Цифровой корпоративный банк от Сбербанка:
лучший клиентский опыт

Онлайн-банк для предпринимателей «Сбербанк Бизнес Онлайн» на сегодняшний день обслуживает свыше 60% российских компаний различных сегментов, начиная от госкорпораций и заканчивая индивидуальными предприятиями. В «Сбербанк Бизнес Онлайн» работают 1 млн 479 тыс. юридических лиц. 99,9% транзакций они проводят в режиме онлайн, т.е. с использованием цифровых каналов обслуживания.

Это позволяет назвать Сбербанк лидером в сфере банковского обслуживания юридических лиц на российском рынке, а удаленные каналы обслуживания банка наиболее популярными в России.

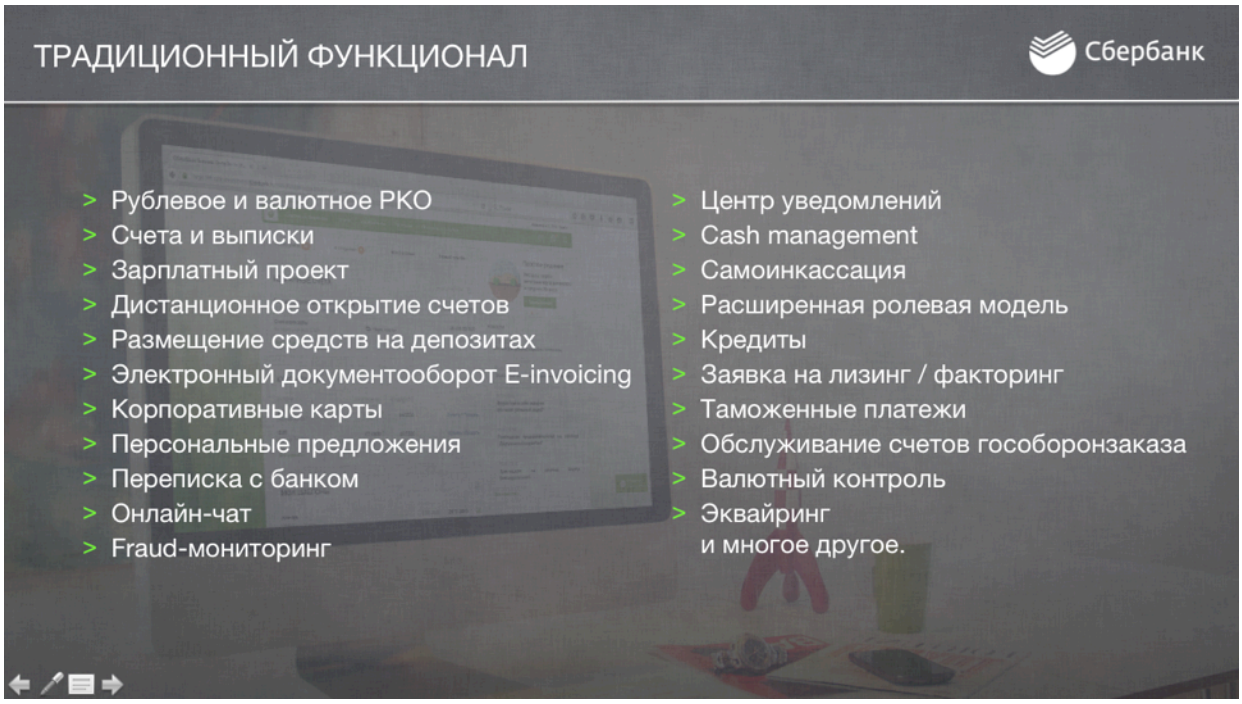
Один из важнейших приоритетов Банка развивать отношения с клиентами и обеспечивать высокий уровень их лояльности и удовлетворенности. Как это сделать в условиях стремительно развивающейся финтех-индустрии, предъявляющей всё новые требования к цифровым каналам обслуживания? Ответом на вызовы нового времени стал новый интернет-банк «Сбербанк Бизнес Онлайн». Помимо очевидных достоинств (удобный, современный дизайн, интуитивно понятное управление, продвинутый UI/UX, разработанный при участии ведущих мировых экспертов), этот банк-клиент с момента своего запуска удостоился самых высоких оценок и отзывов среди клиентов Сбербанка. На текущий момент доступ к нему имеет один миллион клиентов – юридических лиц.

Индекс уровня удовлетворенности в два раза превосходит лучшие показатели предыдущего банк-клиента: он составляет 68% против прежних 34%.

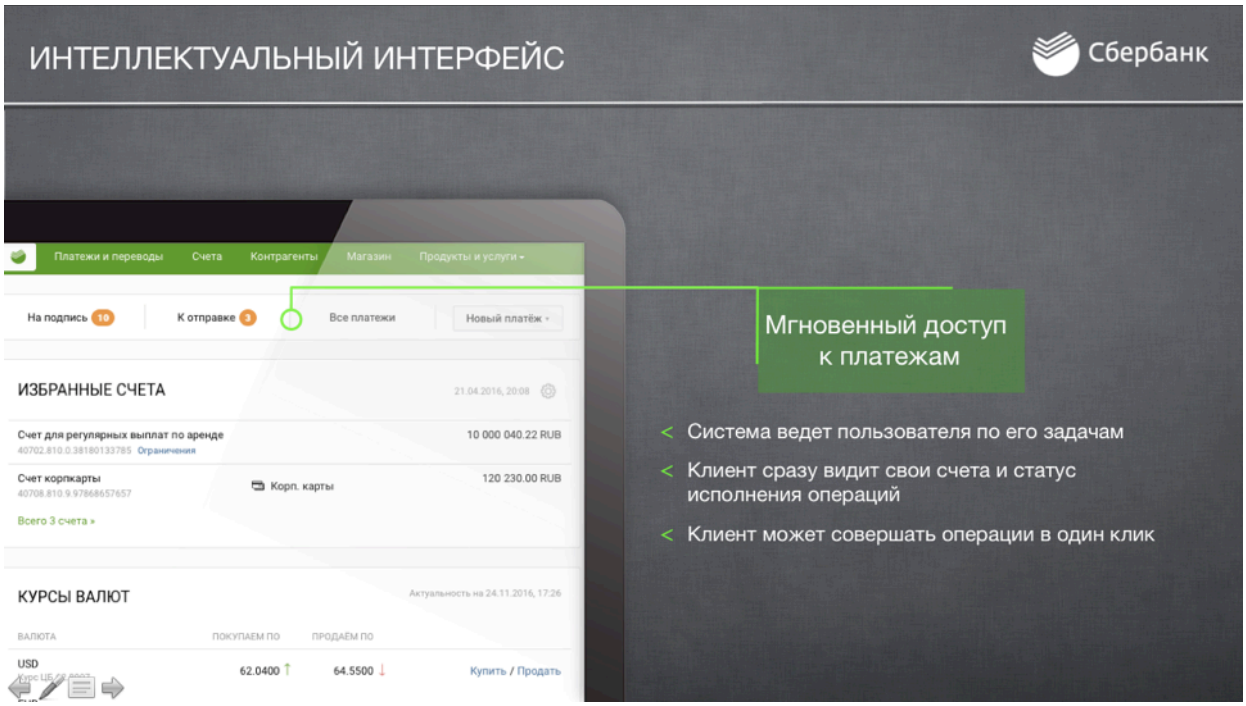
5 слагаемых успеха

Из чего складывается этот показатель? Давайте рассмотрим все преимущества нового Интернет-банка, которые получает клиент при подключении «Сбербанк Бизнес Онлайн»:

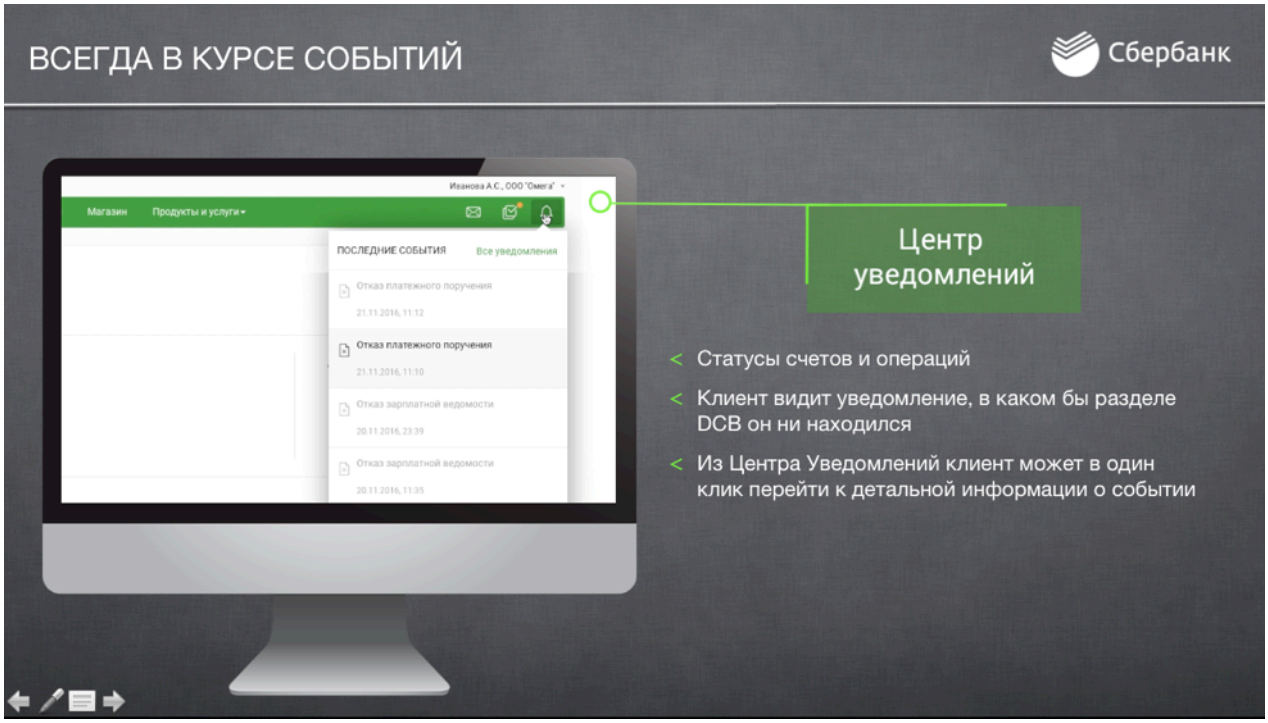
1. Разнообразный перечень услуг (один из самых обширных в дистанционном обслуживании юридических лиц в России).



2. Интеллектуальный интерфейс, благодаря которому банк-клиент становится простым и понятным в использовании для самой разной аудитории. Пользоваться Интернет-банком легко даже людям с минимальными навыками общения с компьютером.

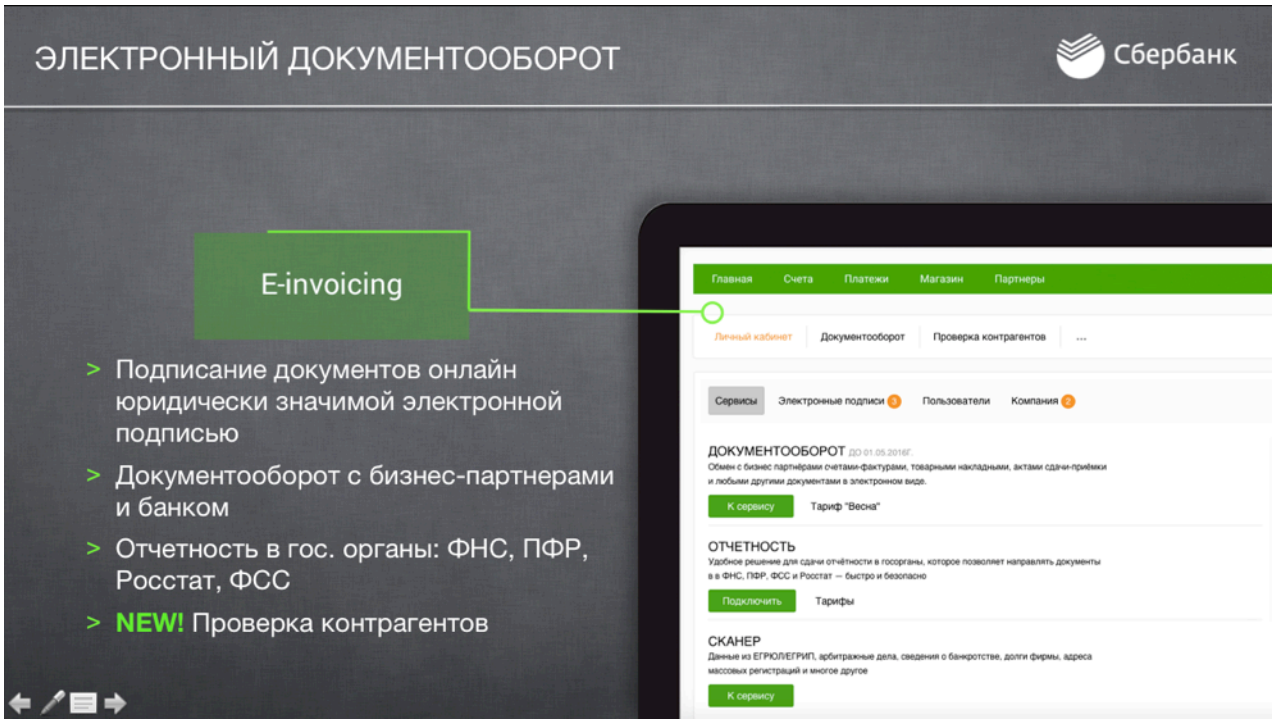


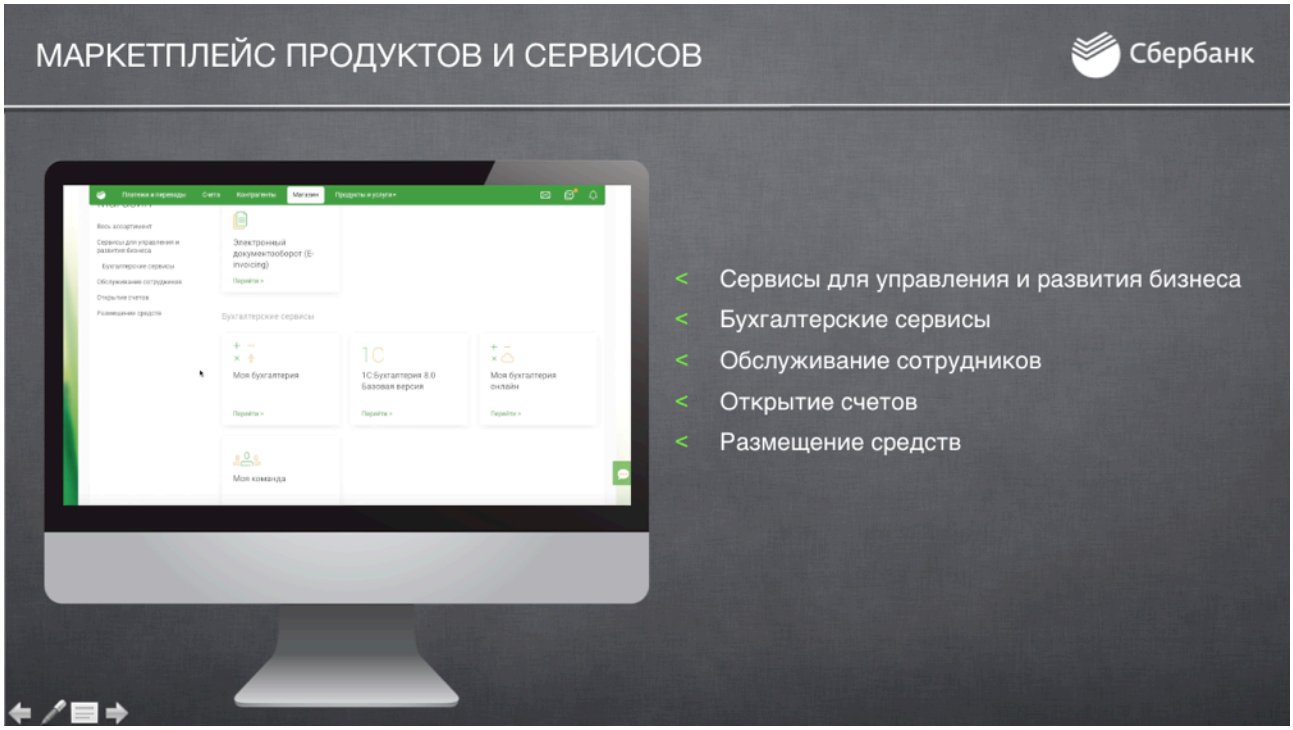
3. Система подсказывает пользователю, что необходимо сделать в первую очередь: на что нажать, куда перейти. Даже начинающий предприниматель не упустит самое важное из вида.



4. Помимо проработанной эргономики, новый Интернет-банк отличается инновационным подходом. Он доступен как со стационарного компьютера, так и с мобильного приложения (доступно с абсолютного большинства платформ и операционных систем, включая Windows Phone и смарт-часы Apple Watch). Новый Интернет-банк призван стать приложением на каждый день. В версии для компьютера клиент может в режиме реального времени:

- отправлять заявку на кредит в банк в электронном виде;
- проверить контрагента по открытым базам данных;
- получать индивидуальные спецпредложения от Банка и новости, релевантные его деятельности;
- пользоваться магазином сервисов: банковских и небанковских продуктов и услуг от Сбербанка, его партнеров и дочерних компаний.





5. Два важнейших фактора, влияющих на уровень удовлетворенности клиента: надежность и быстродействие системы. По первому показателю новый Интернет-банк демонстрирует рекордные цифры. Недоступность интернет-банка в год составляет 1 час (что классифицируется как **надежность системы 99,99%**). При этом время исполнения операций сокращалось на всем протяжении 2016 года. В результате время проведения платежей **сократилось в 4 раза**, и составило **максимум 5 минут внутри** территориального банка и **максимум 15 минут между** территориальными банками.

Главное – результат

Управление развития удаленных каналов обслуживания корпоративного бизнеса Сбербанка применяет комплексный подход в управлении клиентским опытом. Он делится на несколько стратегических направлений:

- Упрощение интерфейсов.
- Унификация между каналами обслуживания (омниканальность).
- Улучшение клиентского опыта.
- Регулярные фокус-группы и сессии дизайн-мышления с пользователями.

Источником сведений о том, что мы называем клиентским опытом, являются несколько процессов:
- Сбор отзывов клиентов при обращении в службу поддержки (ведётся непрерывно).
- Анкетирование и опросы пользователей (по e-mail, а также внутри Интернет-банка).
- Обзвон пользователей (проводится раз в квартал).
- Отзывы клиентов в маркетах Google Play, Microsoft Store и App Store (для мобильных решений сбор сведений проводится раз в месяц, текущий показатель – 4,4 из 5 для Android, 5,0 из 5 для Windows Phone и 4,6 из 5 для iOS).

Данные этих исследований дополняются регулярными измерениями с использованием индексов NPS, CSI, ISO и др. Таким образом формируется интегральный показатель, который мы называем индексом клиентского опыта (ИКО). На текущий момент он, как уже упоминалось ранее, **составляет 68,4%.** При этом Сбербанк работает на перспективу. Уже сегодня мы выстраиваем систему клиентского обслуживания будущего, в которой клиент сможет обратиться в банк в любом удобном для себя канале (компьютер, телефон, личный визит) и получить нужную услугу (продукт, сервис, оформление, справочная информация, техническая поддержка и др.) в том виде, который будет наиболее удобен. Для реализации этой задачи мы уже выстроили систему поддержки по операционным вопросам по телефону, создали механизм оказания видеоконсультаций и многое другое. Виртуальные рабочие места, роботизированный сценарий продаж, система распознавания настроения клиента по голосу, уменьшение времени на дозвон и сокращение времени на консультации: благодаря всему этому мы вводим новые тренды в оказании операционной поддержки и консультаций, которые позволят нашим клиентам получать неизменно высокое качество обслуживания в любых каналах взаимодействия с банком.