



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №1373

НОМИНАЦИЯ: Телекоммуникационные услуги

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Tele2 Россия
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Ростов-на-Дону
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	http://tele2.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Tele2 Россия
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

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

Работа Tele2 с клиентским опытом основывается на видении компании - быть предпочтительным и любимым оператором мобильных услуг для тех, кто не хочет переплачивать. Чтобы достичь такого видения необходимо обеспечить единый клиентский опыт во всех точках контакта и каналах взаимодействия. Поэтому важнейшим стратегическим проектом последнего времени было выстраивание единой омниканальной сервисной платформы для клиентов, партнёров и внутренних функций.

Здесь реализована поддержка и развитие всех клиентов вне зависимости от региона и типа- B2C, VIP, B2B, M2M во всех точках взаимодействия. Поддержка розничной сети, общение с клиентами в голосовых и диджитал каналах, мессенджеры и соцсети, маркетплейсы и отзывы из магазинов приложений AppStore и GooglePlay, личный кабинет и Алиса. Все это объединено едиными омниканальными процессами и системой управления обращаемостью, единым сервисным подходом к клиенту, омниканальными технологиями, и единым контролем качества.

В наши задачи входит привлечение, развитие, сохранение и повышение лояльности клиентов во всех точках контакта. Стратегия единой омниканальной сервисной платформы помогает компании удерживать лидерство по NPS на телеком рынке, достигать планов по развитию и сохранению клиентской базы, а также осуществлять полномасштабную цифровую перестройку бизнеса.

Tele2 лидирует по показателю NPS с результатом 44%, опережая ближайшего конкурента на 6 п.п..

Мы также являемся лидером по уровню чистой поддержки клиентов-11 % по данным исследовательского центра Ромир.

Более 90% взаимодействий с клиентами уже происходит в цифровой среде.

За последний год, благодаря системе развития клиентов, сервис Tele2 перешел из категории «центр затрат» в категорию «центр прибыли». Основной поток выручки создается за счёт подключения в разных (в том числе и автоматизированных) каналах дополнительных услуг. Но что важно, эти услуги под каждого клиента подбираются индивидуально на основе анализа BIG DATA. Именно поэтому мы предвосхищаем с нашим предложением потребности клиента.

Крайне важным результатом новой стратегии является, что всего 1,3% клиентов после взаимодействия со службой личной поддержки склонны к оттоку. Работа на лояльность и удержание - важнейший фокус.

И при этом в 98% запросов клиентов решается без передачи дальше.

2. Операционная эффективность (не более 1800 знаков с пробелами)

Стратегия омниканальной сервисной платформы преследует достижение, трех ключевых целей-рост абонентской базы, рост эффективности продаж и сервиса, рост лояльности. Эти показатели влияют на стратегические KPI компании.

Качество сервиса влияет на уровень продаж, и соответственно, на доходы компании.

Благодаря внедрению стратегии Единая сервисная платформа выручка от продаж и развития базы выросла за 2020 год на 78%.

В контур омниканальной сервисной платформы входит интернет-магазин. Процесс построен таким образом, чтобы максимально быстро и эффективно осуществить взаимодействие с клиентом или оформить заказ на первой линии. За год эффективность конверсии в продажи выросла более чем на 10%.

Lifetime Value клиентов компании составляет 24 месяца.

Омниканальная сервисная платформа вносит весомый вклад в развитие абонентской базы: только за последний год мы увеличили процент удержания на 3,5%, а число сохраненных абонентов на 20%.

Уровень удовлетворенности общим впечатлением от обращения в контактный центр составляет 95%.

Благодаря всестороннему анализу причин обращений, непрерывному обновлению процедур и алгоритмов, а также удобной базе знаний, 82% клиентов получают ответ на свой вопрос с первого раза.

Экономические показатели и результаты работы омниканальной сервисной платформы- один из важнейших показателей эффективности работы компании и устойчивости бизнеса в целом.

3. Клиентоориентированность (не более 3600 знаков с пробелами)

Путь Tele2 к построению сквозного взаимодействия с клиентами включает пять фокусных направлений:

- единые процессы;
- единые IT-инструменты;
- единая модель управления обращаемостью;
- контроль качества во всех каналах коммуникации с клиентом;
- единая философия и подход к обслуживанию.

Оmnikanальная сервисная платформа призвана интегрировать все каналы коммуникации компании с клиентом в единую систему. Помимо разговора по телефону, сотрудники принимают обращения через чат-бот, чат на сайте, популярные мессенджеры, маркетплейсы, магазины приложений и соцсети. Во всех каналах клиент получает сервис высокого уровня, по единым стандартам.

Высокий уровень подготовки сотрудников и постоянный внутренний контроль качества консультаций во всех каналах обеспечивает минимальное количество критических ошибок в консультациях- не более 16%. Отдел внутреннего мониторинга также измеряет уровень эмпатии и предоставляет сотрудникам обратную связь и рекомендации по оцененным консультациям. В 85% случаев сотрудник подстраивается под эмоциональное состояние абонента, предоставляя информацию простым и понятным ему языком.

Благодаря проекту «Неформальное общение», сотрудники службы личной поддержки остаются с клиентами на одной волне. Они подстраиваются под настроение клиента, используют уместные шутки, проявляют искренний интерес, делятся собственным опытом. Для того, чтобы сотрудники всегда могли найти тему для неформального общения с клиентом, в Дистанционном сервисе запущена ежедневная рассылка с актуальными праздниками и интересными фактами.

Одна из составляющих wow-сервиса Tele2- это подход Empowerment. Для сотрудников службы личной поддержки нет строгих рамок действий- наши сотрудники не ограничены в полномочиях, если речь идет о реальной помощи нашим клиентам. Яркий пример проявления «реальных полномочий»: в службу личной поддержки обратилась женщина преклонного возраста. Она взволнованно сообщила, что ее мужу нужна срочная медицинская помощь. Специалист поддержки не растерялся: быстро узнав у женщины возраст супруга, симптомы и адрес, он незамедлительно набрал номер скорой. Сотрудник объяснил диспетчеру, что мужчине 70 лет, что у него судороги и он без сознания. После того, как вызов был принят, специалист поддержки успокоил женщину и начислил компенсационный пакет минут. Консультация заняла 4 минуты. Таким образом, всего 4 минуты, быстрая реакция нашего сотрудника и равнодушное отношение спасли жизнь человеку.

Сотрудники Дистанционного сервиса вовлечены в создание первоклассного сервиса не только во время консультаций. В рамках проекта «Лаборатория качества» они тестируют новые продукты компании на этапе запуска, проходя полный путь клиента и выявляя пути улучшения запуска продукта по всем каналам взаимодействия с клиентами. Рабочая группа тестирует реализацию продукта и с точки зрения клиента, и с точки зрения сотрудника дистанционного сервиса. Мы обеспечиваем всестороннюю оценку продукта и даем рекомендации по улучшению клиентского пути.

Мы уделяем внимание клиентам, которые решили покинуть компанию, и изучаем клиентский опыт. При сохранении клиентской базы мы удовлетворяем все потребности клиента благодаря персонализированному подходу.

Мы предоставляем клиентам искренний сервис, который выходит за пределы стандарта и дарит клиенту искренние эмоции.

4. Вовлеченность сотрудников (не более 3600 знаков с пробелами)

Главная ценность компании- люди. В своей работе мы руководствуемся известной формулой «счастливый сотрудник- счастливый клиент».

Забываясь о здоровье сотрудников, весной прошлого года мы реализовали масштабный проект по переводу сотрудников дистанционного сервиса на удаленную работу- 95% штата перешли на дистанционный формат работы за 14 дней. Это стало возможно, благодаря эффективной и слаженной работе всех подразделений, а также высокой степени доверия сотрудников к компании.

Несмотря на то, что 2020 год внес коррективы в привычную жизнь, сотрудники Дистанционного сервиса не отказались от традиционных корпоративных мероприятий- праздники перешли в digital-формат. Онлайн корпоративы, танцевальные челленджи, флэшмобы, тематические встречи- все это помогло сохранить высокую вовлеченность и командный дух во время перехода на удаленную работу. Для сотрудников, которые столкнулись с трудностями в этот период были созданы чаты, где они могли поделиться проблемой и оперативно получить помощь от коллег.

По результатам международного исследования Kincentric 2020, проведенного во время пандемии 89% сотрудников дистанционного сервиса работали эффективно во время пандемии, не испытывая недостатка в ресурсах, а 86% отмечали, что чувствуют себя спокойно и безопасно.

Микромодульная система обучения, в основе которой лежит принцип «обучение действием», способствует тому, что сотрудники Дистанционного сервиса гибко реагируют на изменения. Поэтому в 2020 году система обучения стала одним из фокусных направлений развития дистанционного сервиса.

Обучение сфокусировано на улучшении конкретных KPI и ключевых для бизнеса направлениях. Также в Дистанционном сервисе действует уникальный институт амбассадоров, в рамках которого более опытные сотрудники становятся наставниками и тренерами для новичков.

Сотрудники Дистанционного сервиса- активные участники процесса непрерывных улучшений в компании. В корпоративном приложении Walk the Talk каждый может предложить идею и внедрить её, самостоятельно или с коллегами. Идеи могут быть направлены на улучшение сервиса и работы компании в целом.

Команда Дистанционного сервиса активно участвует в различных социальных проектах и инициирует их самостоятельно. Сотрудники департамента оказывают помощь детским домам, ветеранам ВОВ, приютам для животных, участвуют в городских субботниках и экологических акциях. В 2020 году было организовано более 15 благотворительных и социальных мероприятий в четырех городах нашего присутствия.

Ежегодно мы организовываем исследование по вовлеченности персонала независимыми международными агентствами Korn Ferry, AON Hewitt. По итогам 2020 года вовлеченность составила 86%.

Результаты исследования Job Quality, проводимого международной компанией Apex Berg показали, в марте 2020 года, что уровень удовлетворенности операторами условиями своего труда превышает 94%. Это самый высокий результат в отрасли.

99% открывающихся в Департаменте позиций занимают внутренние кандидаты. А индекс внутреннего роста сотрудников составляет 95%.

Мы твердо уверены в том, что профессиональный и максимально вовлеченный персонал является главным звеном в формировании высокого уровня позитивного клиентского опыта.

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

С течением времени клиенты и их запросы меняются. Поэтому мы постоянно находимся в поиске новых форматов сервиса.

Нарастающая популярность видеосервисов и прямых эфиров стала определяющим фактором для запуска сервисных прямых эфиры в соцсетях. Наши сотрудники отвечают на вопросы в прямом эфире в течение 2-2,5 часов. Это наш способ быть ближе клиенту. Менее чем за 2 года мы провели 10 прямых эфиров, которые набрали более 17 млн. просмотров и 14 тыс. лайков.

Мы запустили проект «Школа клиента»- это короткие обучающие ролики о продуктах, услугах и каналах обслуживания. Темы для роликов мы выбираем из топа клиентских запросов. Посмотреть видео можно в официальных аккаунтах компании, а также в салонах Tele2.

Важным шагом для нас стал запуск первого 100% роботизированного сервисного канала с голосовым помощником «Алиса», который полностью повторяет сценарии чат-бота, включая возможность самостоятельного администрирования всех включенных услуг.

Интернет-магазин, который входит в контур омниканальной сервисной платформы весной 2020 года стал одним из основных каналов для клиентов, которые решили перейти в Tele2. Для того, чтобы обеспечить безопасность, был запущен совместный проект по доставке SIM-карт совместно с Яндекс.Такси.

Во времена пандемии Tele2 стремилась оказать клиентам максимальную поддержку и запустила ряд сервисов, которые помогли скрасить досуг в период самоизоляции. Платформа «Дом Tele2» объединила полезный и развлекательный контент- онлайн лекции, концерты, тренировки, фильмы и мастер-классы.

Наша цель- не только предоставить лучший сервис, но и подарить клиенту положительные эмоции. Поэтому в праздничные дни клиенты получают поздравление на IVR, еще до того, как слышат сотрудника поддержки.

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

Департамент клиентского сервиса Tele2 - первый в России и второй в мире прошел сертификацию по международному стандарту ISO-18295. В 2019 году мы успешно прошли ресертификацию.

Но не только слаженность процессов и соответствие международным требованиям делает нас лидерами.

Это наша идеология- сервис по другим правилам. Реальные полномочия, которыми наделены сотрудники для решения любого запроса клиента. Это стратегия создания и развития новых точек взаимодействия под запросы клиентов: запуск сервисного канала с голосовым помощником «Алиса» как первого 100% роботизированного канала. Развитие новых форматов сервиса, таких как «Прямой эфир» в соцсетях или «Школа клиента». Это запуск первыми на телеком-рынке поддержки в WhatsApp. Мы там, где наш клиент, где ему удобно и комфортно общаться и взаимодействовать с компанией. Мы должны мгновенно перестраиваться под потребности абонентов, как это было в период пандемии с запуском специального раздела про пандемию на сайте компании, в личном кабинете, на IVR, а также в боте и «Алисе». Было важно помочь клиентам найти контакты горячих линий и узнать срочную информацию про COVID-19. Мы провели в апреле 2020 года Прямой эфир в VK и Instagram, посвященный работе в удалённом формате и помощи компании в виде услуг и сервисных фишек в период самоизоляции. Все это приводит к высокой лояльности клиентов и лидерству по NPS.

Высокий уровень сервиса и профессионализм подтверждают также многочисленные награды и высокая оценка профессионального сообщества. В 2020 году Дистанционный сервис Tele2 стал победителем престижных отраслевых конкурсов: Хрустальная гарнитура-5 наград, CX World Awards- 6 наград, Contact Center World- 6 наград. Дистанционный сервис Tele2 также вышел в финал европейской премии ECCCSA в 8 номинациях и в мировой финал.

7. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

В Tele2 выстроена сервисная модель единой омниканальной платформы для клиентов компании, внутренних функций и партнеров. Она построена на единстве пяти фокусных направлений:

- процессы;
- IT-инструменты;
- модель управления обращаемостью;
- контроль качества во всех каналах коммуникации с клиентом;
- философия и подход к обслуживанию.

Компания всегда действует исходя из интересов и потребностей клиентов. Благодаря подходу «По другим правилам» сервис является дифференцирующим фактором для компании.

Общение с клиентами осуществляется в тех каналах связи, где им наиболее удобно. Наши принципы: клиентоориентированность, доступность, удобство, качество во всех каналах взаимодействия.

Качество сервиса напрямую влияет на готовность клиента рекомендовать нас, как мобильного оператора. А экономические показатели и результаты работы омниканальной сервисной платформы- один из важнейших показателей эффективности работы компании и устойчивости бизнеса в целом. Качество сервиса влияет на уровень продаж, и соответственно, на доходы компании.

99 % команды является клиентами компании и проходит тот же клиентский путь, что и клиенты, становятся еще ближе, понимают и применяют максимальное количество полномочий, чтобы решать любой вопрос клиента. Для сотрудников службы личной поддержки нет строгих рамок действий.

Мы предоставляем клиентам искренний сервис, который выходит за пределы стандарта и дарит клиенту искренние эмоции.

Мы активно развиваем цифровой сервис, используя инновационные форматы взаимодействия с клиентом- прямые эфиры, обучающие ролики, роботизированные каналы. Tele2 считается трендсеттером в цифровом сервисе на отраслевом рынке.

Высокая оценка жюри в профессиональных наградах и высокая клиентская удовлетворенность только укрепляют нашу веру и мотивируют на новые свершения.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:

ФАМИЛИЯ	Юрина
----------------	-------

ИМЯ ОТЧЕСТВО	Елена Викторовна
ДОЛЖНОСТЬ	Директор по дистанционному сервису Tele2 Россия