



## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

**ID:** №1914

**НОМИНАЦИЯ:** ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ В КОНТАКТ-ЦЕНТРЕ

<b>НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА</b>	Оптика Cronos
<b>ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА</b>	Нижний Новгород
<b>ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ</b>	<a href="https://cronos-optika.ru/">https://cronos-optika.ru/</a>
<b>НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА</b>	Служба поддержки клиентов
<b>ИМИДЖ НОМИНАНТА</b>	
<b>Сопроводительный файл 1</b>	<a href="#">Посмотреть загруженный файл »</a>
<b>Сопроводительный файл 2</b>	<a href="#">Посмотреть загруженный файл »</a>
<b>Сопроводительный файл 3</b>	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
<b>ССЫЛКА на Youtube</b>	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

## ЭССЕ НОМИНАНТА

### Описание организации (100 слов).

«Оптика Кронос» — это самая большая сеть салонов оптики в Приволжском федеральном округе: сегодня в нее входит более 80 филиалов в Н. Новгороде, Чебоксарах, Нижегородской и Владимирской областях. Мы накопили богатейший экспертный опыт в сфере коррекции зрения. В каждом салоне Оптике работает кабинет диагностики зрения, где можно пройти полный качественный осмотр врача-офтальмолога прежде чем заказать очки. Здесь можно подобрать очки, контактные линзы, солнцезащитные очки, пройти аппаратное лечение, оперативно изготовить заказ и провести ремонт в собственных мастерских. Кроме того, клиенты могут заказать товары в нашем интернет-магазине с доставкой по всей России.

## Цель проекта (не более 1800 знаков с пробелами)

Исторически в каждом салоне Оптики был свой телефон, звонки принимались каждым салоном автономно, однако с ростом и развитием компании, увеличением потока звонков было принято решение создать многоканальный номер, звонки обрабатывались не внутренней службой поддержки, а внешней. Однако мы были недовольны работой аутсорсинговой компании: неоднократно были проведены тестовые звонки сотрудниками Оптики, которые не получили должного качества обслуживания. Кроме того, с развитием клиентского сервиса важно было наладить прямое общение с клиентом, в связи с чем было решено открыть внутреннюю службу компании. Одна из основных целей - качественный клиентский сервис. Сотрудники СПК работают не по скриптам. Для нас важно сохранить человекоориентированный подход к каждому клиенту. Мы слышим и решаем проблемы клиентов по телефону.

## Суть проекта (не более 3600 знаков с пробелами)

- Специалисты СПК занимаются в первую очередь работой на входящей линии. Нам важно наладить прямое общение с клиентом, слушать и слышать его, помогать. Кроме того, ежедневно совершается обзвон клиентов, которые оставляют заявки на сайте и голосовые сообщения в нерабочее время КЦ. Помимо вышеперечисленного сотрудники отвечают на сообщения в чатах, мессенджерах и отзывы на различных ресурсах. Таким образом, без внимания не остается ни один запрос и ни один клиент.
- Важную роль играет КЦ в обеспечении постпродажного обслуживания. Ежедневно специалисты совершают обзвон клиентов, совершивших покупку, проходит опрос для выявления уровня удовлетворенности клиента. Специалисты собирают обратную связь и передают ее в соответствующие подразделения. На основе полученных данных строятся данные о работе персонала (в частности, мед. работников), что является стимулом к развитию сотрудников Оптик. Помимо этого во время обзвона может выясниться, что клиента что-то беспокоит. Мы не бросаем его, успокаиваем и связываем с мед. работником, который, благодаря своим навыкам и знаниям, может выяснить причину дискомфорта у клиента, и помочь ему.
- Полномочия СПК. Не боимся давать их, специалисты могут влиять на процессы. При поступлении обращения от клиентов о том, что процессы в компании работают неправильно, сотрудники СПК не просто выслушивают его, а передают команде, которая работает над этим процессом. Таким образом, в результате данных взаимодействий мы улучшаем качество нашей работы. Мы улучшаем процессы, которые напрямую касаются клиента. В период пандемии СПК принимала заявки на доставку. Кроме того, сотрудники СПК влияют на процессы внутри компании, которые влияют на клиента, но не напрямую. СПК - это инициативные сотрудники, которые видя проблему, не умалчивают, не пускают ситуацию на самотёк, а проявляют инициативу. Например, когда было написано программное обеспечение (CRM) (наше ПО работает таким образом, что при получении идентификации номера, у работника контактного центра сразу открывается карточка клиента, чтобы быстро предоставить необходимую информацию и помочь клиенту), специалисты СПК заметили, что при входящем вызове новый модуль телефонии открывал сразу несколько карточек клиентов, привязанных к одному номеру (дубли). Сотрудники не остались равнодушными. Поскольку они являются инициативными, то эта информация была отправлена руководству. Был запущен процесс, проведен анализ, выяснилось, что около 30% клиентской базы было оформлено некорректно. Благодаря работе Службы поддержки был инициирован глобальный проект внутри компании по очистке действующей базы клиентов от дублирующих карточек, а также формированию новых правил оформления данных, не позволяющий создавать новые

дубли, что также влияет и на клиентов, но не напрямую.

- Клиентоориентированность . Сотрудники общаются с клиентами не по скриптам, т. о каждый разговор с клиентом является уникальным.

СПК - является самой инициативной в компании на протяжении всего периода существования. Кроме того, СПК является катализатором изменения процессов в компании, поскольку есть плотный контакт с клиентами, которые дают толчки для развития.

## **Вовлеченность сотрудников (не более 1800 знаков с пробелами)**

Контактный центр - сердце клиентского опыта. Каждый клиент одинаково важен. Сотрудники службы поддержки не роботизированы, а работают без скриптов, сохраняя теплый контакт с каждым клиентом.

Служба поддержки клиентов - лицо бренда, на нее возлагается ответственность сотрудников за весь бренд и компанию перед клиентом. СПК взаимодействует со всеми подразделениями компании (розница, логистика, интернет-магазин, маркетинг и т д). Обратная связь от клиентов не умирает в СПК, а идет по всем отделам и часто становится движущей силой улучшений сх.

В качестве примера расскажем о ситуации, когда в Службу поддержки обратилась клиентка, которая сломала ногу, она не могла выйти из дома, но ей срочно нужен был ремонт оправы. Поскольку сотрудники СПК являются вежливыми и вовлеченными, то они не отказали клиентке, а вызвались помочь в трудной ситуации. Специалисты совместно с отделом логистики, департаментом розницы и мастерской, всё организовали. Курьер забрал у клиентки очки, доставил их в мастерскую и вернул счастливой клиентке после ремонта совершенно бесплатно.

Также часто бывают запросы от клиентов, у которых сломалась оправа, а нужная им находится в удаленном салоне. Тогда сотрудники Службы поддержки самостоятельно связываются с консультантом оптики, она, в свою очередь откладывает оправу, передает в отдел логистики, который организует доставку до салона, в который удобно обратиться нашему клиенту. На всем пути СПК курирует эти процессы, поскольку нам важно помочь клиенту.

Таким образом, слушая клиента, сопереживая ему, специалисты службы поддержки не остаются равнодушными , а представляют собой службу помощи для клиента.

## **Клиентоориентированность, способность слушать и слышать клиента (не более 1800 знаков с пробелами)**

Служба поддержки клиентов - служба помощи, которая, видя проблему, не закрывает глаза, а предлагает решения. При каждом обращении клиента специалисты СПК предлагают варианты решения, и никогда не оставляют клиента наедине в сложной ситуации.

Если та или иная проблема несет системный характер, то сотрудники СПК описывают их, предлагают решение и передают в работу. Далее управляющий комитет Оптики берет те или иные задачи по приоритетности и выполняет. В Оптике Кронос действует политика открытых обсуждений предложений, существует Почта Инициатив, куда каждый сотрудник может направить свое предложение. При направлении инициативы необходимо учитывать следующие правила:

1. Необходимо обозначить проблему в Компании или возможность, которая есть на рынке, но нет в Компании;

2. Описать инициативу - что конкретно необходимо изменить или внедрить в Компании;

3. Описать ожидаемый результат после внедрения инициативы.

Это банк инициатив, который постоянно пополняется идеями. СПК является лидером. К примеру, в связи с обращениями пожилых клиентов, мам с колясками, других категорий маломобильных граждан, которые не могут подниматься по лестнице, специалистами Контактного центра была предложена идея установки пандусов при открытии новых салонов. Эта инициатива была одобрена и реализована, кроме того, в СПК был предоставлен список салонов, имеющих удобный подход, чтобы специалисты могли правильно и быстро сориентировать по этому поводу клиентов.

Таким образом, ежедневно сталкиваясь с проблемами, с которыми сталкиваются наши клиенты, сотрудники СПК не остаются равнодушными, они слышат клиента и, проявляя внимательность и заботу, стараются помочь каждому.

## **ИТОГИ: какие были результаты? (не более 3600 знаков с пробелами)**

Служба поддержки клиентов начинала свой путь с 1300 входящих звонков в месяц, в штате было 3 сотрудника.

- На данный момент в СПК ежемесячно поступает 6000 звонков, которые принимают 6 специалистов. Таким образом, ежедневно мы принимаем больше звонков, мы их аккумулируем и мы можем знать, о чем нас спрашивает клиент. Мы получаем статистические данные, на основании которых понимаем, над чем необходимо работать компании, в какой области развиваться для того, чтобы быть ближе к клиенту.
- Сотрудники так же стали работать с отзывами/ предложениями клиентов на сайтах (2гис. Яндекс, Гугл), кроме того, ежедневно специалисты отвечают на вопросы клиентов, которые поступают в различных соц. сетях и мессенджерах. Т. е. в 2021 году мы охватили новый канал коммуникации - онлайн канал, по которому можно судить о работе организации. Мы работаем в сфере, где уровень переживаний клиентов очень высок, поэтому важно, чтобы контакт с клиентом сохранялся постоянно. СПК находится постоянно на связи ( в т.ч. в государственные праздничные дни), в нерабочее ночное время клиент может оставить свое обращение на голосовой почте, на нашем сайте или в мессенджерах. и он будет уверен в том, что с ним обязательно свяжутся в ближайшее время. Таким образом, без внимания не остается ни один запрос и ни один клиент.
- В 2021 году Служба поддержки клиентов снова стала лидером по количеству предложенных и реализованных инициатив. Наши сотрудники предлагали разного рода идеи: относительно работы ПО, официального сайта Оптики, обустройства салонов для маломобильных граждан, автоматизации процессов компании, напрямую связанных с клиентом, была предложена и организована благотворительная акция в детском доме. Эти и другие инициативы появились вследствие тесного и прямого общения с клиентом сотрудников Службы поддержки.
- В 2021 году компания сократила расходы на маркетинговые активности в в 2,5 раза относительно 2018,2019 года. Безусловно, выросли расходы на клиентский сервис, в том числе на СПК. С учетом этого, можно говорить об экономии в 1,5-2 раза. Таким образом, вложения в клиентский сервис, в Службу поддержки клиентов позволяют меньше тратить на маркетинг. При этом сохраняя качество обслуживания, качество и количество заказов.
- В 2021 году в рамках конкурса CX WORLD AWARDS сезона 2020/2021 нашу Службу поддержки клиентов проверяли тайные клиенты, мы получили высшую оценку по результатам своей работы.
- Для оценки эффективности и результативности работа сотрудников СПК были разработаны

критерии (KPI): средний балл ( минимальный 4,75) и процент обработанных звонков ( минимальный 97%). На протяжении всего срока существования Службы поддержки клиентов, специалисты выполняют все задачи, поставленные перед ними. Средний балл за 2021 год - 4,92. а процент обработанных звонков - 99,7.

## **Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)**

- С отказом от услуг аутсорсинговой компании и созданием внутренней службы поддержки клиентов, мы стали слышать и слушать клиента, понимаем его запрос, проблему и боль, и можем успокоить его и оказать помощь
- СПК Осваивает разные каналы общения с клиентом ( входящие, исходящие звонки), в 2021 году мы охватили новый канал коммуникации - онлайн канал, обеспечивает постпродажное обслуживание, работает с голосовой почтой. Без внимания не остается ни один запрос и ни один клиент.
- С помощью Службы поддержки компания получает обратную связь от клиента, благодаря которой запускаются процессы, направленные на улучшение качества работы.
- СПК улучшает процессы, которые напрямую касаются клиента. Кроме того, сотрудники СПК влияют на процессы внутри компании
- СПК - является самой инициативной в компании на протяжении всего периода существования. Кроме того, является катализатором изменения процессов в компании, поскольку есть плотный контакт с клиентами, которые дают толчки для развития. В 2021 году Служба поддержки клиентов снова стала лидером по количеству предложенных и реализованных инициатив.
- Контактный центр - сердце клиентского опыта. Каждый клиент одинаково важен. Сотрудники СПК не роботизированы, а работают без скриптов, сохраняя теплый контакт с каждым клиентом.
- ежедневно сталкиваясь с проблемами, с которыми сталкиваются наши клиенты, сотрудники не остаются равнодушными, они слышат клиента и, проявляя внимательность и заботу, стараются помочь каждому.
- Благодаря развитию СПК компания смогла сократить расходы на маркетинговые активности, сохраняя качество обслуживания, качество и количество заказов.
- На протяжении всего срока существования СПК, специалисты выполняют все задачи, поставленные перед ними. Средний балл за 2021 год - 4,92. а процент обработанных звонков - 99,7.

## **ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:**

<b>ФАМИЛИЯ</b>	Дубовицкая
<b>ИМЯ ОТЧЕСТВО</b>	Дарья Сергеевна
<b>ДОЛЖНОСТЬ</b>	Ведущий специалист Службы поддержки клиентов