



5+ опор

**при развитии «роботов»,
чтобы сохранить клиентов и
стабильность процессов**







Елена Войтова

*Конференция
Март 2025*

 **ALL-OVER-IP**



Елена Войтова

-  Бизнес-Консультант, Тренер
-  Основатель Лаборатории системного сервиса Boss Vnutri
-  Помогаю повысить эффективность процессов
-  Верю в лучший Клиентский опыт и помогаю его создавать

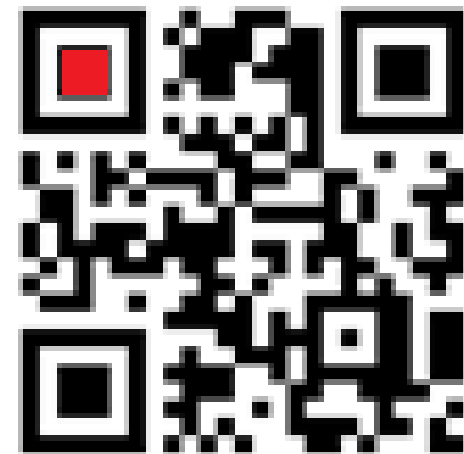
Контакты

Почта Elena.Voytova@gmail.com

Telegram https://t.me/boss_vnutri

Youtube – канал <https://clck.ru/32TMW7>

Сайт <https://bossvnutri.ru>



ОПОРЫ



Клиенты и клиентский опыт



Процессы взаимодействия с клиентами



Процессы управления и контроля



Метрики и показатели



Стратегия и цели



Сотрудники и роли

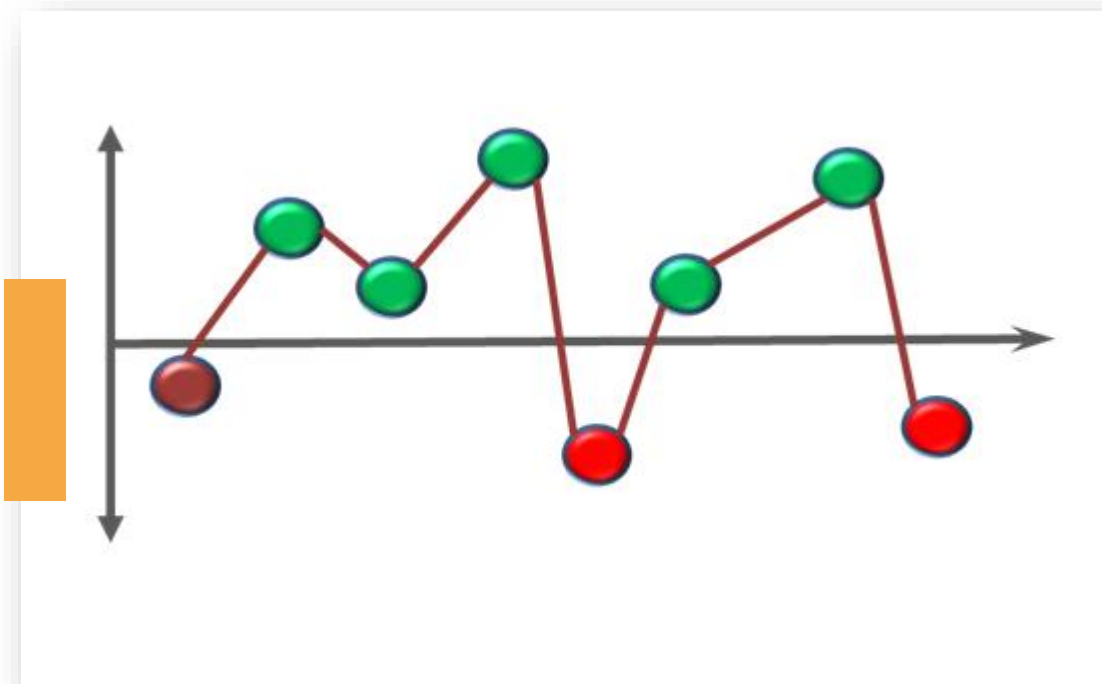
Клиенты & клиентский опыт



2. Клиентский опыт

- 01** ● Клиентский опыт **ИЗМЕРЯЕМ по основным метрикам**, в т.ч. в каналах «без человека»
- 02** ● Клиентский опыт измеряем **не только в точках касания** (уровни удовлетворенности / неудовлетворенности), ..
- 03** ● .. но и измеряем **по итогам Customer Journey**, в т.ч. по итогам взаимодействия в каналах «без людей»
- 04** ● Клиентский опыт измеряем и **анализируем по различным факторам**, важным для клиентов.
- 05** ● Сами факторы **выявляем из исследований и работы с ОС** от клиентов.
- 06** ● **Персонализация** – учитываем, что есть разные Сегменты клиентов, есть разные Персоны, и есть разные Ситуации – потребности, ограничения, ожидания могут быть различны
- 07** ● Проводим **комплексный анализ** клиентского опыта и операционных показателей эффективности, в т.ч. качества и доступности

Полезный концепт



Customer Journey

- ▶ Выделяем ПУТИ Клиента
- ▶ Выделяем Точки касаний, в т.ч. с «роботами»
- ▶ Анализируем потребности / эмоции / события / ... в точках касаний, в т.ч. касаний с роботами
- ▶ Минимизируем усилия клиента на всем CJ, в т.ч. в точках касаний с роботами
- ▶ Собираем ОС от Клиентов про весь CJ и про касания с роботами

**Процессы
взаимо-
действия с
клиентами
в каналах «без
людей»**

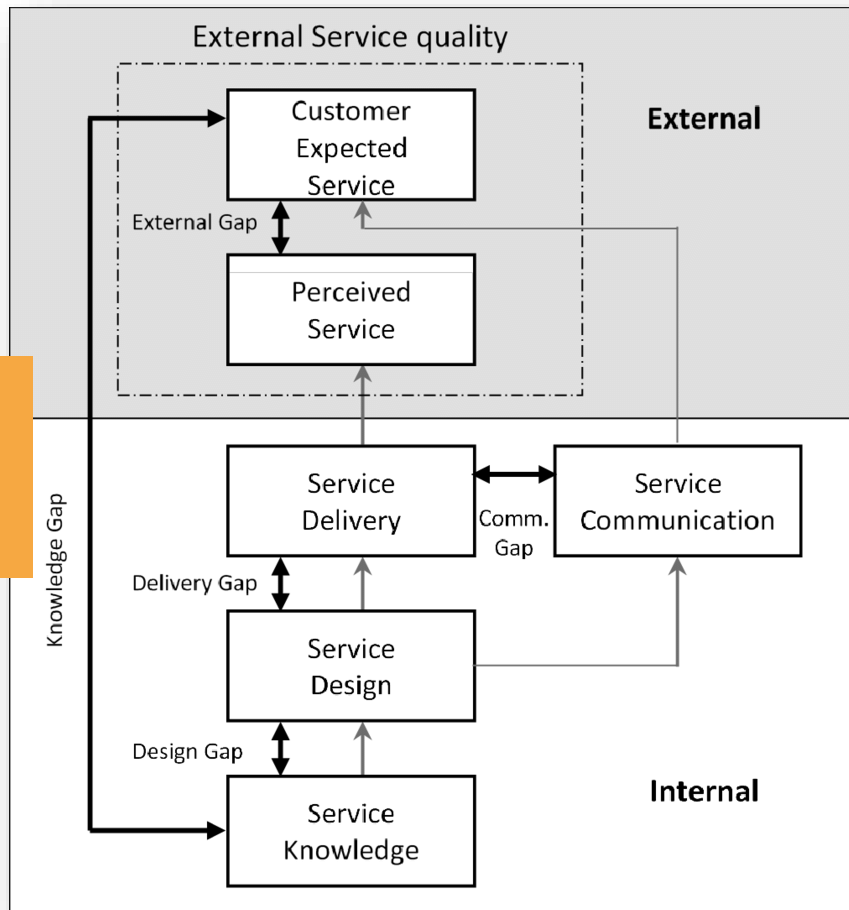


3. Процессы взаимодействия

- 01** ● **Проектируем** процессы взаимодействия с клиентами в каналах «без людей»
- 02** ● Проводим **тестирование** на функциональность и на работоспособность
- 03** ● Добиваемся **минимизации усилий клиентов**, а не только экономии для бизнеса
- 04** ● **Проектируем** и улучшаем не просто работу в одном канале, а всю **модель обслуживания клиентов** – Сегменты / Запросы / Каналы доступа / Процедуры взаимодействия / Группы обслуживания
- 05** ● **Оставляем свободу выбора** – с кем общаться, с роботом или человеком
- 06** ● **Соблюдаем этику и не врём**: честно говорим с кем общается клиент
- 07** ● **Собираем ОС от клиентов** – про все аспекты общения с роботами, используем в анализе и улучшениях модели обслуживания
- 08** ● **Собираем ОС от сотрудников** – они много знают о том, что хорошо и плохо для клиентов



Полезный концепт



Анализ GAP в сервисе

- ▶ Что мы знаем о клиентах, их предпочтениях и потребностях при обращении в каналы без людей?
- ▶ Что мы проектируем? Какие процессы и правила?
- ▶ А что реализуем на практике? Как работаем в «каналах без людей» на самом деле?
- ▶ О чем информируем клиентов, что обещаем?
- ▶ Как отличаются ожидания клиентов и их реальный клиентский опыт в «каналах без людей»?

●
**Процессы
управления &
контроля
в «каналах без
людей»**
●



4. Процессы управления

- 01 ● **Прогнозируем** объемы обращений – Проверяем мощности – Мониторим доступность (своевременность)
- 02 ● **Контролируем качество:** распознавание запроса – корректность и полноту ответа – качество маршрутизации / эскалации
- 03 ● **Управляем процессами взаимодействия** клиентов «с роботами»
- 04 ● **Управляем ресурсами** для организации работы клиентов с роботами – и сотрудниками, и инфраструктурой
- 05 ● Ставим **цели**
- 06 ● **Измеряем** и анализируем результаты
- 07 ● Ищем и исследуем **корневые причины** ухудшения результатов
- 08 ● Планируем и выполняем **action-планы** и мониторим эффект от реализации
- 09 ● **Вовлекаем** и клиентов, и сотрудников в улучшения
Празднуем победы!

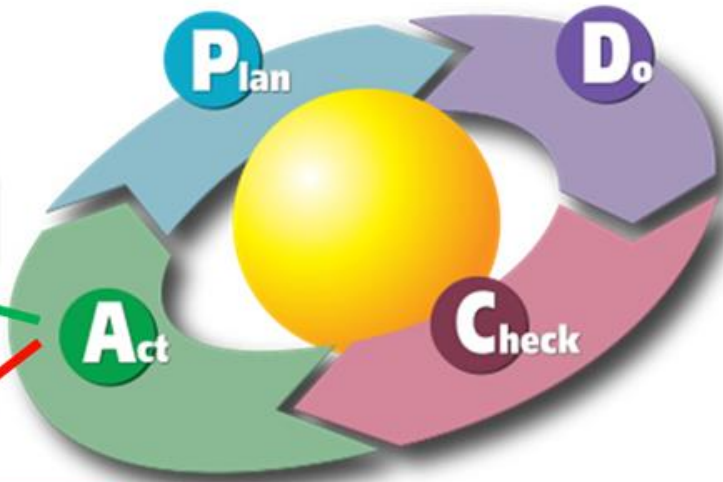
Полезный концепт



Эволюция, развитие =
ВНЕДРЕНИЕ УЛУЧШЕНИЙ



Ремонт, починка, исправление =
УСТРАНЕНИЕ НЕСООТВЕТСТВИЙ



Цикл Деминга – Цикл Управления

- ▶ Планируем, прогнозируем
- ▶ Делаем
- ▶ Проверяем, сравниваем с целями
- ▶ Чиним, устраняем несоответствия и закрепляем то, что работает
- ▶ Эволюционируем, улучшаем, внедряем инновации

Показатели
для контроля
эффективности
в «каналах без
людей»



Полезный концепт



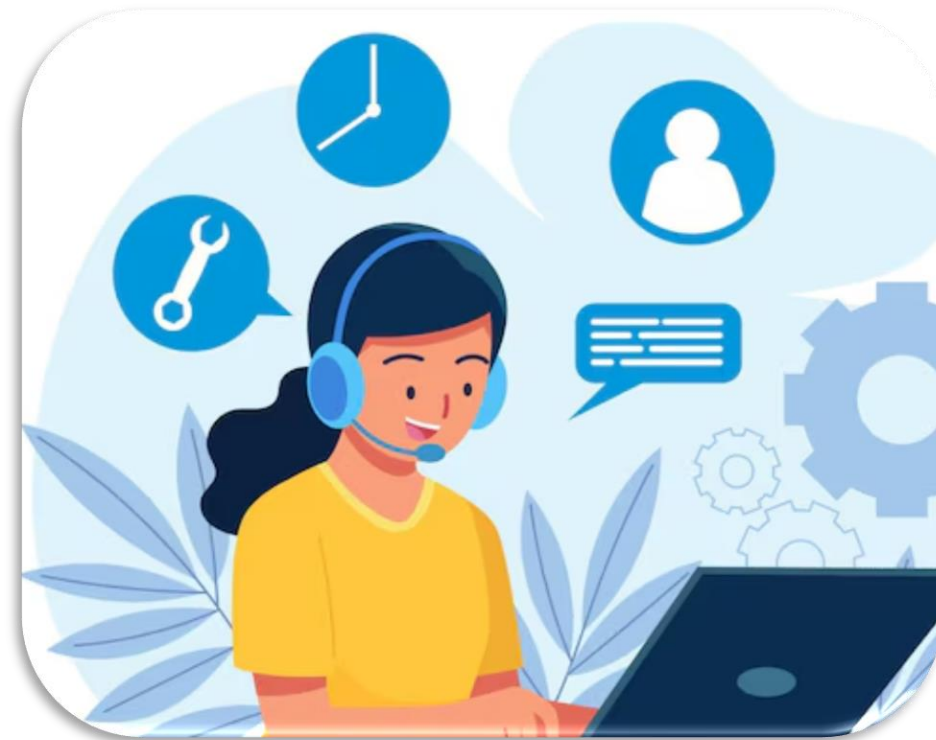
Направления из стандарта COPC

- ▶ Внедрение новых каналов, в т.ч. каналов «без людей», должно вести к улучшению клиентского опыта и улучшению финансовых результатов компании.
- ▶ Клиентам очень важны Качество и Доступность (своевременность), в т.ч. удобные процедуры взаимодействия – минимум усилий для решения вопроса.
- ▶ Бизнесу важно, чтобы Результативность в решении вопросов, Производительность и Доходы росли, а Затраты снижались.
- ▶ Метрики должны показывать нам все эти результаты в нужных нам срезах и давать нам опору для принятия верных управленческих решений.

5. Показатели

- 01** ● **Измеряем ВСЕ основные показатели во ВСЕХ основных блоках:** Доступность (Своевременность), Качество, Результативность, Производительность, Клиентский опыт & Финансы.
- 02** ● **Важные метрики доступности и объемов:** Volume – количество, %Service Rate – доля обслуженных, %System Uptime – доля времени полной функциональности, % Autonomous Handle Rate – доля контактов, результативно и «до конца» обработанных «без человека».
- 03** ● **Важные метрики качества:** %Recognition Accuracy – доля корректно распознанных запросов, %Defect Rate – доля «дефектных» транзакций со значительным влиянием, %Customer Critical Error Accuracy (CU-CEA) – доля контактов, обработанных без критических ошибок с точки зрения клиентов, а также %Business CEA и %Compliance CEA, %Contact Resolution и/или %FCR.
- 04** ● **Важные метрики производительности:** Messages per Conversation – среднее кол-во транзакций на запрос, Cost or Efficiency – стоимость, например, транзакции.
- 05** ● **Важные метрики результативности:** Sales, %Conversion Rate – конверсия.

**Сотрудники,
ИХ
КОМПЕТЕНЦИИ
& ОТНОШЕНИЕ**

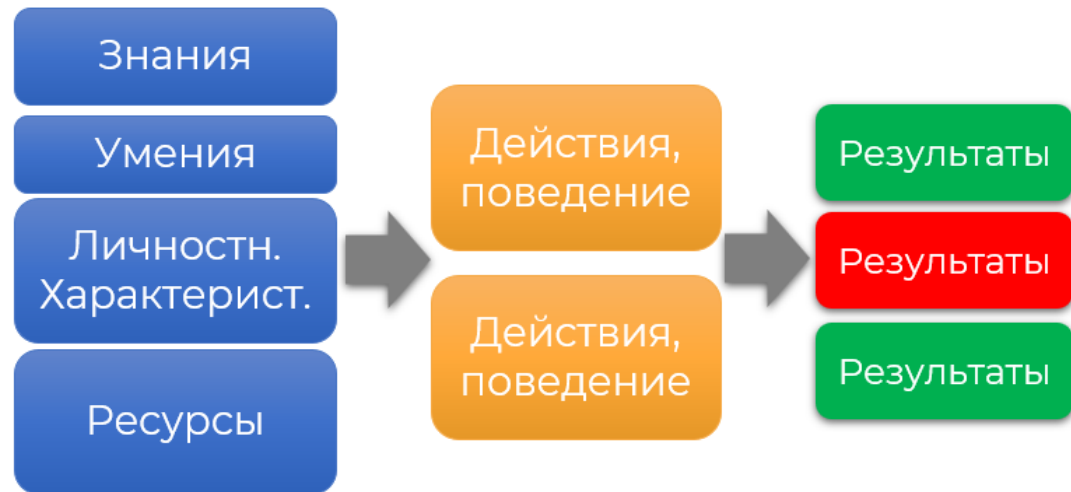


6. Сотрудники



- 01 Мы ясно и четко **распределили функциональные роли**, связанные с поддержкой каналов «без людей», между подразделениями и сотрудниками.
- 02 Все сотрудники, которые причастны к процессам взаимодействия с клиентами в каналах «без людей», **обладают нужными компетенциями**.
- 03 Мы **определили эти компетенции** (в профиле должности): явным образом перечислили, все их можно проверить и померить. Эти компетенции гарантируют выполнение задач на должном уровне.
- 04 Мы **поддерживаем нужный уровень компетенций** обучением (по триггерам + рефреш)
- 05 Мы **проверяем уровень компетенций верификацией** (по триггерам + ревизия).
- 06 Мы **работаем с отношением** сотрудников к технологиям, в т.ч. информируем о планах и результатах, собираем ОС.
- 07 Мы **организовали процессы взаимодействия** / обмена опытом между вовлеченными сотрудниками.

Полезный концепт



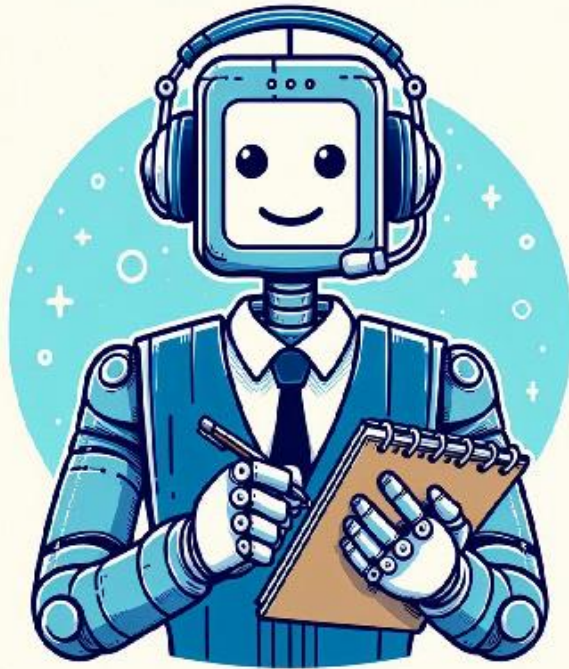
Результаты – Действия – Ресурсы

- ▶ Правильные компетенции и ресурсы обеспечивают правильные действия
- ▶ Правильные действия ведут к правильным результатам
- ▶ **Брак** на любом уровне создает брак на следующих уровнях
- ▶ *До этих уровней есть еще уровень отношения / убеждений. Брак на этом уровне повлияет на все следующие.*

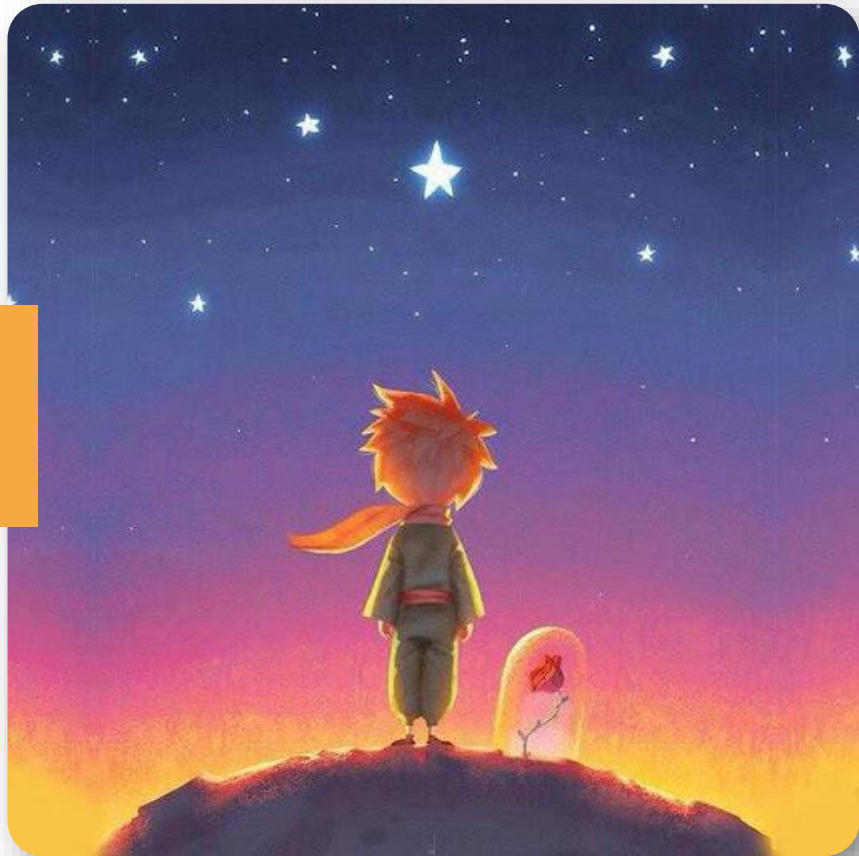
Цели и
Стратегия
развития
«каналов без
людей»



Опора 1



Полезный концепт



Objective & Key Result

- ▶ В чем главная цель, стратегический ориентир?
- ▶ Какие промежуточные результаты должны быть достигнуты?
- ▶ Какие задачи должны быть реализованы?
- ▶ Концепция Путеводной / полярной звезды
- ▶ Работает для больших целей, стратегических. Концептуально отличается от подхода SMART

1. Цели и стратегия



- 01 ● Точно понимаем, **ЗАЧЕМ** мы внедряем и развиваем каналы «без людей»: чат-боты, голосовые боты и все следующие технологии.
- 02 ● Понимаем **в чем ценность** для Бизнеса и в чем – для Клиентов.
- 03 ● У нас есть **стратегические ориентиры** и стратегические задачи для всех ключевых вовлеченных подразделений
- 04 ● У нас есть **объективные метрики**, чтобы проверить продвижение к стратегической цели
- 05 ● У нас реализован **процесс СТРАТЕГИРОВАНИЯ** – постоянной работы с живой стратегией
- 06 ● Все **основные Опоры учтены** в нашей стратегии, и в задачах для ее реализации
- 07 ● Вся **наша команда знает про Стратегию**, про стратегические задачи.
- 08 ● И все в команде знают как конкретно **в своей работе могут влиять** на реализацию стратегии развития каналов «без людей»

В 2025 веду серию практических лабораторий в формате «**Пройдем за ручку по шагам**»

! Первая лаборатория про ПОДБОР

2025
Апрель

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	1	2	3	4



<https://clck.ru/3BTgA9>







Анонс будет у меня на канале Boss Vnutri
Приходите, записывайтесь





Елена Войтова

-  Бизнес-Консультант, Тренер
-  Основатель Лаборатории системного сервиса Boss Vnutri
-  Помогаю повысить эффективность процессов
-  Верю в лучший Клиентский опыт и помогаю его создавать

Контакты

Почта Elena.Voytova@gmail.com

Telegram https://t.me/boss_vnutri

Youtube – канал <https://clck.ru/32TMW7>

Сайт <https://bossvnutri.ru>

