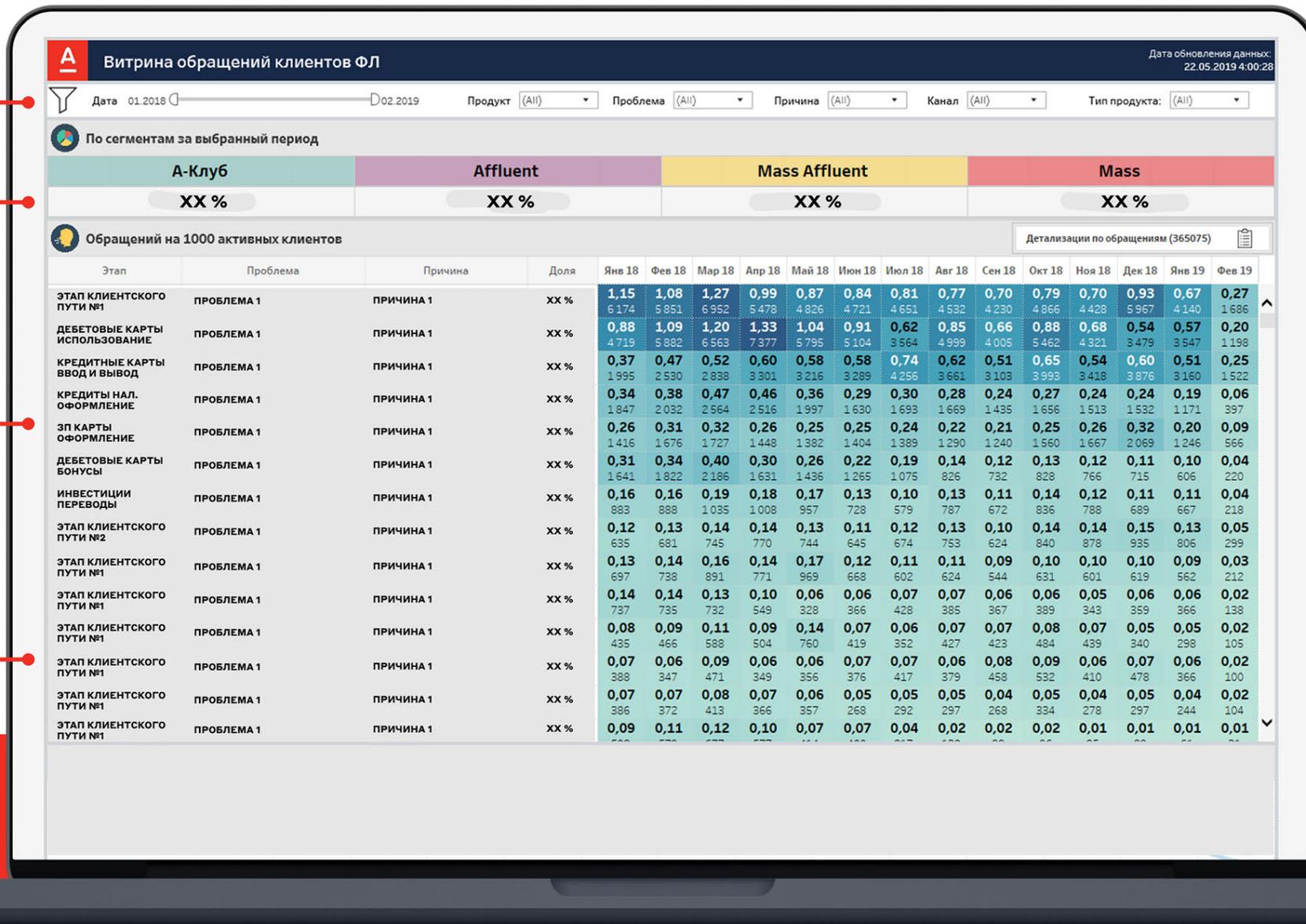
Самые важные проблемы по продукту автоматически видны сверху

Каждая проблема относится к определенному этапу клиентского пути (CJM)

Мы отслеживаем показатели в реальном времени



И на их основе формируем бэклог для доработки командами продуктов



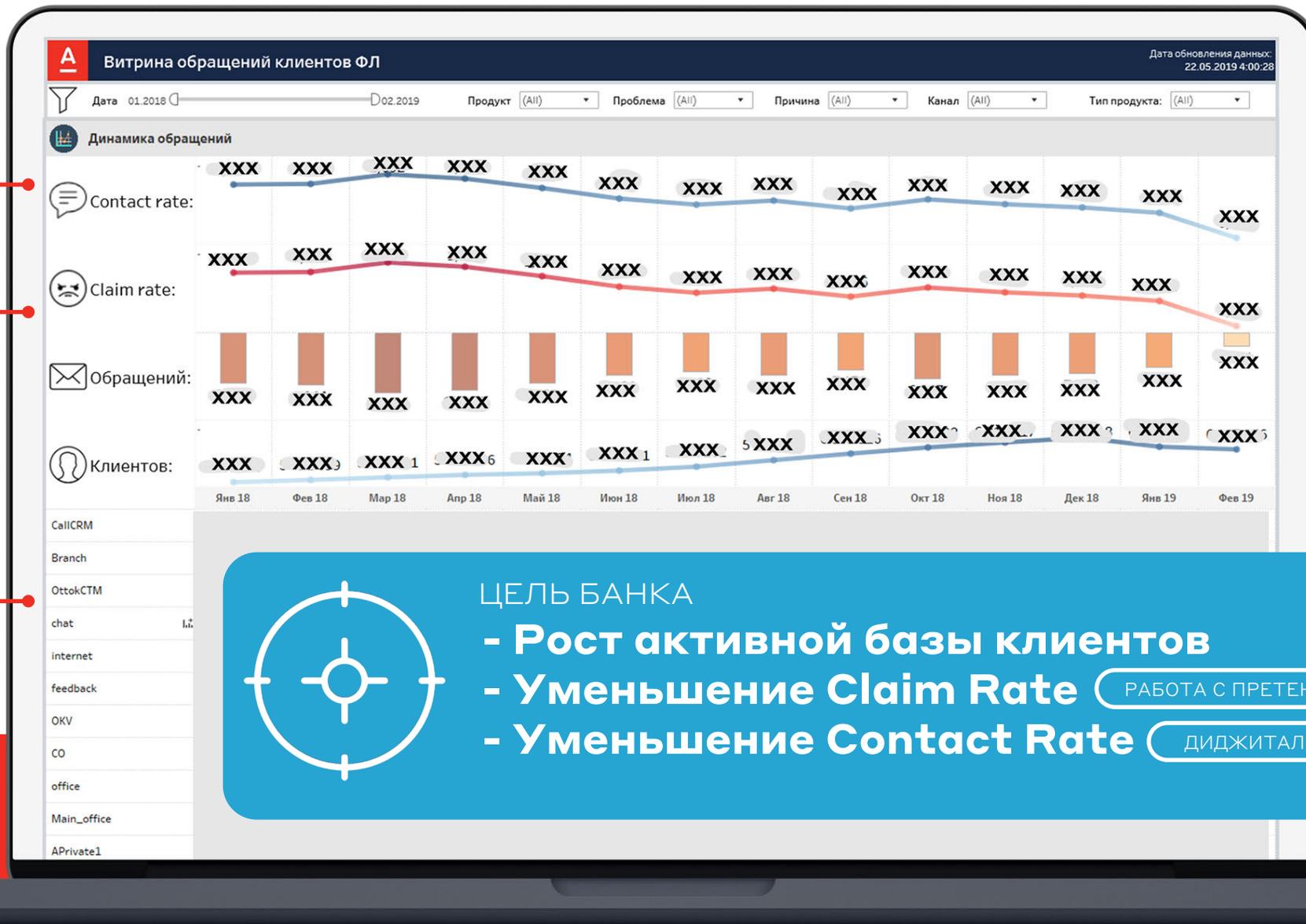
ВИТРИНА ПРЕТЕНЗИЙ КЛИЕНТОВ

Отношение количества обращений клиента во всех каналах к активной базе продукта

Отношение количества претензий к активной базе продукта

Претензии по каналам

ЦПК, отделения, SMM, banki.ru и т.д.



ВИТРИНА ПРЕТЕНЗИЙ КЛИЕНТОВ

раз в квартал

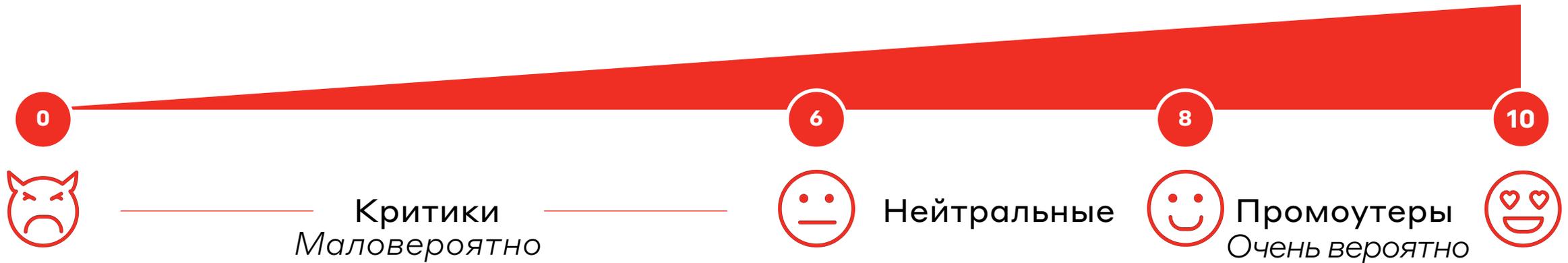
NPS

замер
удовлетворённости
продуктами банка

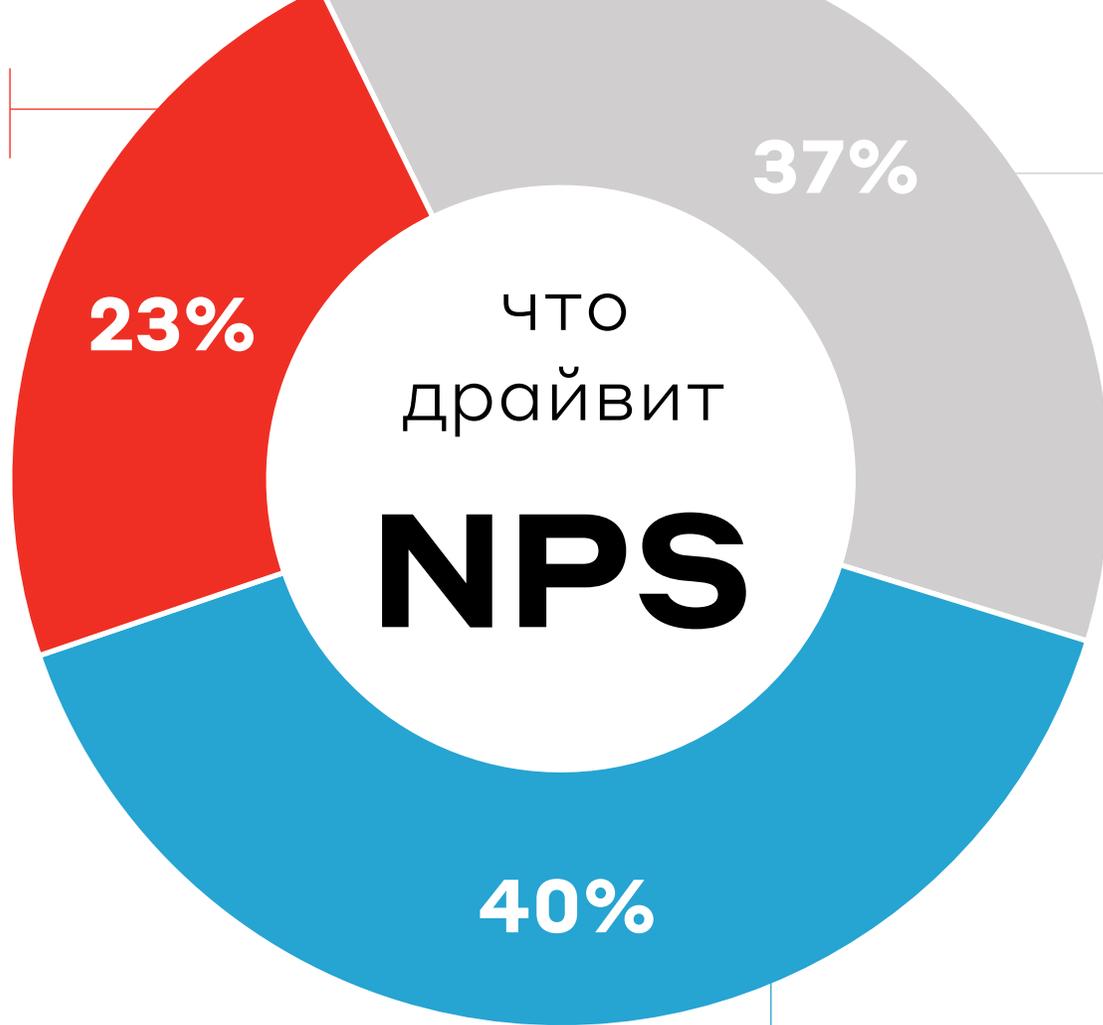
Глобальное исследование в городах присутствия Альфа-Банка (интервью активных клиентов – физ. лиц)



Насколько вероятно, что Вы порекомендуете Альфа-Банк своим друзьям и знакомым?



ПРОДУКТЫ И УСЛУГИ



ИМИДЖ



КАНАЛЫ



NPS зависит от продуктовой корзины

NPS, ноябрь 2018

43



Кредиты наличными

XX



Кредитные карты

XX



ЗП карты

XX



Дебетовые карты

XX



Инвестиции

XX



мы следим за показателями



и работаем над улучшениями в каждом стриме

поэтому наш

NPS
растет



ежедневно

VOC

ручной замер голоса клиента в различных точках клиентского пути

раз в квартал

NPS

замер удовлетворённости продуктами банка

KPI

продукты

каналы

процессы

Метрики **NPS** & **VOC** включены в **KPI** ответственных по продуктам, каналам и процессам банка

банк класса A