

КОНТАКТ ЦЕНТР БОЛЬШЕ НЕ НУЖЕН



Зачем миру Самолет?

 **самолет**

крупнейший застройщик в России



13+ лет

строим
будущее

Уже больше 30 наших
проектов реализовано

400+ построенных
домов

124
проекта
в портфеле

66
проектов
реализуются

600 000+

семей уже выбрали Самолет
для жизни

Мы заслужили доверие нескольких
сотен тысяч клиентов благодаря
успешным проектам по всей стране



130+ детских садов
и школ построили

Мы №1 по строительству
и передаче школ и детских садов



Строим

лучшую жизнь для миллионов





Как сделать лучше контакт-центр?



Андрей Голомысов



Как сделать лучше
контакт-центр?

Как с помощью контакт-центра сделать лучше всю компанию?



Андрей Голомысов



Что ждет от КЦ
работодатель?



Чем предстоит заниматься:

- Внедрение продуктов дистанционного обслуживания клиентов (чат-бот, голосовой ассистент и пр.)
- Поиск и внедрение инновационных решений и лучших практик в области дистанционного обслуживания
- Участие в проектной работе в качестве методолога в части, касающейся цифровых сервисов и работы контакт-центров
- Разработка и координация мер по повышению эффективности обслуживания клиентов аутсорсинговыми контакт-центрами
- Проведение анализа и оценки эффективности существующих методик и процессов и предлагать меры по их оптимизации для улучшения операционной эффективности
- Разработка и корректировка критериев системы оценки качества, правил, скриптов, алгоритмов решения сложных ситуаций, регламентирующих обслуживание клиентов

Присоединяйтесь к команде лидеров!

Мы — один из самых надежных игроков на финансовом рынке, и сейчас у нас открыта уникальная возможность для амбициозного и креативного профессионала, готового взять на себя роль **операционного директора направления продаж Контакт-центра**

Что Вас ждет:

- **Формирование системы** ключевых показателей эффективности (KPI) для контакт-центра и его работников.
- **Организация работы** контакт-центра и его подразделений. Обеспечение рационального распределения нагрузки и ресурсов.
- **Обеспечение выполнения планов продаж,** конверсий и других целевых показателей. Организация контроля и анализа результатов деятельности.
- **Разработка и внедрение** новых методов и инструментов продаж и удержания клиентов. Внедрение и совершенствование бизнес-процессов, направленных на повышение эффективности.
- **Формирование системы контроля качества звонков и** внедрение корректирующих мероприятий (снижение количества обоснованных жалоб, повышение удовлетворенности клиентов, обеспечение высокого уровня клиентского сервиса, соблюдения стандартов общения).
- **Организация взаимодействия** с другими подразделениями Фонда (маркетинг, IT, аналитика, контроль качества и др.).
- **Формирование и анализ отчетов** по результатам деятельности контакт-центра (разработка предложений по улучшению показателей на основе аналитики).
- **Планирование и контроль** бюджета управления.

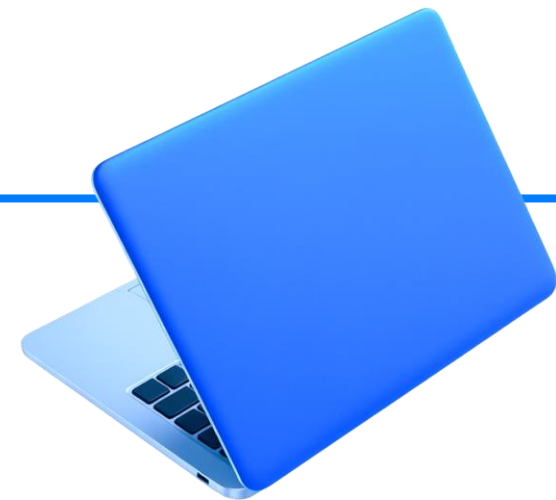
Задачи:

- Руководить Дирекцией: руководителями направлений и начальниками отделов, развивать и наставлять команду.
- Запускать проекты по оптимизации и трансформации техподдержки, внедрять AI-инструменты.
- Обеспечивать выполнение SLA и KPI, оперативно реагировать на отклонения и рост обращений.
- Контролировать работу серверов, ПО, телефонии и CRM, разрабатывать аварийные сценарии при инцидентах.
- Планировать ресурсы и управлять изменениями с учётом рисков.
- Взаимодействовать с продуктовыми командами, контролем качества и смежными подразделениями.

- Выстраивать клиентский сервис поддержки 24/7 так, чтобы клиент чувствовал заботу и оперативность на каждой линии — SLA как средство, а не самоцель
- Сегментировать портфель клиентов поддержки по объёму и сложности услуг, выстраивать модель обслуживания под каждый сегмент
- Развивать метрики удовлетворённости и удержания клиентов (CSAT, NPS, отток) наравне со скоростью реакции
- Строить систему опережающих индикаторов, чтобы предотвращать недовольство клиента до эскалации, а не разбирать её последствия
- Реструктурировать направление: пересматривать функции, роли и штатную структуру линий под задачи клиентского сервиса
- Лично включаться в сложные кейсы и конфликты, формировать доверительные отношения с ключевыми клиентами
- Связывать сервис с продажами: находить точки роста и апсейла через консультации
- Нанимать и развивать команду, выращивать руководителей линий поддержки
- Внедрять инструменты автоматизации и аналитики, управлять «по цифрам»

- Управление деятельностью Отдела продаж и клиентского сервиса (направление активных продаж, направление по обработке входящих обращений клиентов, группа выездных менеджеров) для реализации 100% функции подразделения с соблюдением заданных параметров и требований;
- Определение целей и задач, необходимых и достаточных для реализации функции отдела;
- Анализ деятельности для выявления системных причин нежелательных явлений (проблем) и возможностей улучшения (своего подразделения);
- Анализ состояния подразделения для выявления источников риска и возможностей развития;
- Планирование собственной деятельности и деятельности отдела, формирование необходимой ресурсной базы;
- Контроль соблюдения стандартов работы отдела и обеспечение своевременного устранения причин их нарушений;
- Мотивация персонала;
- Организация проведения обучения и аттестации сотрудников отдела, разработка квалификационных требований;
- Организация и проведение мероприятий по достижению плановых показателей работы (план продаж, % согласившихся клиентов), анализ и контроль их выполнения;
- Организация взаимодействия с подразделениями компании;
- Формирование целевой модели функционирования отдела по работе с клиентами;
- Разработка необходимых регламентов и контроль соответствия установленным процессам и процедурам;
- Анализ, расчет и оптимизация процессов отдела, участие в автоматизации процессов;
- Организация ведения и контроль документооборота отдела (регламенты, отчетная и статистическая документация);
- Разработка и реализация мероприятий по развитию отдела;
- Ведение отчётности по результатам собственной деятельности и деятельности отдела.

**Если КЦ работает лучше, то
это влияет на бизнес всей
компании!**



Да. Можно ли давать больше пользы для компании, чем внутренняя эффективность самого КЦ?



Что проходит через КЦ?



Звонки



Чаты



**Другие
каналы**





Что на самом деле проходит через КЦ?

Реакция на маркетинг

Сбои

Проблемы процессов

Отсутствие реакции или информирования

Голос клиента

Реакция на конкурентов

Ошибки и недостатки продуктов

Ошибки сотрудников

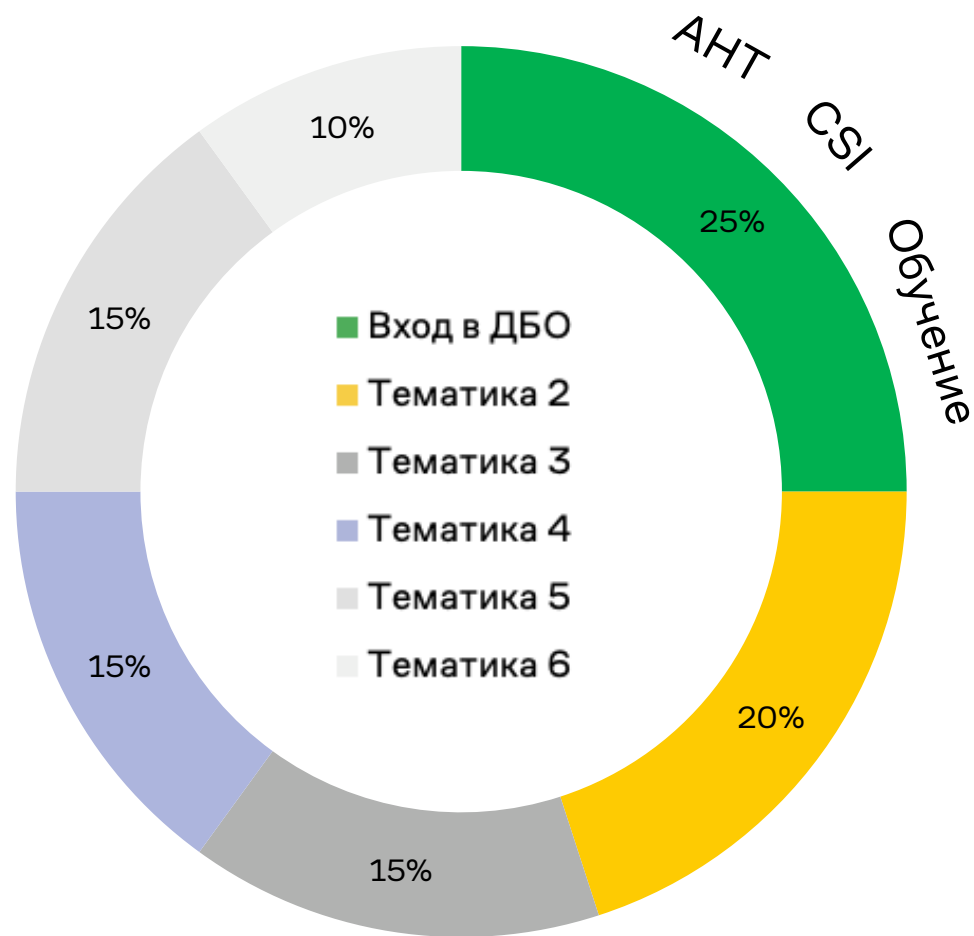
Реакция на продукты и офферы



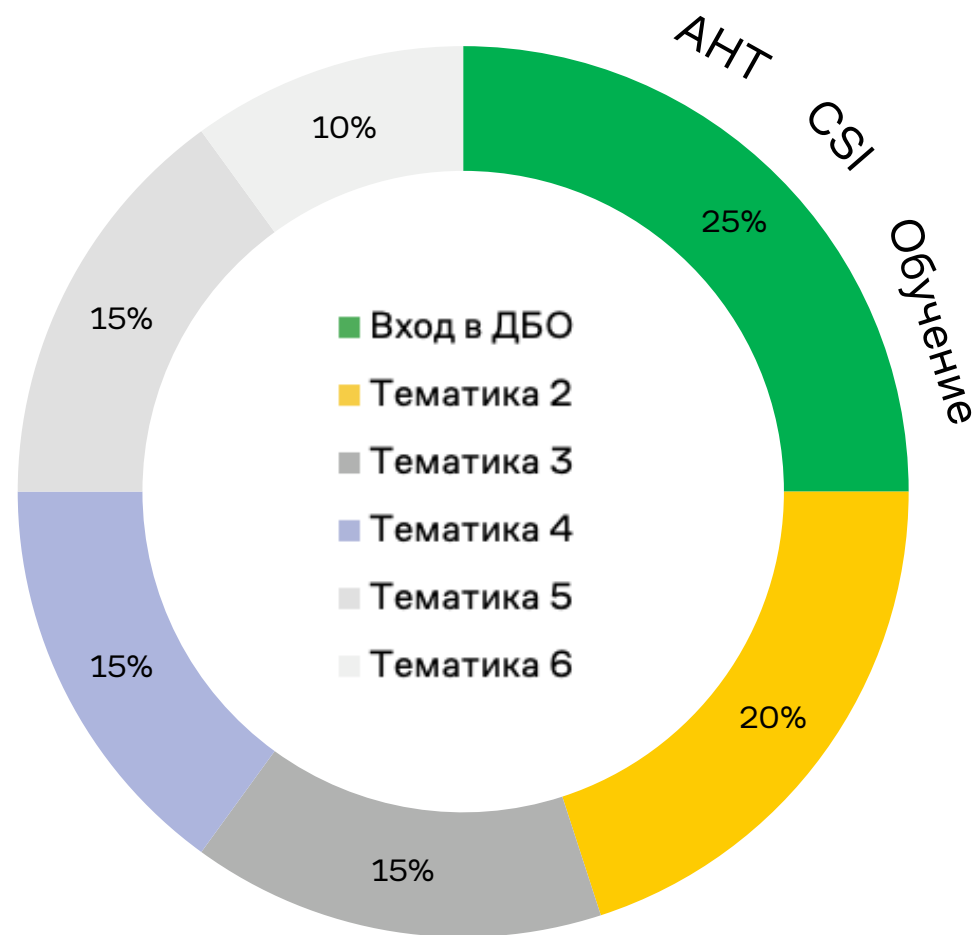
Разве это моя зона
ответственности?



Можно ли убрать 25% трудозатрат вопроса входа / установки ДБО?



Можно ли убрать 25% трудозатрат вопроса входа / установки ДБО?



Процесс входа поменяется через 1 год

Инструкция занимает 60 страниц текста

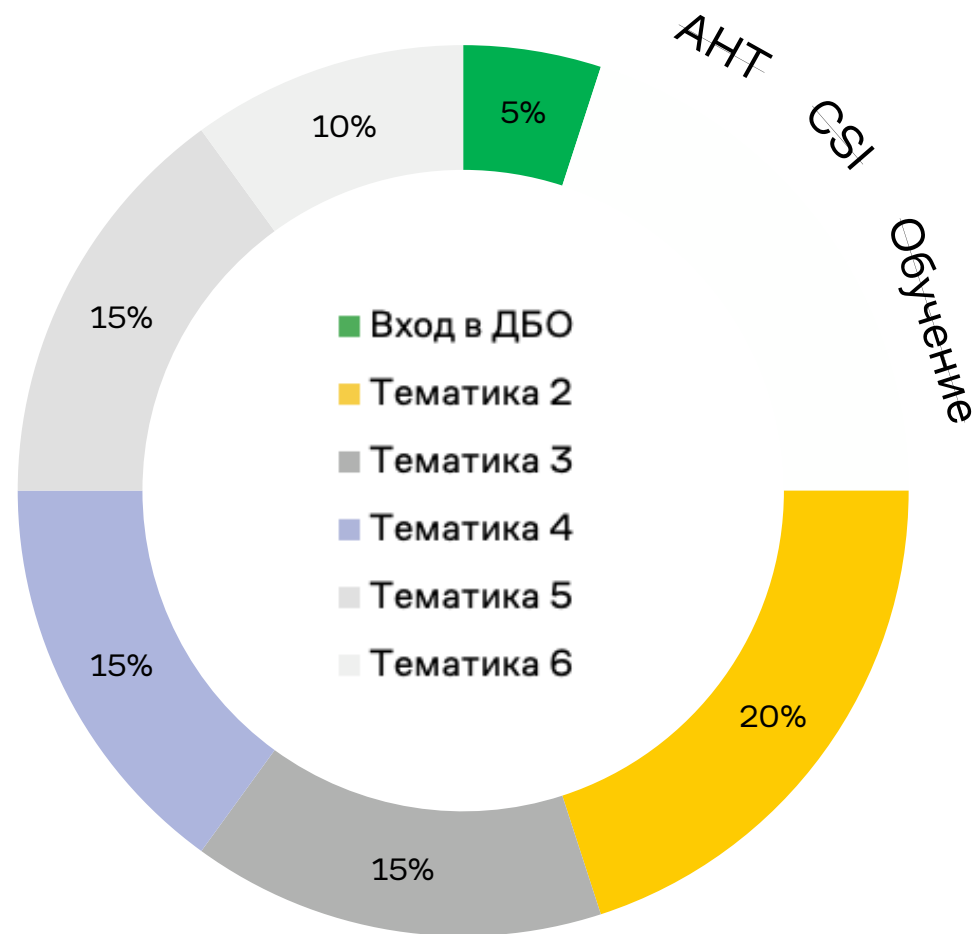
Написана сложным техническим языком

Надо постараться, чтобы найти на сайте

Проще позвонить

Или просто ... закрыть и забыть

Просто мы сами написали новую инструкцию



Процесс входа поменяется через 1 год

Инструкция занимает 8 слайдов

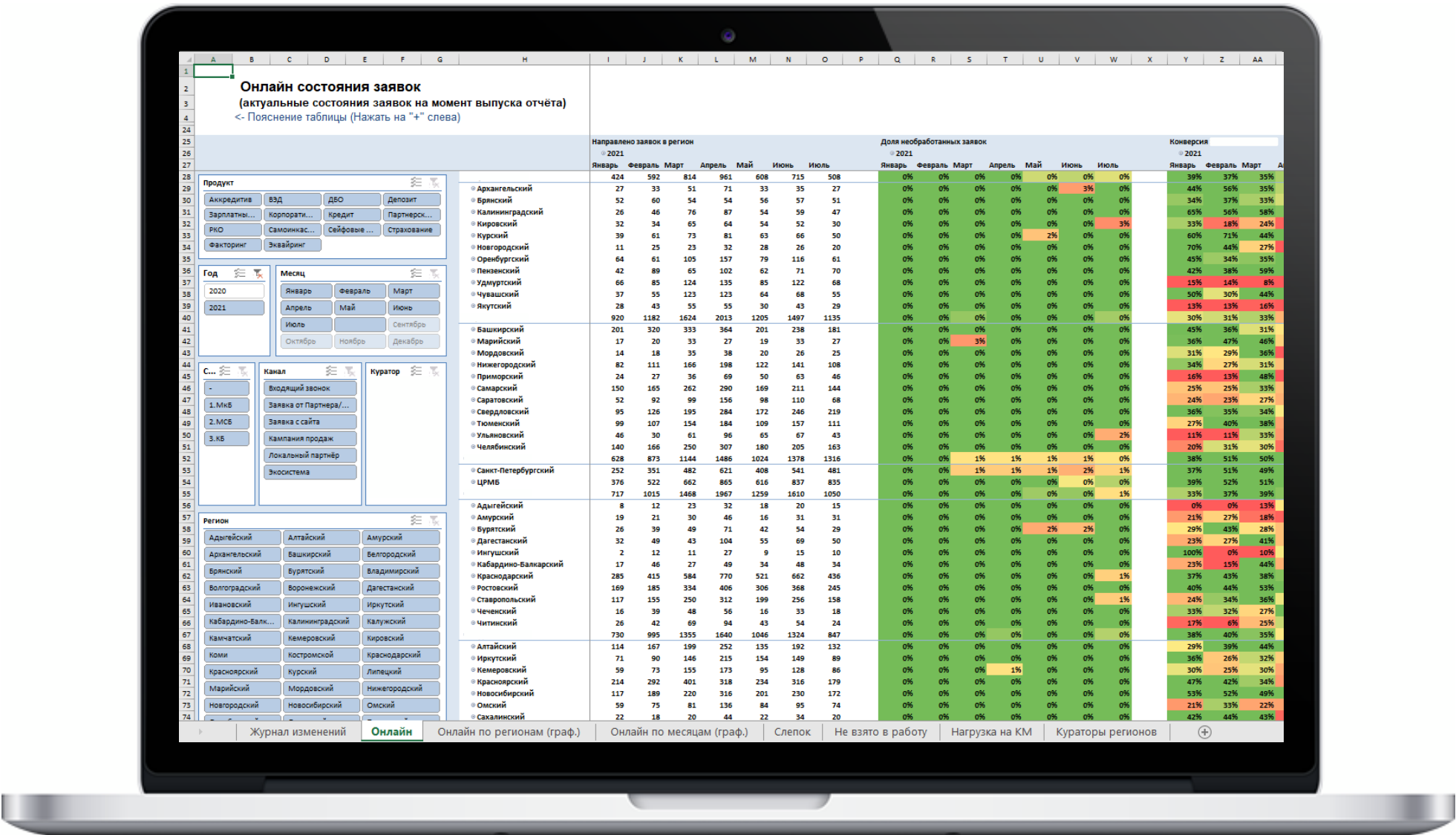
Нарисовано что и где нажимать

На видном месте на сайте и в хелпе

На звонке отправляем смс со ссылкой

+10% пользователей интернет-банка

В офисах не обрабатывались заявки от КЦ



Вместе с маркетингом мы остановили десятки неэффективных источников

ИСТОЧНИКИ ЗВОНКОВ

Год

2023

Месяц

Сент...

Октя...

Янва...

Неделя

39

40

41

42

43

44

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

Тип дня

Будние дни

Выходные/Праздн...

БЮ

ИУКС

МиМо

Страна

(пусто)

Регион

Москва

Московская обл...

Приморский край

Санкт-Петербург

Тюменская обла...

(пусто)

ЖК

АСТРИД (Колл...

Верейская, 41

ГОРКА

Домашний

Истра Дом

Квартал Западн

КОНВЕРТАЦИЯ ПЦЗ В РАЗРЕЗЕ ГРУПП ИСТОЧНИКОВ

КОНВЕРТАЦИЯ ПЦЗ В РАЗРЕЗЕ ИСТОЧНИКОВ

Названия строк	ПЦЗ	ЦИ	Встреч назнач.	Встреч сост.	Опцион	Продажи	ЦИ %	Встреч назнач. %	Встреч сост. %	Опцион %	Продажи %
Контекст											
yandex_search	717	583	434	275	106	88	81%	61%	38%	14,8%	12,3%
yandex_network	271	217	134	75	19	12	80%	49%	28%	7,0%	4,4%
Базы											
avito_feed	329	300	191	76	14	8	91%	58%	23%	4,3%	2,4%
cian_feed	210	178	123	53	19	16	85%	59%	25%	9,0%	7,6%
zastroeв_feed	189	179	110	38	5	1	95%	58%	20%	2,6%	0,5%
m2_feed	167	150	80	23	3	1	90%	48%	14%	1,8%	0,6%
Organic											
google	555	455	310	183	62	47	82%	56%	33%	11,2%	8,5%
yandex	138	109	65	38	7	6	79%	47%	28%	5,1%	4,3%
Лидогенерация											
gidmarket_lead_generation	193	178	106	28	4	3	92%	55%	15%	2,1%	1,6%
callexchange_lead_generation	145	123	70	27	4	2	85%	48%	19%	2,8%	1,4%
Tapret											
vka	229	168	77	22	4	2	73%	34%	10%	1,7%	0,9%
Telegram											
telegram_ads	134	114	64	26	9	6	85%	48%	19%	6,7%	4,5%
Direct											
(direct)	121	97	56	37	12	9	80%	46%	31%	9,9%	7,4%
Чат											
None	120	115	102	55	20	14	96%	85%	46%	16,7%	11,7%

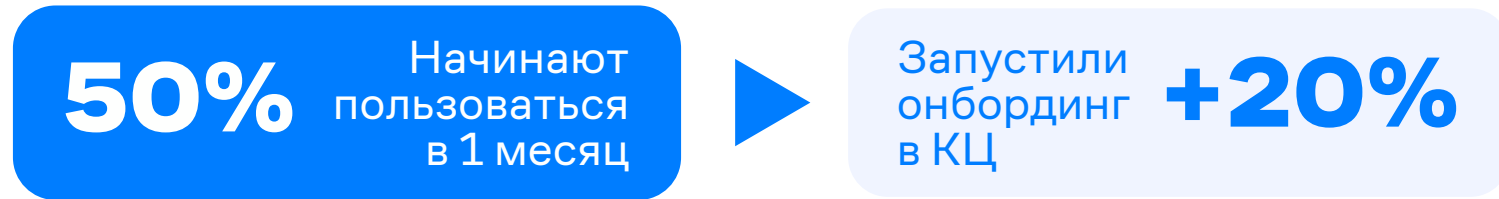
Зона ответственности везде там, где КЦ может быть полезен

50%

Начинают
пользоваться
в 1 месяц



Зона ответственности везде там, где КЦ может быть полезен



Зона ответственности везде там, где КЦ может быть полезен





Может ли КЦ поменять сам СДМ?



➤ Уже не просто контакт-центр...

ОНЛАЙН- СДЕЛКА В КЦ



ПИЛОТ

Ведем клиента до покупки в звонке



➤ Уже не просто контакт-центр...

Менеджер КЦ сейчас vs 2025 vs пилот 2026

помогает подобрать проект

делает предварительные расчеты

предлагает устную бронь

приглашает на встречу в офис или в ЦО

сам рассчитывает платежи

сам проводит встречу онлайн

сам помогает клиенту подать заявку на ипотеку

сопровождать клиента до успешного платного бронирования

сам ведет клиента до подписания



➤ Уже не просто контакт-центр...



Мы хотим усиливать роль контакт-центра
как полноценного *продающего* канала

Делать клиентский путь
понятнее и удобнее

→ чтобы клиент не ждал встречи,
быстрее получал информацию
по ценам и точным расчетам

Наращивать конверсию без роста
маркетингового бюджета

→ быстрее обрабатывать первый контакт, удерживать
клиента до ухода к конкуренту и извлекать максимум
ценности из каждого обращения

Наращивать
онлайн-сделки

→ передать типовые сделки в КЦ,
чтобы менеджеры ОП фокусировались
на высокомаржинальных клиентах





Если я стану
эффективнее, то мне
урезжут бюджет?



Значит **вы отлично** делаете свою работу!

 самолет

-20%

Стоимость владения

-25%

Бюджет

+10%

На развитие



Значит **вы отлично** делаете свою работу!

[▶ самолет](#)

-20%

Стоимость владения

-25%

Бюджет

+10%

На развитие

Чем больше вы приносите пользы, тем выше
ваша *ценность и стоимость*





А как же без AI?





Понимаем 100% диалогов

Видим не отдельные случаи, а реальные масштабы проблем. Объем прослушивания и ручная тематизация перестает быть ограничением



Слышим голос клиента

Быстрее находим причины потерь и точки для изменений. Продукт и маркетинг получают не выборочные мнения, а системную картину



Быстрее и лучше выбираем приоритеты по улучшениям

Система теперь не только для поиска и анализа, а в том числе для выбора и систематизация рычагов усилий

Для компании

- Снижение стоимости обслуживания
- Устранение причин обращений
- Поиск потерь и неэффективных процессов
- Выявление проблем и запуск изменений



Для маркетинга

- Понимание качества входящего трафика
- Реакция клиентов на кампании и офферы
- Выявление нецелевых источников
- Понимание ожиданий клиента
- VOC по рекламным активностям



Для продукта

- Поиск непонятных и неудобных элементов
- Причины повторных обращений
- Барьеры в использовании
- Идеи для улучшения клиентского пути
- Приоритизация изменений



Для продаж

- Поиск потерь между этапами
- Причины отказов и сомнений
- Новые и дополнительные процессы
- Возврат потерь





Что делать?



Как поменять роль КЦ?

- › Определить стратегию КЦ, декларировать эту цель и регулярно отслеживать как получается его выполнять на уровне всей команды и всей компании
- › Поставить себе и команде стратегические цели - стоимость обслуживания портфеля, стоимость сделки, доля активных пользователей, CR и другие
- › Настроить регулярное проактивное взаимодействие с другими функциями: маркетинг - кто приходит, продукт - почему клиенты обращаются и обращаются повторно, другие каналы продаж - качество совместной работы с заявками и др.
- › Изменить язык с FTE, АНТ и LCR, CSI и NPS к выручке, расходам, LTV, клиентам и потерям





Что в вашей компании
стало лучше с помощью
контакт-центра?





Что в вашей компании
станет лучше с помощью
контакт-центра?



Живите свою лучшую жизнь!



Андрей Голомысов

Макдоналдс ➤ Ренессанс Кредит ➤ Аудиотеле ➤ ПИК ➤ ВТБ ➤ РСХБ ➤ САМОЛЕТ