



# Delivery Club

**Трансформация  
подхода к анализу  
клиентского опыта**

**Руководитель проекта развития  
клиентского опыта  
Мустафина Юлия**



**Delivery Club — лидер рынка доставки готовой еды и один из лидеров рынка доставки продуктов питания в России**



**Большой выбор ресторанов, блюд, продуктов, товаров, лекарств**



**Безналичные чаевые**



**Быстрое подключение и удобное приложение для получения заказов**



**Техническая и маркетинговая поддержка**



**Отчетность и аналитика**

*\*Все данные в презентации несут индикативный характер*

**>300**

городов присутствия

**>10 млн**

транзакций/мес.

**>53 тыс.**

партнёров

**9,8 млн**

заказов из ресторанов и магазинов

**16,2 млрд.**

Выручка в '21 руб

**от 15 мин.**

время доставки



**Круглосуточная поддержка**

**~600 чел.**

Команда поддержки

**>6 млн.**

Обращений в '21

**>6**

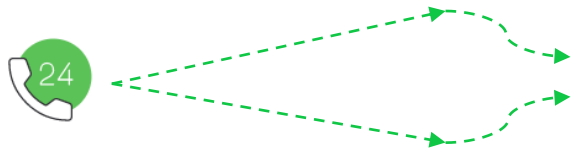
Каналов коммуникаций

**~60 чел.**

Команда ML, BI, аналитика

**~3 мин.**

Среднее время разговора



**SCPO**  
стоимость поддержки



# Смещение акцентов



Business



Customer

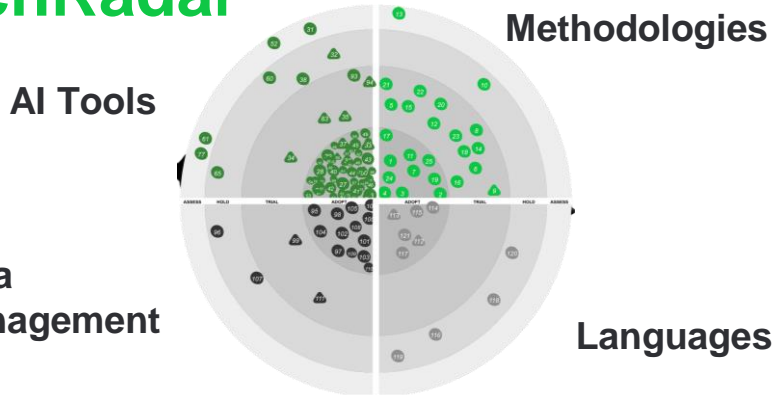
**ENPS    NPS    CSAT+QL**

**CSI      CR      FR**

**ROI\*, CES, TTR, FCR и прочие CC metrics**

\*Есть и более сложные методы расчёта эффективности CX

## TechRadar





2020-21

Непропорциональное развитие поддержки

Использование устаревших инструментов

Необходимые метрики «упускаются из виду»

Не во всех точках собирается ОС и оценки

Привыкание к «достижению» KPI

Высокая скорость изменений процессов

~ 55%

chat (B2C)

~ 45%

call (B2C)

Push  
Chat  
Voice  
Email



**в 2 раза**

увеличилось время адаптации изменений

**~ 30%**

исследований проводились «в слепую»

**>30%**

рост овертаймов

**~60%**

отчётов поддержки форм. в ручную

**>1,5 лет**

KPI в поддержке не менялись

**~16%**

снизился FCR\*

**~95%**

стабильный CSAT (>1 года)\*\*

\*Данные подсчитаны по косвенным признакам

\*\* Вопросы к аудиту и калибровочных сессий



# 2021-22

Дополнительные ресурсы (инструменты, люди)

«Ротация» экспертизы внутри

Автоматизация части процессов возврата лояльности

Увеличение количества и качества исследований B2C, B2B, B2E

Смещены акценты с бизнесовых метрик

Усиление внимания и активностей аналитики

Ориентированность на упрощение пути всех типов клиентов

Post Checkout трансформация



**48%**  
**NPS**  
+6п./Q1

**4,3**  
**CSI**

**>90%**  
удовлетворенность скоростью доставки

**+2%**  
CR поддержки

**+600%**  
выросла команда исследователей

**>250**  
пушей/час

**+600**  
анкет в неделю

**>200**  
глубинных исследований/Q

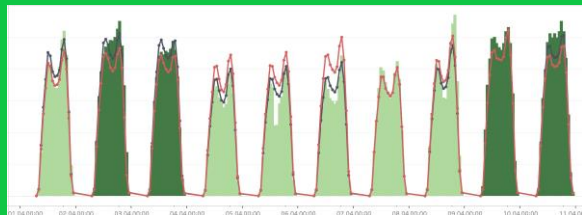
**>10**  
CX/ CS проектов запущено в Q4-Q1'22  
(в 5 раз больше '21)

CJM/EJM/SJM:





# Двигатели трансформации



ML-models    Прогноз предпочтений клиентов  
 Прогноз churn клиента

Анализ пользовательских +  
 курьерских путей inApp

TOP DOWN и BOTTOM UP изменение векторов

>60%

заказов  
проходят из  
ML-подборок

~74%

попадаем в  
прогнозный  
интервал

~5%

улучшили  
вывод  
курьеров

>100

тыс.  
заказов/сутки

>70%

экспериментов  
и A/B тестов/Q

>300

автоотчётов

+20%

realtime  
отчётов

+3

СС сервиса  
выросло из  
аналитики

Добавление рекомендательных  
 блоков (завтрак, обед, ужин)  
 вырастило пользовательские  
 метрики

Мы понимаем что 99% клиентов не  
 делают перезаказ после ...

Изменение KPI\* – положительно  
 сказывается на клиентских метриках

\* Косвенная связь с штрафами и оценками клиентов



**Delivery  
Club**

**Спасибо  
за внимание**

---

**[y.mustafina@corp.mail.ru](mailto:y.mustafina@corp.mail.ru)**