



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №934

НОМИНАЦИЯ: КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ В КОНТАКТ-ЦЕНТРЕ

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Neovox Contact Center
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Москва
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	http://neovox.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Холод Наталья Анатольевна
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Положительное влияние на деятельность организации (не более 3600 знаков с пробелами)

«Голос Почты для клиента, голос клиента для Почты» – принцип нашей работы, как Контактного центра Почты России. Мы – это ООО «Ньюконтакт», бренд «Neovox», партнер, оказывающий услуги Контактного центра Почты России с 2014го года. Почта России – участник Всемирного почтового союза, аудитория которой включает в себя все население нашей Родины и пользователей почтовых услуг со всего мира. Наличие обширной аудитории подразумевает самые различные сегменты клиентов, физические и юридические лица – от пенсионеров до Apparата президента Российской Федерации, со своими потребностями и ожиданиями. Ключевая роль Контактного центра (КЦ) – организовать процессы обслуживания таким образом, чтобы максимально оперативно и качественно решать задачи клиентов каждого сегмента.

Контактный центр, наравне с широкой сетью отделений почтовой связи, является фронт-офисом для клиентов, а значит и мы каждый день формируем имидж организации на пути к глобальному изменению стереотипного представления о качестве услуг и сервиса в Почте России.

В рамках оценки уровня удовлетворенности клиентов различными каналами взаимодействия с Почтой России, Контактный центр занимает почетное 1 место среди всех возможных точек контакта клиентов с организацией (интегральный CSI по всем голосовым и неголосовым каналам коммуникации с клиентами в КЦ по итогам 2019 года составляет 4,7 по пятибалльной шкале).

2. Операционная эффективность (не более 3600 знаков с пробелами)

Трафик входящих обращений в Почте России обладает ярко выраженной сезонностью. Наибольшая динамика роста наблюдается перед Новым годом, когда объемы отправок растут в геометрической прогрессии («привет» Черным пятницам и новогодним распродажам на AliExpress J).

В КЦ был разработан и внедрен план подготовки к зимнему сезону под кодовым названием «Зима близко», позволяющий нивелировать влияние взрывного роста активности клиентов. Ежегодно подготовка начинается с июля:

- рассчитываем и еженедельно корректируем прогнозы отправок, являющихся основными драйверами объемов, и планируем к поступлению трафик;
- формируем план набора и начинаем масштабные поиски лучших умов в городах нашего присутствия. В 2019 году даже открыли новую площадку в городе Саранск;
- используем различные программы обучения, адаптированные под потребность масштабирования в самые сжатые сроки и «переливы» нагрузки между основными ТОП тематиками обращений;
- внедряем и совершенствуем сервисы самообслуживания в голосовых и неголосовых каналах, основанные на единой базе знаний и алгоритме принятия решений. Активно участвуем в разработке сервисов на портале rochta.ru и в мобильном приложении Почты России;
- а также многие другие практики, позволяющие не только оперативно масштабироваться, но и удерживать персонал до конца «горячего сезона» (адаптационные беседы, поддерживающие мотивации и т.д.).

Комплекс мероприятий «Зима близко» и автоматизация позволяют при росте трафика >70% в течение 2 – 3 месяцев выдерживать целевые показатели доступности и удовлетворенности клиентов.

3. Клиентоориентированность (не более 3600 знаков с пробелами)

Каждому клиенту необходимо решение его вопроса или проблемы. В отличие от классической модели «бизнес - аутсорсинговый КЦ», предполагающей передачу в КЦ рутинных операций и ответы на частые вопросы, мы пошли значительно дальше, интегрировавшись с внутренними бизнес-процессами Почты. Возможность помочь и инструменты решения – это не только лояльные клиенты, но и огромная мотивация для сотрудников. Чем гордимся:

Ситуационный центр - единый канал для оперативного решения вопросов. Наши клиенты – это представители всех сегментов клиентской аудитории Почты России, а также 350 тысяч ее сотрудников.

- Для сотрудников Почты. Не решая проблемы сотрудников, невозможно требовать от них качественного решения проблем клиентов. КЦ выступает единым окном для сбора жалоб и предложений сотрудников, включая «деликатные» вопросы, которые не решаются на местном уровне. Обеспечивает эскалацию и контроль исполнения каждого обращения.
- Для клиентов Почты. Зачастую проблему клиента невозможно решить в рамках существующих регламентов, либо сроки решения неприемлемы в обстоятельствах клиента. В СЦ попадают запросы о жизненно-важных посылках и документах, обращения наименее защищенных социальных групп – пенсионеров и маломобильных граждан для организации оказания почтовых услуг на дому.

Задержка в порту судна, на борту которого остались противоонкологические препараты, организованный дополнительный транспорт для перевозки новогодних подарков в детский дом и многое другое – все это реальный кейсы, которые СЦ решает каждый день.

Контроль и тестирование сотрудников отделений почтовой связи. Для предоставления клиентам Почты России качественных услуг необходим контроль на всех этапах клиентского пути. С учетом масштабов организации требуются достаточные ресурсы и инструменты. Контактный центр – один из них. На базе КЦ организованы процессы:

- контроля работы курьеров и качества курьерской доставки;
- тестирования руководителей отделений на знание основных процессов и КПЭ. Важнейшим элементом цепочки обслуживания клиентов являются линейные руководители - от их опыта и квалификации зависят грамотно выстроенные процессы работы в отделениях.

Инцидент-менеджмент – процесс двустороннего информационного обмена, когда на основании обращений клиентов и сотрудников фиксируются и решаются локальные и массовые инциденты, а также происходит информирование о массовых и/или оказывающих влияние на клиентов событиях. Проактивный подход позволяет предупредить «пустые» походы в отделение, сэкономить время клиентов, когда по техническим или любым другим причинам невозможно получить интересующую услугу.

Набор курьеров и операторов – на базе КЦ организован процесс подбора кандидатов и приглашение на собеседования. Более 7000 обращений поступает про доставку отправлений, в горячий сезон их процент резко возрастает. Положение усугубляется отсутствием курьеров и почтальонов, особенно в столичном регионе. Опираясь на опыт предыдущих лет, в целях обеспечения доставки посылок к праздникам и, соответственно, снижения потока звонков, в конце 2019 года специалистами КЦ был обеспечен поток приглашенных курьеров и операторов связи по 500 кандидатов в день.

Профилактика очередей. Одна из ключевых проблем Почты – очереди в отделениях, в целях сокращения которых:

- в КЦ были централизованы все телефонные обращения в адрес отделений. Теперь операторы отделений не отвлекаются от основной работы – обслуживают клиентов;
- для контроля доступности отделений запущен автоматизированный сервис профилактики очередей, при поступлении сигнала в который происходит эскалация начальнику отделения и вышестоящему руководству.

4. Вовлеченность сотрудников (не более 1800 знаков с пробелами)

«Довольные сотрудники = довольные клиенты» - принцип, которым мы руководствуемся ежедневно в своей работе.

Геймификация – один из инструментов мотивации операторов КЦ Почты России. У нас есть виртуальная валюта «Почтарики» и живой on-line портал с личным кабинетом и накоплениями сотрудников. Миссия «Ловцы золотых марок» ежемесячно устанавливает правила и призы, адаптированные для каждой площадки и группы участников, публикуемые в «Лавке подарков». Заработанные золотые и серебряные марки конвертируются в «Почтарики», на которые можно купить подарок, подарить другу или объединить накопления для совместного похода в кино, боулинг или кафе.

Традиции. Наш самый большой праздник – день рождения проекта. Никто не рождается со знанием почтовых услуг, но те, кто попадает в наш коллектив становятся почтовыми сотрудниками, и Почта приходит в жизнь каждого. На площадках пишут стихи и проводят тематические дни.

База знаний ежедневно изменяется, запускаются услуги, меняются правила и законодательство. Все изменения транслируются в обучающие материалы, базу знаний и анонсируются в новостной ленте скрипта (автоматизированный сценарий работы) операторов. Актуальность всех блоков и алгоритмов находится в зоне ответственности продуктологов – группы специалистов, которые вносят изменения и обеспечивают удобство использования инструментов. Регулярно проводится полугодовой опрос операторов удовлетворенностью ПО (скриптами, сценариями и инструментами), повышающий вовлеченность сотрудников и дающий бесценные идеи для оптимизации.

5. Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

Предпраздничные штормы трафика по 150 – 200% – отличный мотиватор для креативных идей. Эффективность и производительность возможно повысить за счет сокращения среднего времени обслуживания и снижения потока обращений с помощью автоматизации. Но даже с этими инструментами принять объемы при соблюдении целевого уровня сервиса получается только, решив проблемы сотрудников и клиентов, выстраивая клиентский путь, который не порождает потребность повторных и претензионных обращений.

- Дижитализация, запуск и продвижение новых каналов (сайт, мобильное приложение) и сервисов (простая электронная подпись, онлайн посылки, онлайн подписка и другие) на базе экспертизы КЦ;
- Таргетированные активности по привлечению и набору линейных сотрудников;
- Автоматизация обслуживания по телефону и в on-line каналах:
- IVR с распознаванием речи;
- чат бот в мессенджерах и на сайте;
- единые алгоритмы обслуживания для операторов и роботов во всех каналах.

6. Лучшие практики в индустрии (не более 1800 знаков с пробелами)

- Неоднократное участие и победы в конкурсе Хрустальная Гарнитура (Лучшая команда мониторинга и контроля качества, Тренер года, Оператор года, Лучшая команда продаж и телемаркетинга);
- Высокое одобрение жюри в номинациях CX World Awards «Лучший клиентский опыт в B2B секторе. Консалтинг, Аутсорсинг» и «Лучший проект изменения, трансформации бизнеса»;
- Призеры Tagline Awards в номинации «Лучший чат-бот» для Почты России;
- Участники программы по обмену опытом управления КЦ с Почтой Японии.

7. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Несмотря на то, что у Почты России более 100 млн клиентов, мы стремимся выстраивать процессы обслуживания таким образом, чтобы решать задачи и проблемы каждого конкретного клиента. В планах на 2020 год: увеличение спектра возможностей для самообслуживания и автоматизации инструментов проактивного предупреждения о правилах, графике работы, услугах и инцидентах. Также, совместное планирование информационной и операционной поддержки запуска и оказания новых услуг на базе контактного центра, рассматривается как конкурентное преимущество Почты России на быстрорастущем рынке ЕКОМ.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:

ФАМИЛИЯ	Холод
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Наталья Анатольевна
ДОЛЖНОСТЬ	Руководитель проектов