

Контакт-центр Страхового Дома ВСК в Волгограде занял второе место в рейтинге доступности и качества телефонного обслуживания среди страховых компаний первой группы по размерам собираемых премий, а также второе место в рейтинге доступности и качества обслуживания в неавторизованных цифровых каналах. Оба рейтинга составлены по итогам исследования NAUMEN — ведущего российского разработчика программных решений для бизнеса и органов государственной власти.

В рейтинг доступности и качества телефонного обслуживания — контакт-центр Страхового Дома ВСК был включен благодаря проведению мероприятий, нацеленных на сокращение клиентского пути. Доля клиентских обращений в компанию, решенных с первого раза (FCR — First Call Resolution) увеличилась в 2022 году с 80,4% до 86,7%, показатель CSI (Customer Satisfaction Index) вырос с 4,4 до 4,6. В контакт-центре ВСК увеличился индикатор SL (Service Level) – уровень сервиса при сохранении высоких стандартов доступности контактного центра: 80% клиентов смогли дозвониться до оператора контакт-центра за 20 сек. При этом сократилось количество пропущенных входящих вызовов: при норме в 5% непринятых звонков клиентов в контакт-центре ВСК этот показатель (LCR — Lost Call Rate) в 2022 году снизился в два раза – до 2,1%, хотя в прошлом году составлял 4,4%.

Во втором рейтинге доступности и качества обслуживания в неавторизованных цифровых каналах среди крупнейших страховых компаний контакт-центр Страхового Дома ВСК оказался впервые. Залогом высокого результата стали внедренные за год в компании новации — 100% менеджеров контакт-центра переведены на новую CRM, обеспечив предоставление обратной связи по интересующим клиентов вопросам в пределах 120 секунд в 99% обращений за счет дифференцирования входящей нагрузки и повышения пропускной способности контактного центра.

Повышение эффективности процессов клиентского сервиса в контакт-центре ВСК, таких как запуск чатов с высоким уровнем SLA, позволило открыть для клиентов дополнительные каналы связи через самые популярные мессенджеры, такие как WhatsApp, Viber, Telegram и возможность переписки в мобильном приложении Страхового Дома ВСК, в том числе при покупке и выборе страхового продукта.

«Автоматизация и цифровизация рабочих процессов с помощью технических доработок логики маршрутизации клиентов, инструментов IVR, универсализации специалистов, а также командная работа всех сервисов контактного-центра ВСК позволили сократить путь клиентов и повысить уровень их удовлетворенности. Сократили количество вызовов, требующих вовлечения дополнительных специалистов компании на 6,5 п.п., — отметила Ольга Цыплакова, руководитель Федерального сервисного центра Страхового дома ВСК. — Все это напрямую влияет на лояльность застрахованных, а значит и на прирост страхового портфеля, например, при вторичных продажах».

«Игроки сегмента финансовой розницы первыми осваивают новые каналы коммуникаций с клиентами – мессенджеры, чат-боты, сейчас – технологии искусственного интеллекта, — подчеркивает Максим Кирсанов, руководитель Активного контакт-центра Страхового Дома ВСК. — Важно помнить, что в погоне за омниканальностью связи с клиентом на первом месте должна стоять не только скорость – но и удобство, и самое главное — эффективность диалога с застрахованным, когда компания быстро решает его проблему».

Википедия страхования