



ЗАПУСК ЦЕНТРА КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА

Центр клиентского сервиса СИБУРа осуществляет поддержку клиентов компании от заказа до отгрузки товара.

КОНТАКТ-ЦЕНТР ТАКЖЕ БУДЕТ ПОМОГАТЬ ЗАКАЗЧИКАМ В ОСВОЕНИИ НОВЫХ ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ И СОБИРАТЬ ОПЕРАТИВНУЮ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ СЕРВИСОВ.

СИБУР уделяет большое значение запросам и потребностям клиентов и постоянно совершенствует клиентский сервис. Начиная с 2020 года в компании создается специальное подразделение – центр клиентского сервиса. В основу его работы положены наиболее эффективные практики международных компаний, где функции чистых продаж, переговоров, ценообразования, формирования договоров и обслуживания разделены.

Теперь работой с клиентами по коммерческим и организационным вопросам будут заниматься разные специалисты. Центр клиентского сервиса возглавит группа профессионалов по операционной деятельности. Это опытные сотрудники, которые хорошо знают внутренние процессы компании и знакомы с основными запросами клиентов.

Профилирование продаж и разделение функционала сотрудников поможет унифицировать и впоследствии автоматизировать многие процессы, сделать их проще, быстрее и понятнее клиенту.

Критерии подхода

Владимир Зимовцев,
руководитель направления «Развитие системы продаж»:

«Работа по созданию центра велась в двух направлениях: перестройка и оптимизация внутренних процессов и внедрение и развитие новых IT-инструментов. Развитием центра клиентского сервиса занимались команда профессионалов с опытом в продажах, системные архитекторы, программисты и специалисты, знакомые с лучшими международными практиками».

В 2019 году было организовано пять направлений по разработке центра:

- Направление трансформации процессов (команда описывала текущие процессы внутри компании, разрабатывала целевое видение и формировала пул необходимых доработок для оптимизации);



ВЛАДИМИР ЗИМОВЦЕВ

- Направление по внедрению CRM-системы, которая позволяет систематизировать работу с конкретным клиентом;
- Направление по внедрению E-commerce – личного кабинета клиента, который позволяет пользователю в любое время и с любого устройства совершать и отслеживать заказы и обращения;

ПРОФИЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ И РАЗДЕЛЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛА СОТРУДНИКОВ ПОМОЖЕТ УНИФИЦИРОВАТЬ И ВПОСЛЕДСТВИИ АВТОМАТИЗИРОВАТЬ МНОГИЕ ПРОЦЕССЫ, СДЕЛАТЬ ИХ ПРОЩЕ, БЫСТРЕЕ И ПОНЯТНЕЕ КЛИЕНТУ.

- Создание системы работы с обращениями клиентов, которая позволяет принять жалобу, перевести клиента на нужного специалиста, отследить срок отработки заказа, сформировать и направить ответ клиенту, а также получить обратную связь;
- Направление интеграции CRM и личного кабинета клиента с внутренними системами СИБУРа.

«Приступить к автоматизации можно, только досконально разобравшись в процессах и поняв их целевое видение, – считает Владимир Зимовцев. – Иначе получится автоматизированный хаос и клиентский опыт не будет улучшаться».

Как это работает

Клиентский сервис СИБУРа ориентируется на три основных показателя эффективности, которые оцениваются по десятибалльной шкале. Это длительность жизненного цикла продажи, степень его автоматизации и удовлетворенность клиента. Каждый KPI, в свою очередь, также делится на несколько показателей, что помогает компании точнее оценивать качество своей работы и видеть запросы клиентов.

Мария Борисова,
руководитель центра клиентского сервиса:



МАРИЯ БОРИСОВА

«Центр клиентского сервиса призван обеспечивать быстрое и комфортное взаимодействие с нашими потребителями от заказа

до отгрузки. Для создания прочных отношений мы стремимся разделять с клиентом общие ценности, сокращать формальности и постоянно развивать современные сервисные элементы для достижения новых целей и планов».

По словам Марии Борисовой, важно задать стандарт привлекательного сервиса: объединить регламентацию процессов, автоматизацию клиентского пути и рекомендации к вектору поведения сотрудников сервиса.

«Основной оценкой нашей работы является NPS (Net Promoter Score) – индекс потребительской лояльности, – рассказывает Мария. – Индекс рассчитывается на основе анализа ответов покупателей на вопрос «Насколько Вы готовы порекомендовать СИБУР как поставщика нефтехимической продукции?» Для B2B этот индекс варьируется в диапазоне 25–40%, для B2C достигает 60–80%. Золотым стандартом NPS для СИБУРа мы считаем уровень 60%. Чем выше данный индекс, тем больше довольных клиентов и выше уровень удержания клиентов».



Команда Центра клиентского сервиса.

КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС СИБУРА ОРИЕНТИРУЕТСЯ НА ТРИ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ: ДЛИТЕЛЬНОСТЬ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДАЖИ, СТЕПЕНЬ ЕГО АВТОМАТИЗАЦИИ И УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ КЛИЕНТА.

Какие новые возможности откроются в перспективе клиентам?

В планах Центр клиентского сервиса внедрить в работу следующие инициативы:

- Онлайн-трекинг событий, при котором клиент получает уведомления обо всех статусах заказов, включая мониторинг доставки;
- Омниканальное обслуживание, где помимо личных контактов с менеджером и личного кабинета будут запущены мессенджер и чат-бот, который моментально сможет сообщить о статусе заказа и ответить на часто задаваемые вопросы;
- Контакт-центр, куда клиенты по горячей линии смогут обратиться в случае возникновения проблем. Контакт-центр также

будет помогать заказчикам в освоении новых цифровых инструментов и собирать оперативную обратную связь для улучшения сервисов;

- Перевод аналоговых процессов в цифровые инструменты. Долгосрочная цель этого процесса – полная автоматизация всех этапов продажи;
- Интеграция в процесс продаж финансовых и логистических сервисов.