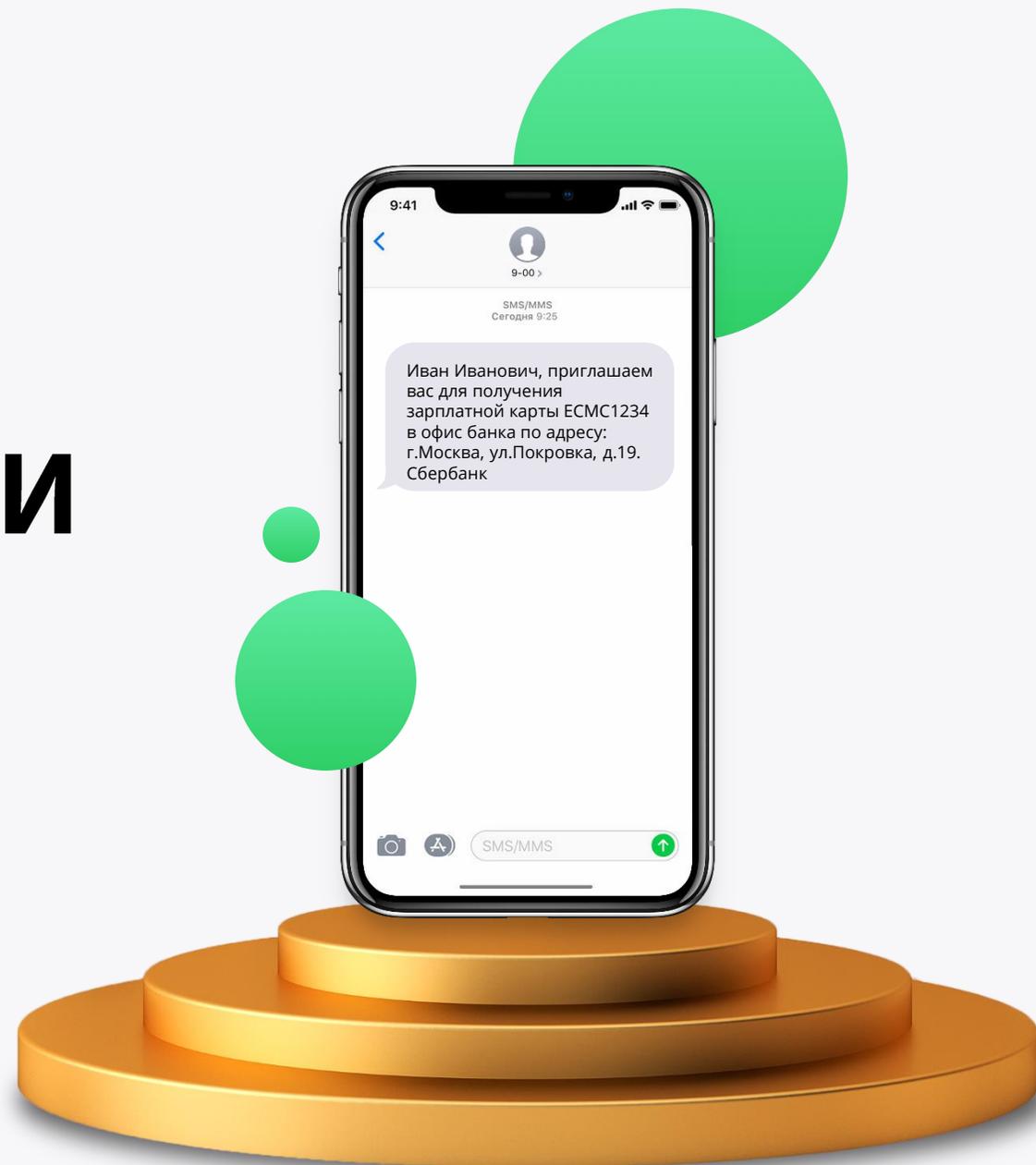
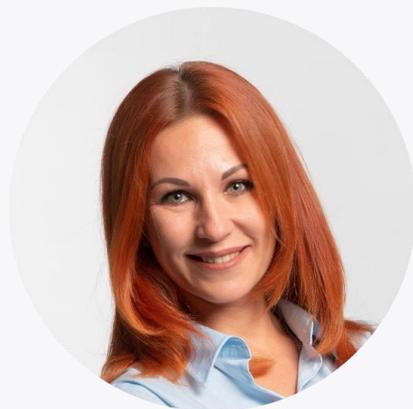


СЕРВИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

КАК ЭЛЕМЕНТ ПОСТРОЕНИЯ
ОТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТОМ



КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА И СЕРВИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ



Анна Кабанец

Исполнительный директор,
направление «Коммуникации
с клиентами»



Дарья Прокопьева

Руководитель направления,
лидер команды «Тональность
коммуникаций»

МНОГО ПОВОДОВ – ОДИН КЛИЕНТ!

Предупредительные сообщения

Ответы на запросы клиента

Ответы на обращения

Уведомления по операциям клиента

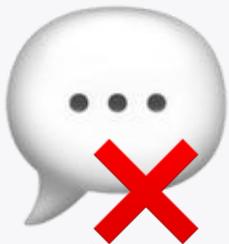
WOW-сообщения

Уведомления об инцидентах (транзакционные) Персональные предложения

Запрос обратной связи о качестве обслуживания
Извинительные сообщения

Информация о новых продуктах/услугах

О ЧЁМ ГОВОРЯТ КЛИЕНТЫ?



Клиент не получает уведомления по всем продуктам и событиям



Клиенту могут быть направлены противоречивые и избыточные коммуникации



Клиенту могут быть направлены непонятные, неполные сервисные сообщения

ЧТО ТАКОЕ КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА?

Коммуникационная политика – это система принципов и правил, по которым следует выстраивать диалог между банком и клиентом с учётом тональности, формата, качества, количества, скорости, приоритетов и уровня адаптации информации.



ЦЕЛИ:

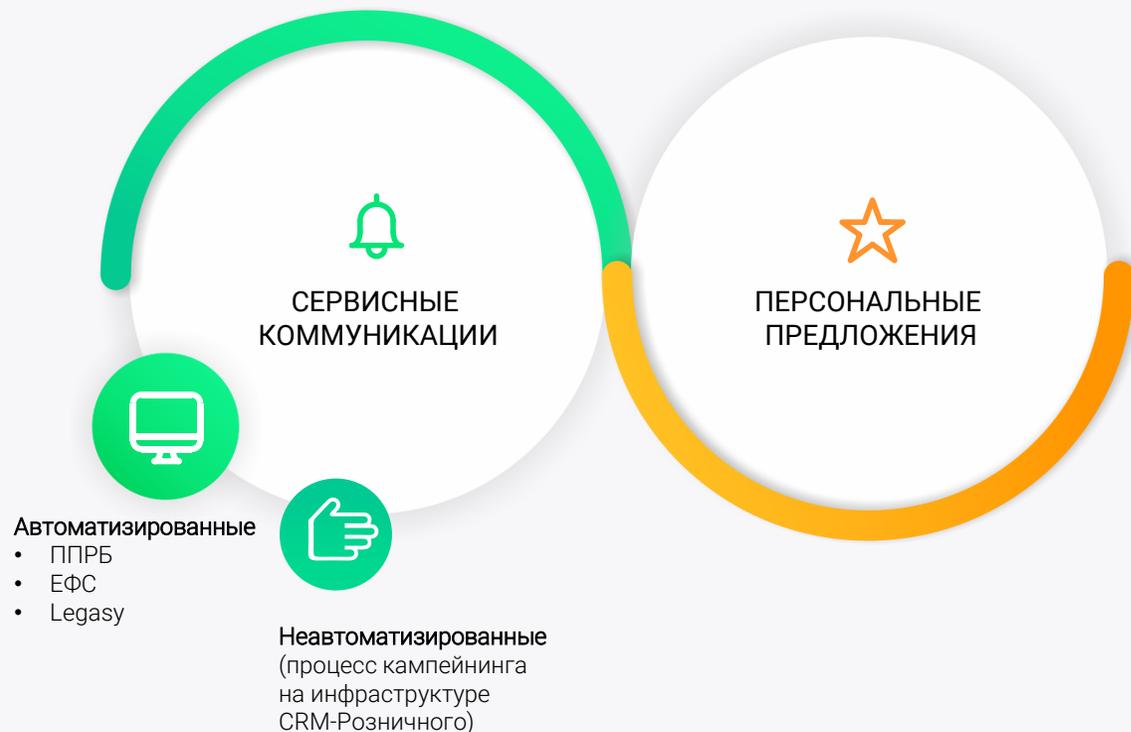
- Обеспечить единую тональность коммуникаций, то есть наладить контакт так, чтобы вне зависимости от источников направления коммуникации клиент понимал, что его собеседником является банк.
- Оградить клиентов от бесполезных и противоречивых потоков информации от банка.

КЛАССИФИКАЦИЯ КОММУНИКАЦИЙ

СЕРВИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Уведомления о событиях, направляемых банком клиенту, в рамках ранее оформленных продуктов и услуг

- Уведомления по операциям клиента (транзакционные)
- Уведомления о событиях
- Уведомления об инцидентах
- Ответы на обращения
- Ответы на запросы
- Предупредительные
- Приветственные
- Опросы
- Извинительные

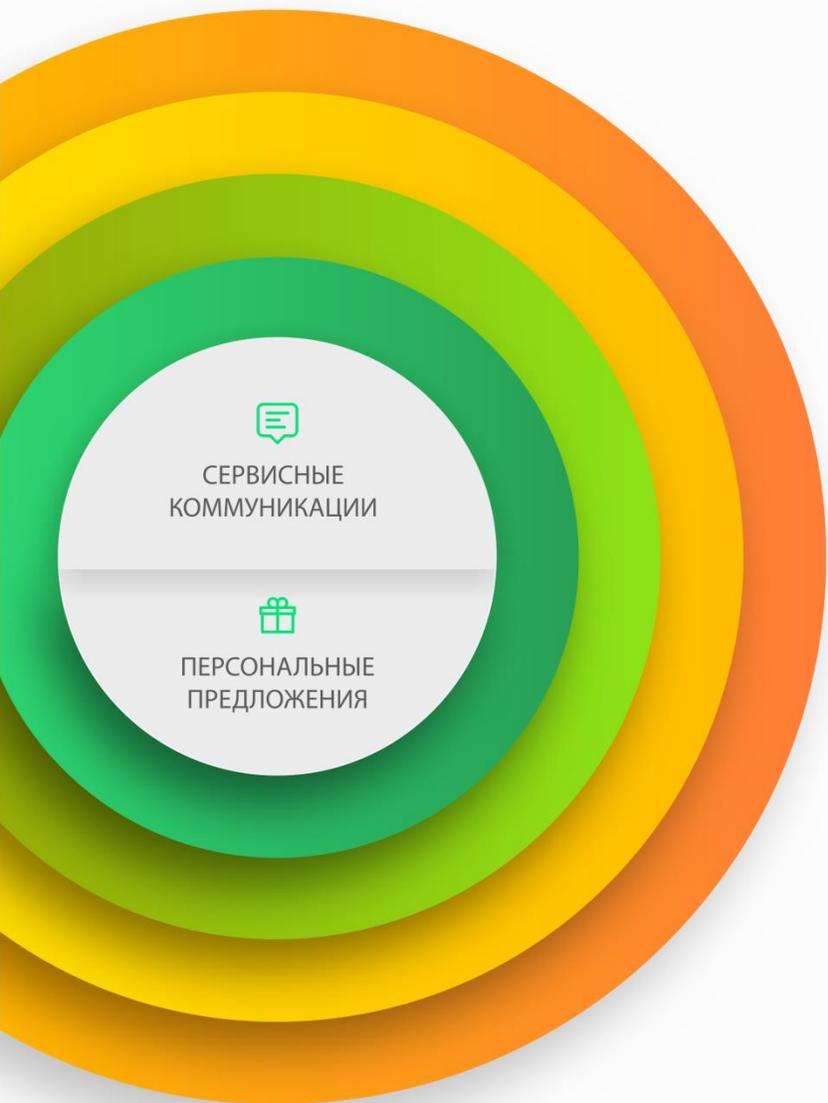


ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Уведомления, направляемые банком клиенту, в рамках кампаний продаж с предложением

- Специальные предложения
- Информирование о новых продуктах/услугах
- Информирование об услугах, доступных по действующим продуктам клиентов
- WOW-сообщения
- Стимулирующие активность клиента
- Опросы, направленные на персонализацию предложений

ПРИНЦИПЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ: КАК ВЫСТРОИТЬ ПРАВИЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ?



ЗАТРАТЫ

ЭФФЕКТИВНОСТЬ

A /B тесты перед запуском
Учёт расходов

НЕОБХОДИМОСТЬ
ИНТЕГРИРОВАНИЯ

Исключить дублирование
Только важные для клиента поводы



ПЕРСониФИКАЦИЯ

КОНТРОЛЬ

Актуальные персональные данные
Оценка рисков

ПРИОРИТИЗАЦИЯ
КОММУНИКАЦИЙ

Периодичность
Предпочтения клиентов

АКТУАЛЬНОСТЬ
И РЕЛЕВАНТНОСТЬ

Сегментирование
Клиентское время и локация
Канал информирования



ПРОЦЕСС

ЮРИДИЧЕСКАЯ
КОРРЕКТНОСТЬ
И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Учет требований регулятора и договора
Согласие клиента на обработку
персональных данных;

БЕЗОПАСНОСТЬ

Единые адреса и телефоны
Безопасные ссылки

ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ

Единая информация во всех точках контакта
Хранение истории



КОНТЕНТ

ПОНЯТНОСТЬ

Единая тональность
Ясно, просто, кратко
Гайды, методики и коммуникационные карты

ПОЛНОТА
ИНФОРМАЦИИ

Что произошло
Что делать
Кому задать дополнительные вопросы

КАКИЕ БЫВАЮТ СЕРВИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ И ЧЕМ ОНИ ОТЛИЧАЮТСЯ ОТ ОСТАЛЬНЫХ?



Уведомления об инцидентах

Информирование о ситуациях, ухудшающих качество сервиса по ранее приобретённым продуктам/услугам.



Ответы на обращения

Ответ на инициированное клиентом обращение в банк, а также информирование о статусах и этапах рассмотрения обращения.



Опросы

Запрос обратной связи о качестве обслуживания в банке.



Приветственные сообщения

Информирование клиента о факте приобретения им продуктов/услуг банка.



Предупредительные сообщения

Информирование клиента о мерах безопасности при использовании продуктами и услугами банка.



Ответы на запросы клиента

Сообщения консультационного характера по сформированным клиентом запросам в рамках ранее приобретённых продуктов/услуг.



Уведомления по операциям клиентов (транзакционные)

Содержат информацию о совершённых клиентом операциях, о движении денежных средств по счетам клиента, а также код подтверждения по финансовым операциям.



Уведомления об инцидентах

Информирование о ситуациях, ухудшающих качество сервиса по ранее приобретённым продуктам/услугам.



Извинительные сообщения

Направляются клиенту с целью извиниться за неудобства либо открыто признать ошибку банка.

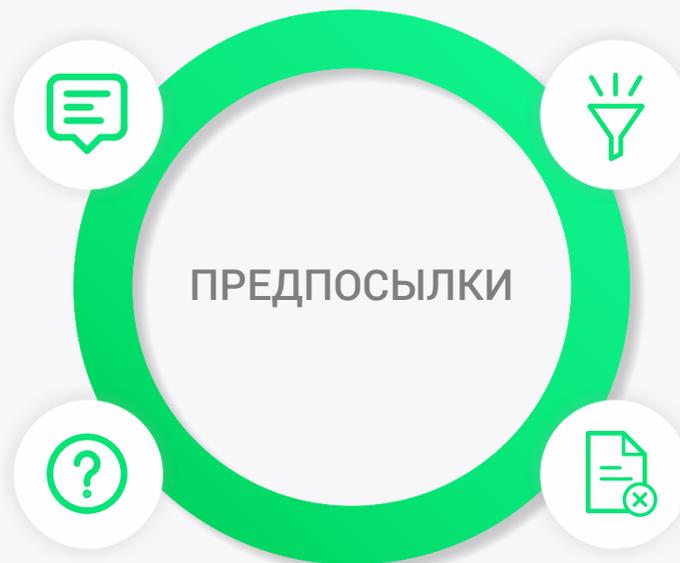
ПРЕДПОСЫЛКИ К РАЗРАБОТКЕ ЕДИНОЙ ТОНАЛЬНОСТИ СЕРВИСНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

ЦЕЛЬ:

Обеспечить единую тональность коммуникаций, то есть наладить контакт так, чтобы вне зависимости от источников направления коммуникации клиент понимал, что его собеседником является банк.

Вырос показатель повторных обращений по письменным ответам на вопросы клиентов

Клиенты стали чаще обращаться в банк за разъяснением, так как не всегда могли найти решение банка либо не понимали сути ответа



Рост жалоб от клиентов на избыточные коммуникации от банка

Отсутствие единых правил и стандартов для написания текстов коммуникаций

КАКИЕ МЕТРИКИ СЕРВИСНЫХ КОММУНИКАЦИЙ МЫ ИСПОЛЬЗУЕМ И КАК ОЦЕНИВАЕМ ИХ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Для оценки эффективности сервисных коммуникаций мы используем следующие инструменты:

МЕТОДОЛОГИЯ



Разработка методологических документов по тональности письменных коммуникаций с клиентом: стандарты написания шаблонов, скриптов, СМС, IVR и т.п



ЦЕЛЬ: Снизить долю повторных обращений по причине непонятности коммуникации и несогласия с ответом.

КАМПАЙНИНГ



Информирование клиентов по значимым событиям, которые отсутствуют в продуктовых фабриках и legacy системах.



ЦЕЛЬ: Снизить нагрузку на КЦ по обращениям, связанным с изменениями, а также повышение CSI по продукту.

КОММУНИКАЦИЯ



Разработка нового и систематизация действующего контента для целевых и legacy систем.



ЦЕЛЬ: Снизить число обращений в КЦ по причине отсутствия или непонятности коммуникации для клиента

ИДЕЯ ПРОЕКТА

SBERTONE – алгоритм автоматической **генерации/подбора/поиска шаблонов** текстовых уведомлений, которые отправляются клиентам по значимым событиям в рамках ранее оформленных продуктов и услуг.

ГЕНЕРАЦИЯ ТЕКСТА И АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ ПРОВЕРКИ

- использовать единую банковскую терминологию
- осуществлять контроль за длиной сегментов в СМС и прочими атрибутами, которые влияют на затраты банка
- применять единые контактные номера, контролировать размещение ссылок на ресурсы банка
- учитывать разную тональность в зависимости от сегментов



АЛГОРИТМ

Автоматическая генерация текстов

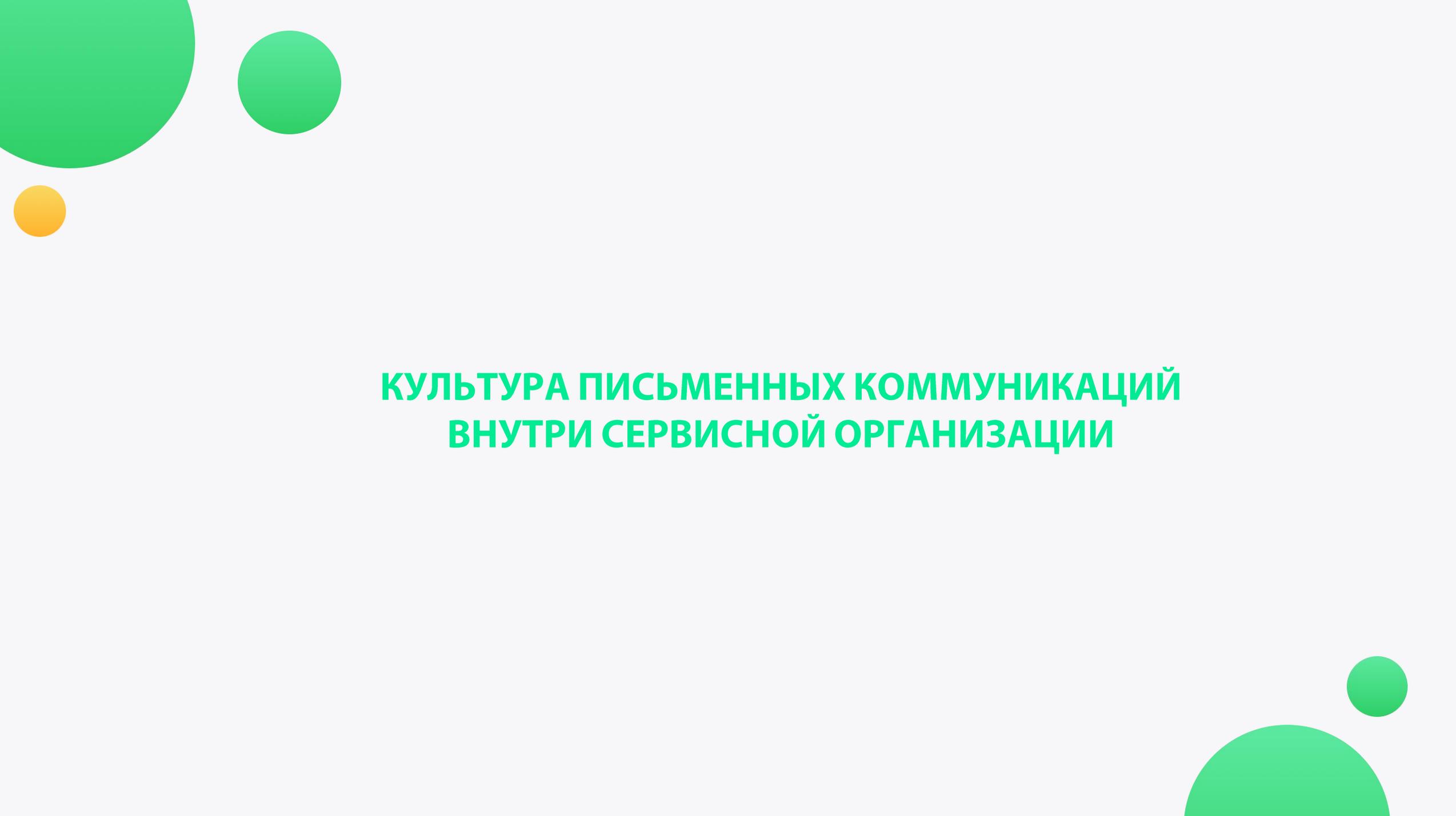


ЧЕЛОВЕК

Удобное рабочее место для сотрудника

РАБОТА С БАЗОЙ ДАННЫХ И КОНТРОЛЬ

- осуществлять быстрый поиск шаблона и его бизнес-смысл для разбора инцидентов
- обеспечивать хранение контента в едином месте в соответствии с единой классификацией
- составлять карты коммуникаций по продуктам и процессам

The slide features a white background with decorative elements. In the top-left corner, there are three circles: a large green one, a medium green one, and a small orange one. In the bottom-right corner, there are two green circles: a large one and a smaller one.

КУЛЬТУРА ПИСЬМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ ВНУТРИ СЕРВИСНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

КУЛЬТУРА КОММУНИКАЦИЙ – ОБУЧАЮЩИЕ КУРСЫ И МЕТОДИКИ

В обучающие программы внедрены методики, интерактивные обучающие курсы и практические кейсы по работе с Коммуникационной политикой банка. Такой подход позволяет максимально эффективно сформировать и отработать навыки по письменным коммуникациям и повысить культуру работы в данном направлении.



ОБУЧЕНИЕ
СОТРУДНИКОВ
МАССОВЫХ
ДОЛЖНОСТЕЙ



ОБУЧЕНИЕ
ВЛАДЕЛЬЦЕВ
ПРОДУКТОВ

ОБУЧЕНИЕ СОТРУДНИКОВ МАССОВЫХ ДОЛЖНОСТЕЙ

ИНТЕРАКТИВНЫЕ КУРСЫ

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

- Классификация коммуникаций
- Принципы коммуникаций
- Центры компетенций при разработке коммуникаций

МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ ПИСЬМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ОТВЕТОВ КЛИЕНТАМ

- Стиль письменных коммуникаций
- Универсальная структура ответов на обращения
- Стилистические правила подготовки ответов
- Правила оформления ответов на обращения
- Подготовка ответов по СМС

УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ЗАКРЕПЛЕНИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ

- Новый стиль
- Языковые нормы
- Структура ответа
- Общение с клиентом

ОБУЧЕНИЕ ВЛАДЕЛЬЦЕВ ПРОДУКТОВ

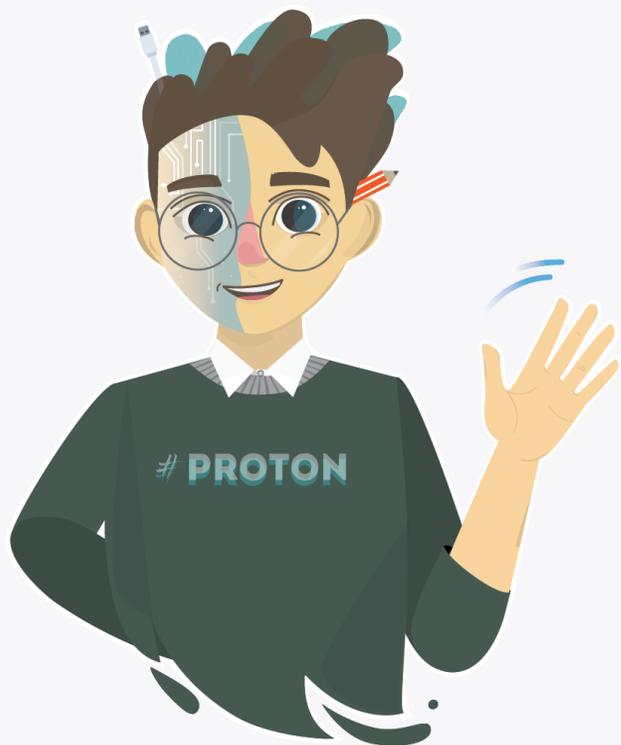
ОЧНЫЕ ВСТРЕЧИ С AGILE - КОМАНДАМИ И РЕГУЛЯРНЫЕ МИТАПЫ ДЛЯ ОБМЕНА ОПЫТОМ

ИНТЕРАКТИВНЫЙ КУРС «КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА» ДЛЯ ВЛАДЕЛЬЦЕВ ПРОДУКТА

- Классификация коммуникаций
- Учёт расходов на коммуникации в P&L продукта
- Влияние сервисных коммуникаций на CSI продукта
- Технология отправки (IT-архитектура модуля уведомлений)

КУРС «КОММУНИКАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА»





PROTON_TON

Подписывайтесь на наш канал в Instagram. Мы рассказываем об уникальном стиле общения с клиентами и делимся практической информацией

