



Wonderfull.
Лаборатория клиентского опыта.
Основана в 2004 году



Клиентоцентричная трансформация в странах Центральной Азии

Кейс Банка “Компаньон” (Кыргызстан)

Арген Керимкулов, лидер CX и дизайна, **Банк “Компаньон”**

Мария Сташенко, основатель Лаборатории клиентского опыта
Wonderfull

Арген Керимкулов

Head of CX and Design Team

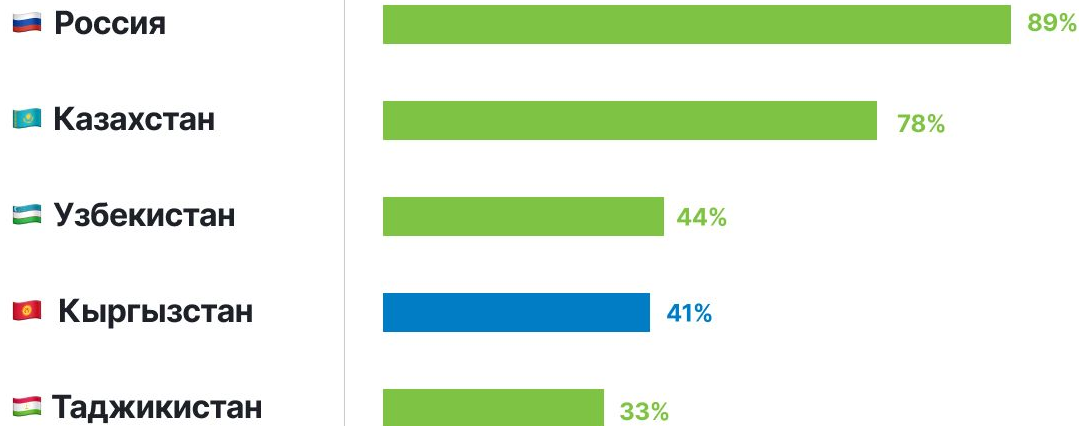


закончил томский политех, увлекся маркетингом,
связался с cx исследованиями
и пошло-поехало... люблю аналитику и дизайн



Рынок Кыргызстана в сравнении

Доля взрослого населения с банковскими счетами на 2021 год



- на **24%** выросло число банковских счетов
- в **3 раза** выросла доля безналичных транзакций

* По данным Всемирного банка и Нацбанка КР с 2021 по 2023 гг.

Финансовый рынок Кыргызстана



~7 млн

Население Кыргызстана



30% ВВП

Переводы мигрантов



70% территории

Горы



Большинство населения

В регионах



Основные барьеры

Доступность, цифровая грамотность, доверие

Поведение потребителей



Пользуется банком
для получения переводов



Снимает всё сразу,
не хранит деньги в банке



Часто не знает
о мобильных продуктах



Доверяет знакомым (другу,
кассиру), не технологии



Опасается «цифрового» →
требуется объяснение
и сопровождение



Участвует в акциях, розыгрышах
и реферальных акциях



Использует QR-платежи

Паттерны



Банк Компаньон в цифрах



20 лет на рынке Кыргызстана



Входит в топ-10 среди 21 банков



Более 100 точек обслуживания



Более 1 млн. скачиваний
в Play Market



В топ-3 в Play Market и Apps
Store по скачиваниям и отзывам
клиентов



Более 500 тысяч пользователей
в мобильном приложении
каждый месяц

Агентская сеть банка

Банк Компаньон — единственный банк со своей собственной агентской сетью, которая сегодня обрабатывает до 6% постоянно растущего объёма транзакций банка.



>3000 агентов по всей стране



Агенты помогают, объясняют,
строят доверие



Мост между оффлайном
и цифровыми сервисами



Лучшие практики

Учимся у лучших, адаптируем под своё. При построении нашей модели мы вдохновлялись лучшими практиками из разных регионов:



Т-Банк (Россия)

Цифровой onboarding, экосистема и широта продуктовой линейки



Альфа-Банк

Высокий уровень цифровой CX, развитие онлайн-каналов и персонализация сервисов



Сингапур

Стратегия расширения агентской сети через технологии и партнёрства

СХ Команда Банка Компаньон



**Сентябрь
2022**

СХ команда **3 человека**:
СХ-менеджер, дизайнер, UX-исследователь.
Проводят исследования и тесты с клиентами в регионах.

**Ноябрь
2023**

Отдел СХ становится самостоятельной единицей. Подотчетен Председателю Правления Банка

**Июнь-Август
2024**

Менторская образовательная программа от **СХ экспертов Кыргызстана**. В команде - 10 человек: head of CX, 4 дизайнера, 2 UX-аналитика, 3 CX-исследователя

**Февраль
2022**

Мобильное приложение:
в СХ - **1 человек**

**Июнь
2023**

СХ команда **5 человека**:
СХ-менеджер, 2 дизайнера, 2 UX-исследователя.
Начало СХ трансформации:
клиентский опыт, аудит цифровых продуктов

**Январь-Март
2024**

Акселератор для ключевых сотрудников. Обучение **дизайн-мышлению**, фреймворк клиентоцентричности.

Отдел клиентского опыта и дизайна



Результаты внедрения клиентоцентричной модели работы в Банке Компаньон

1

СХ как часть продуктовой разработки

1. Внедрён этап Discovery перед запуском новых продуктов
2. За 2024–2025 гг. благодаря исследованиям:
 - а. Запущены: «Копилка», перевод по номеру телефона в любой банк КР, новые продукты онлайн-кредитования
 - б. Проведён редизайн главного экрана, идентификации и других ключевых флоу

2

Систематическая работа с пользовательским опытом



Проведено 100+ user-тестов и исследований



Снижение обращений в контакт-центр по ряду тем в 3+ раза



Оптимизация пользовательских путей, снижение нагрузки на поддержку и внутренние ресурсы

3

Отдел CX и дизайна — центр компетенций

1. Объединяет UX-аналитику, дизайн и исследования
2. Проводит внутренние обучающие сессии, в том числе по дизайн-мышлению для продуктовых команд

4

Сбор и анализ голоса клиента (VoC)

1. С ноября 2024:
 - a. Запущены NPS и CSAT опросы в мобильном приложении
 - b. Начаты замеры NPS и CSI на уровне всего банка
2. Обратная связь поступает из:
 - a. Контакт-центра
 - b. Мобильного приложения
 - c. App Store / Play Market
 - d. Филиалов и агентской сети

5

Метрики CX — часть управления продуктами

1. В процессе внедрения клиентских метрик в KPI продуктовых команд:
 - a. Contact Rate
 - b. CSAT - Customer Satisfaction Score
 - c. CES - Customer Effort Score



Wonderfull.
Лаборатория клиентского опыта.
Основана в 2004 году



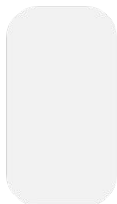
Стратегия и тактика клиентоцентричной трансформации

Дорожная карта проекта развития клиентоцентричности

Апрель-Август



Бизнес анализ

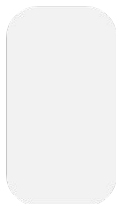


Исследование
клиентского
опыта

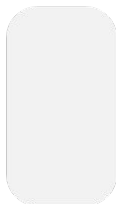
Фаза 1

**Happy Customer
Journey Mapping**

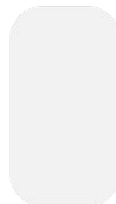
Сентябрь-Ноябрь



Аудит R&D
процессов



Организация
обучения по
методологии
дизайн-мышления



Разработка
Customer Centric
Framework

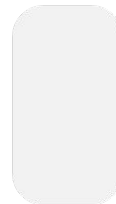


Хакатон

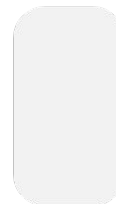
Фаза 2

Customer Centricity Framework Design

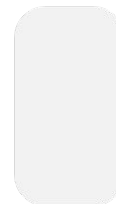
Декабрь-Апрель



Оценка
компетенций
сотрудников



Обновление
процедур

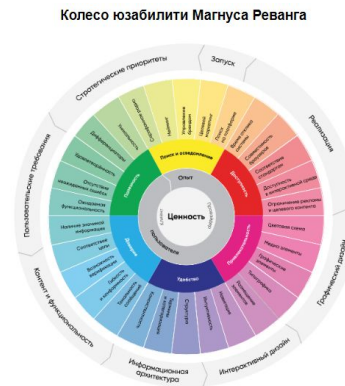
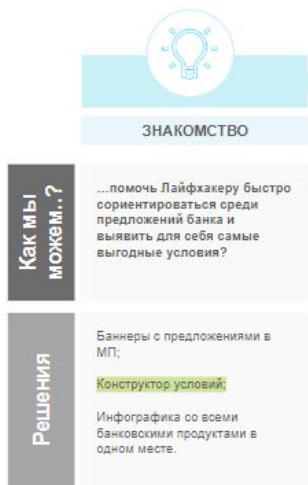
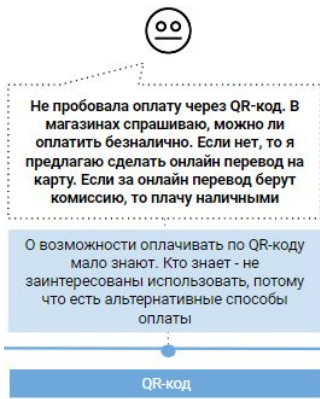


Разработка
фреймворка
мониторинга
поведения
клиентов

Фаза 3

Customer Centricity Framework
Implementation

Методы и инструменты



Глубинные интервью

Путь пользователя

Целевая карта сервиса

Карта омниканального опыта

Экспертный UX/UI аудит

Фреймворк оценки цифровой зрелости



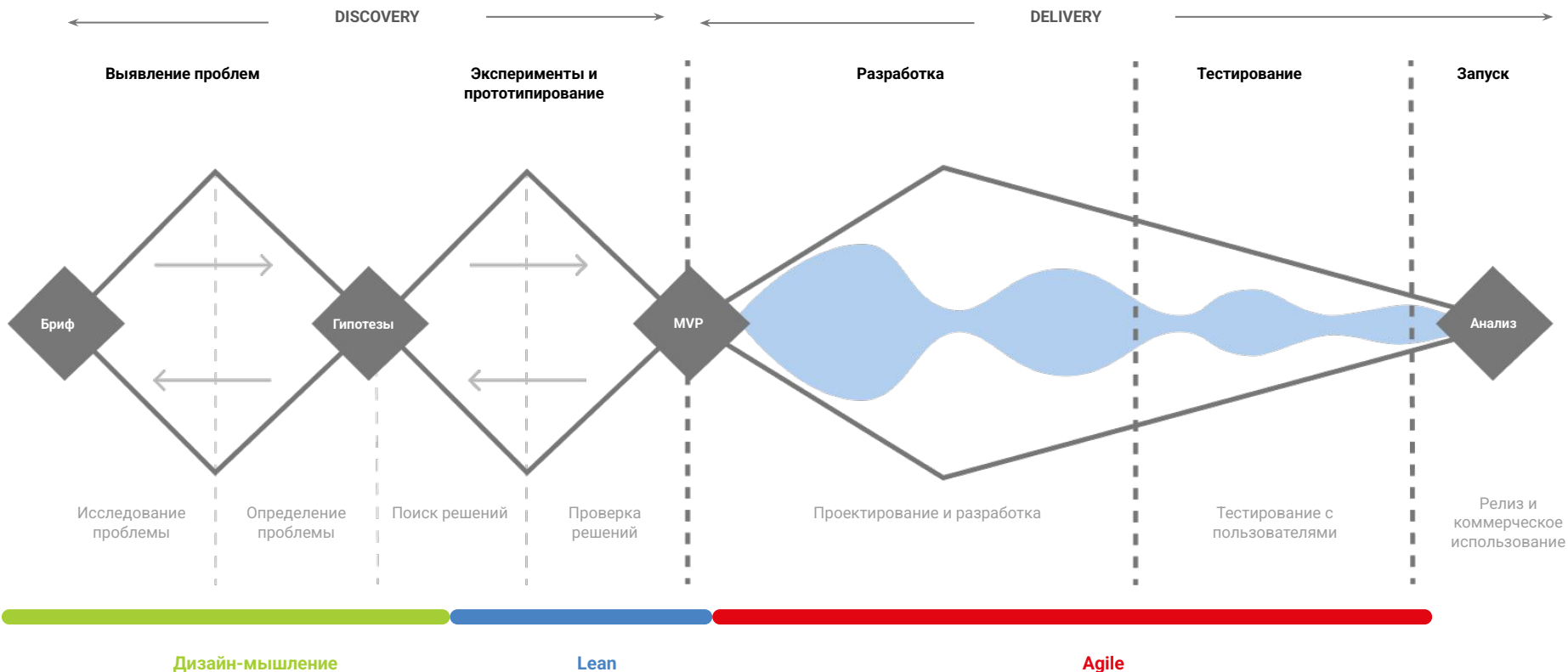
Оценка цифровой зрелости Банка



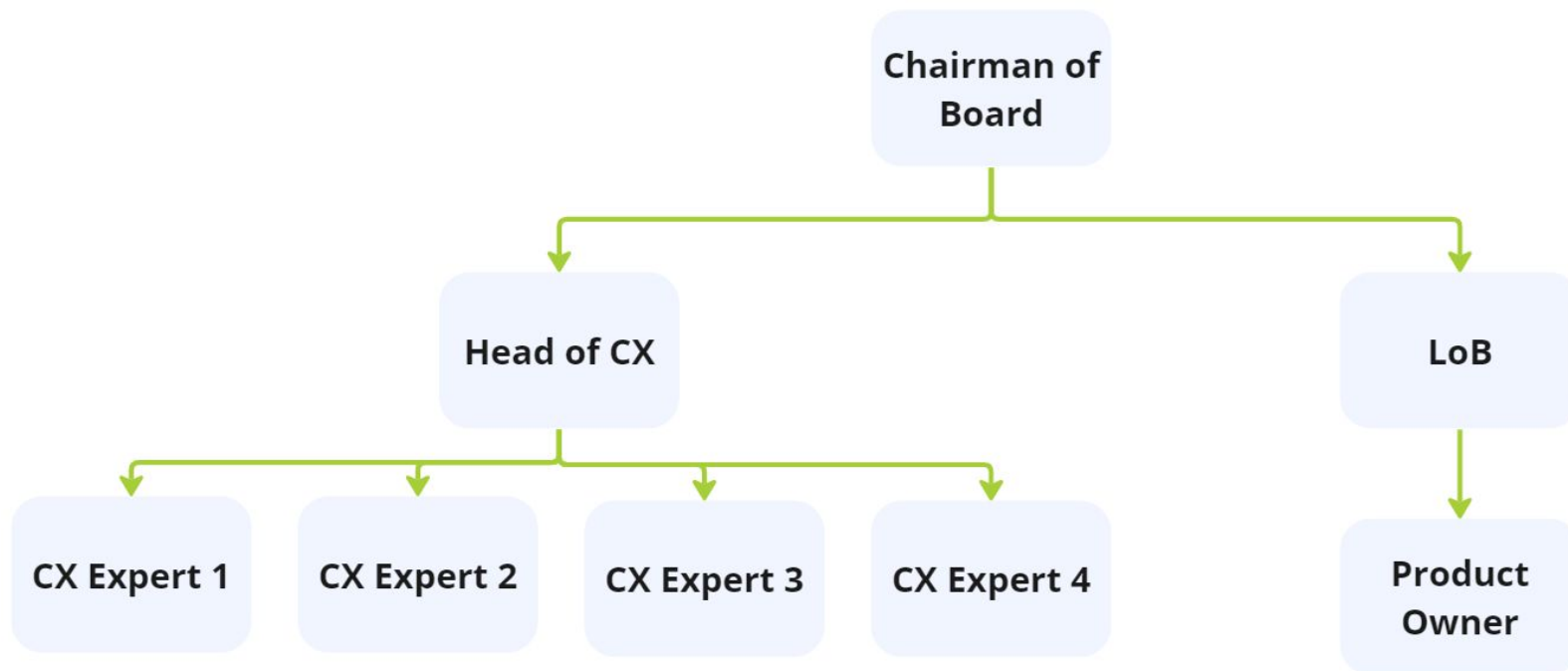
Карта омниканального опыта

	ЗНАКОМСТВО	ВОВЛЕЧЕНИЕ	ОПЕРАЦИИ	ПРОДУКТЫ	СЕРВИС	ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ И РЕКОМЕНДАЦИИ
Личное обслуживание	Брошюра/ раздатка с каталогом продуктов- описанием банка Инфографика: разделение продуктов по рубрикам/целям	Простой язык; Welcome pack Показать ключевые функции приложения	При обслуживании через кассу уточнить, почему не пользуются МП, если не знает о нем/ не умеет пользоваться - предложить научить	Уметь рассказать сложное простыми словами Исходя из данных о клиенте - предложить продукт	Видео-банкинг; Фоллоупы Спец обслуживание (переговорка)	Планшет на котором можно оставить оценку после обслуживания
Социальные сети	ATL кампания по JTBD; Targeting Эфиры с фин экспертами; Новости банка в WhatsApp	Обучающие сторис с закреплением в меню быстрого доступа	Возможность транзакций через чат-боты	Инфографика со всеми банковскими продуктами в одном месте	Поддержка через чат-боты Чат с менеджером	Посты с описанием продуктов и возможностью ответить Инициировать общение с пользователями для ОС
APP	Рекламный но нативный текст в описании приложения; Короткое простое описание разделов приложения	Использовать контекстный онбординг при помощи UI хитов в процессе выполнения пользователем разных операций	Сценарии разбивать на шаги, выводить последовательно Раздел с документами/квитанциями	Калькулятор/Конфигуратор продуктов	В МП увеличить шрифт/отступы/звук. меню Кнопка быстрой связи с сотрудником банка	Спросить оценку после операции Статус привилегий по программе лояльности
WEB	Web как витрина для возможности быстрого ознакомления с информацией	В структуре Интернет-банкинга предусмотреть раздел с FAQ, инструкциями	Оптимизированные пользовательские пути и структура интернет-банкинга для целевых действий	Инструмент быстрого сравнения условий по продуктам Калькулятор/Конфигуратор продуктов	Онлайн-коммуникация с персональным менеджером Быстрый доступ к контактам и карте	Оценка операцию после её выполнения Окно для обратной связи
Колл-центр	Подготовленный скрипт о банке При работе с IVR после звонка досылать инфо SMS/WhatsApp	Скрипт для онбординга в МП	При больших или подозрительных действиях - звонить и уточнять кто совершает операцию	Выученные скрипты по продуктам Высокий уровень финансовой грамотности у сотрудников	Телебанкинг IVR	Сбор обратной связи после взаимодействия с банком

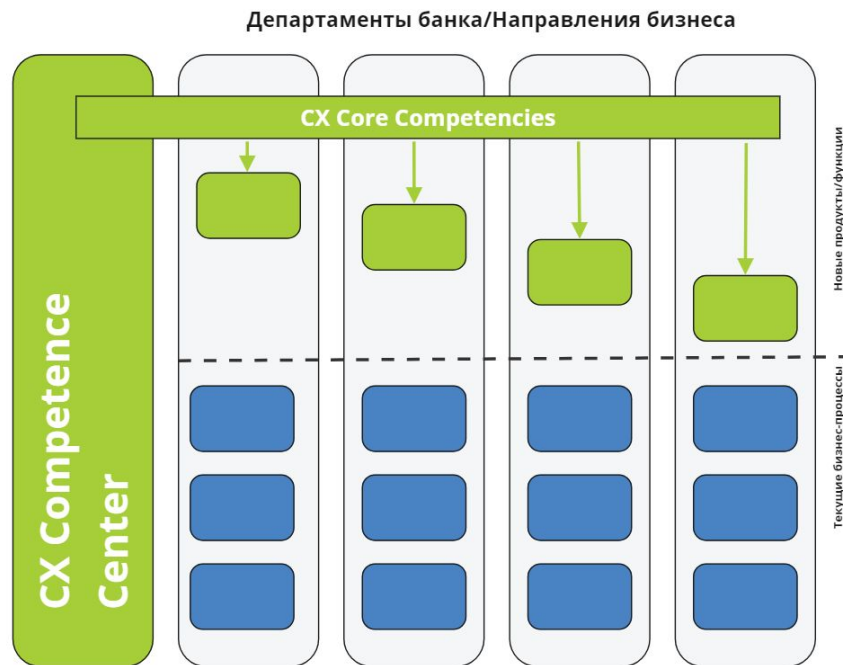
Целевой рабочий процесс



Организационно-ролевая модель переходного периода



2 этап трансформации. Целевая модель

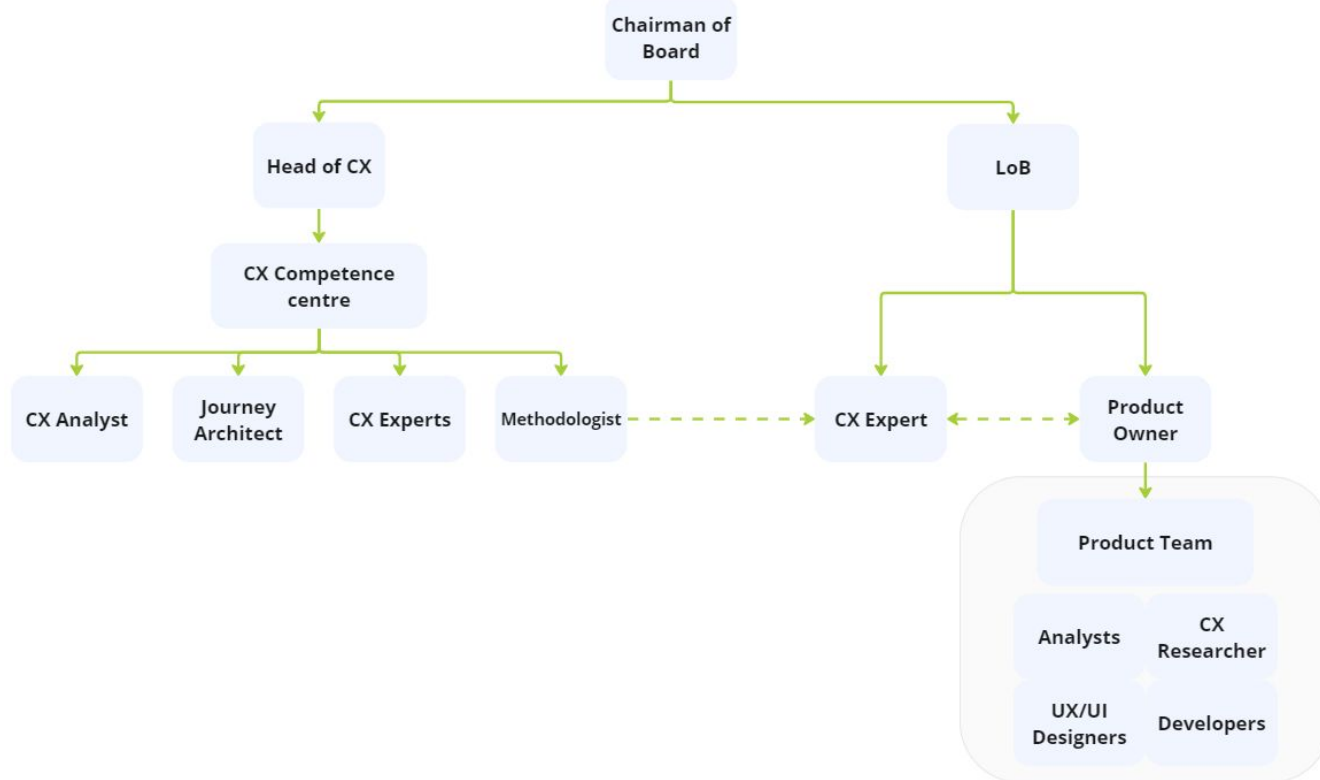


Формирование Центра CX-компетенций

Центр CX-компетенций решает 4 типа задач:

1. **управление клиентским опытом:** формирование общей стратегии управления, целевого видения результатов работы с клиентами, описание методологий и подбор релевантных инструментов, синхронизация работы отдельных команд внутри компании.
2. **образовательная деятельность:** активно помогает различным командам перенимать лучшие практики и методологию CX для самостоятельного применения в своих проектах.
3. **самостоятельное проведение масштабных клиентских исследований,** ведение общей CX-аналитики, поддержка проектирования и тестирования инновационных продуктов и решений в области клиентского опыта.
4. **сопровождение проектов внутри линий бизнеса.**

Организационно-ролевая модель целевой функции



5 этапов клиентоцентричной зрелости





Wonderfull.
Лаборатория клиентского опыта.
Основана в 2004 году



Получить консультацию ↗

Оценка клиентоцентричной зрелости организации

Методология «Лаборатории Wonderfull»



Оценить



Исследования +



Стратегия



Внедрение



Консалтинг



Метод-митап



Кейсы

