




ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №3318

НОМИНАЦИЯ: ПРОФЕССИОНАЛ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	СК Пульс
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Москва
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	http://pulse.insure
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Костина Софья Сергеевна
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
Сопроводительный файл 1	Посмотреть загруженный файл »
Сопроводительный файл 2	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
Сопроводительный файл 3	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

Описание организации (100 слов).

ООО СК «Пульс» — цифровая страховая, входит в группу «Росгосстрах». У нас свыше 300 000 клиентов и более 10 видов продуктов, включая: страхование домов, квартир, спортсменов, туристов, питомцев, полисы от несчастных случаев, критических заболеваний, укусов клещей и диких животных, ипотечные страховки и защита поездок на «Велобайке».

Оформление полисов и урегулирование страховых случаев происходит онлайн — без бумаг и поездок в офис. Периодичность оплаты и параметры продуктов настраивает сам пользователь.

Цель (не более 1800 знаков с пробелами)

Моя личная миссия в работе — совершенствование навыка создания сильного текста. Текст — это главный инструмент для построения качественной коммуникации. Это навык, полезный не только в рабочей среде — он применяется повсеместно, практически в каждой сфере жизни. Однако именно в рабочей среде он развивается быстро и эффективно. Развивать этот навык мне помогают

следующие принципы:

- Мы решаем все вопросы клиента онлайн, без визита в офис;
- Мы общаемся с клиентом на понятном языке, без скриптов, формализмов и профессиональных терминов;
- Мы избегаем дублирования функций внутри компании и обеспечиваем кросс-функциональность внутри подразделения;
- Мы честны с клиентами и никогда не обещаем того, что не будет выполнено;
- Мы открыто признаем свои ошибки и исправляем их;
- Мы должны быть полезны клиенту, а не он нам.

Более того, меня интересует, как будет развиваться клиентский сервис в России. Я часто обращаюсь в службы поддержки разных сервисов, чтобы понять, в какую сторону движется наша отрасль: склоняется к позиции «клиент-друг» или всё-таки отдаёт предпочтение более официальному тону. Я хочу лично приложить руку к развитию клиентского сервиса и вывести его на новый уровень.

Операционная эффективность (не более 3600 знаков с пробелами)

Основная цель – умение находить подход к любому человеку, искать ответы на самые сложные вопросы, подходить к решению творчески и с фантазией.

Работа с клиентами помогает подбирать разные пути взаимодействия, ориентируясь на психологические особенности и нужды отдельно взятого человека. Не всегда один и тот же способ донести информацию срабатывает дважды — и это самое интересное. Тогда появляется необходимость проанализировать ситуацию ещё раз, обратить внимание на поведение клиента, на его текущее настроение. И на основании этого — составить коммуникацию таким образом, чтобы информация была воспринята прямо и без лишних «утяжелителей».

Важно уметь понять клиента, почувствовать его «боль». Важно проявить эмпатию, которая будет заключаться не только в решении вопроса, но и в донесении до клиента мысли, что я и компания в целом — действительно заинтересованы в положительном результате.

С первого дня работы Направления мы определили для себя приоритет на работу не с проблемой, а источником проблемы. Чтобы предупредить появление проблемы для клиента. В процессе обслуживания мы получали обратную связь и прислушивались к ней. Для удобства клиентов, мы определили для себя ключевые метрики качества и установили агрессивные целевые значения:

- SL – на 80% обращений должен ответить живой специалист в течение 15 минут, без использования бота;
- CSI – не менее 4,7. По результату отчетного периода – разбор каждого обращения, по которому клиент поставил оценку ниже 4. При этом, для нас норма, когда клиент после разбора кейса, меняет оценку на позитивную;
- FCR – 95%, т.е. 95% всех обращений клиента должны быть решены за 1 календарный день.

Вовлеченность сотрудников (не более 1800 знаков с пробелами)

Одно из главных качеств, которым должен обладать специалист клиентского сервиса, — это умение корректно формулировать свои мысли. Этот навык помогла улучшить книга «Пиши, сокращай». Она популярна в среде авторов рекламных и публицистических текстов. Специалист поддержки клиентов в неголосовых каналах связи также может подчеркнуть для себя ряд важных рекомендаций. Например, как составить ответ для клиента, чтобы он был понятен и удобен для восприятия. Как убрать из ответа лишние канцеляризмы и написать его человеческим языком. И главное — как объяснить клиенту сложный процесс простыми словами и свести к минимуму недопонимания.

Я обучалась в компании, которая занималась построением клиентского сервиса с человеческим лицом. Позиция заключалась в организации доверительных и даже дружеских отношений между сотрудником службы поддержки и клиентом. Во время обучения отрабатывались различные ситуации, с которыми клиент мог обратиться в поддержку: от обычных информационных вопросов до совсем нестандартных проблем. Это научило не бояться принимать решения, которые выходят за рамки привычных процессов. Таким образом клиенты получали поддержку всегда — даже если их вопрос не касался компании напрямую.

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

Я искренне верю, что клиентский сервис — лицо компании. Когда у клиента возникает проблема, он обращается именно в поддержку. Осознание этого помогает сохранять клиентоориентированность даже в сложных ситуациях. Разделяя ценности компании, начинаешь эмоционально проникаться своей работой. Хочется донести до клиентов, что выбор нашей компании — правильное решение. А если возникают сложности — мы всегда готовы помочь разобраться.

Главная мотивация — обратная связь от клиентов. Особенно, если задача была сложной, заняла много времени и для ее решения пришлось задействовать разные инструменты. В случае положительного результата, клиенты, как правило, остаются довольны. Даже если изначально они были настроены негативно, успешно решенный вопрос возвращает лояльность и доверие к компании.

Достижение результата — также отличная мотивация. Однажды мне пришлось общаться с клиентом по телефону на протяжении нескольких часов и буквально сопровождать каждое действие. Звонок закончился в одиннадцать часов вечера на положительной ноте. Клиент был доволен, что ему предоставили качественную помощь и не оставили один на один с проблемой. Я была довольна, что смогла помочь, несмотря на количество затраченных усилий.

Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

Все написанное выше не имело бы значения, если бы не было подтверждено данными. Мониторинг ключевых метрик мы делаем на ежедневной, еженедельной и ежемесячной основе. Вот некоторые данные, которыми мы хотели бы поделиться за 2023 год:

- Рассмотрели более 35 000 обращений;
- Индекс удовлетворенности клиентов не опускался ниже 4,9 из 5;
- 80% всех обращений, в том числе и по урегулированию страховых событий, были рассмотрены за 24 часа;

- В 94% всех обращений клиент получил ответ в течение 15 минут

Могу с гордостью сказать, что я внесла значительный вклад в оказание сервиса для клиентов на высоком уровне. Об этом говорят мои личные показатели эффективности за период с июня по ноябрь 2023 года:

- 3 679 обращений – обработаны мной, это 25% от общего объема обращений за период;
- 95,4% – показатель качества моей работы по результату регулярной проверки подразделением контроля качества;
- 6,72 из 7 – средний балл эффективности за период;
- 72% обращений обработаны мной без единой ошибки.

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

Представьте, к вам приходит молодой специалист и вам надо передать весь свой опыт на одном листе в 10 шагах. Составьте для него список шагов и рекомендаций «Что делать в конфликтной ситуации со сложным клиентом? Как вести себя, чтобы помочь клиенту и найти наилучшее решение».

Первый и главный шаг — не «заражаться» настроением клиента. Важно помнить, что люди разные: со своими личными проблемами и жизненными обстоятельствами, которые могли повлиять на эмоциональный фон. На собственном опыте часто сталкивалась с ситуациями, когда негативный клиент после решения вопроса извинялся за своё поведение, аргументируя тем, что у него был просто плохой день.

Второй шаг — понять клиента, услышать его. Необходимо выделить из обращения главную проблему. Аккуратно донести до клиента, что мы его поняли и будем рады помочь разобраться. Если вопрос возник из-за ошибки на стороне компании, можно разделить эмоции клиента, сказать, что мы сожалеем о доставленных неудобствах.

Третий шаг — показать личную вовлеченность. Если вопрос требует долгого решения, нужно сообщить об этом клиенту. Рассказать, что мы собираемся сделать. Например, уточнить, что мы передаем информацию в нужные руки и ждем обратную связь от ответственных специалистов. И обязательно вернемся к клиенту, когда будут новости. Если решение задерживается — вернуться к клиенту и сообщить, что нам требуется больше времени. Как правило, негативные клиенты достаточно чувствительны к молчанию со стороны поддержки. Им может показаться, что про них забыли, что их проблемой не занимаются. Поэтому специалисту клиентского сервиса важно показать обратное.

Из предыдущего шага можно выделить одну важную ремарку. Показывать вовлеченность и разделять эмоции клиента — хорошо, но нужно чувствовать баланс. Необходимо давать обратную связь только по делу: емко и лаконично. Лишние слова могут вызвать еще больший негатив. Достаточно один раз посочувствовать или извиниться, если проблема возникла по вине компании. Если негатив возник из-за условий или правил — извиняться не стоит. Лучшим решением будет сослаться на конкретные пункты правил. При необходимости — переписать их понятным языком без канцеляризма. Для ответа желательно выбрать нейтральный тон: проследить, чтобы в словах

не читались излишняя эмоциональность, пассивная агрессия или неуместный юмор.

Последний шаг — проследить, что все вопросы клиента решены. Подумать наперёд и убедиться, что проблема не повторится — это может вызвать новую волну негатива.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:

ФАМИЛИЯ	Костина
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Софья Сергеевна
ДОЛЖНОСТЬ	Эксперт направления по работе с обращениями клиентов