

Контакт-центр под давлением: как мы справляемся с ростом нагрузки и падением продаж

Коневец Наталья, Руководитель отдела клиентского сервиса

Сегодня хочу вам рассказать

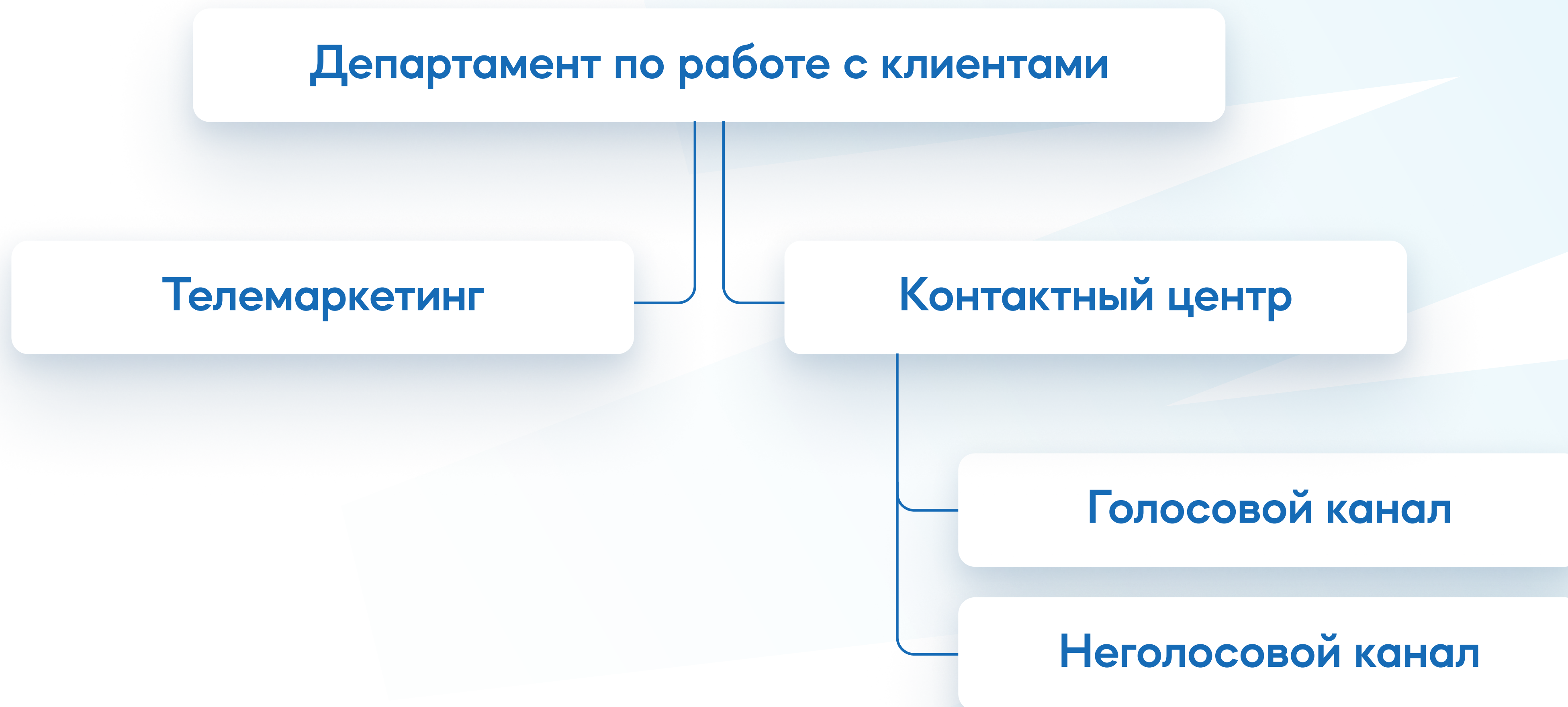
Как контакт-центр адаптировался к изменениям

Какие решения уже показали результат

С какими сложностями мы столкнулись

Какие инструменты и подходы планируем внедрять дальше

Контактный центр как часть бизнес-модели



Внешние факторы:

- регуляторные изменения;
- снижение спроса;
- изменение клиентского поведения;
- рост ожиданий по скорости обслуживания;
- снижение контактности.

Внутренние факторы:

- изменения процессов внутри бизнеса;
- увеличение нагрузки на операторов;
- усложнение клиентских потребностей.

Какие решения по адаптации мы приняли:

пересмотр процессов, перезапуск приоритетов, изменения в воронке обслуживания и продаж

Контактный центр

1. Провели аудит
2. Провели универсализацию сотрудников и пересмотр KPI
3. Выполнили перезапуск системы приоритетов
4. Пересмотрели полностью систему обучения и внедрили геймификацию



Телемаркетинг

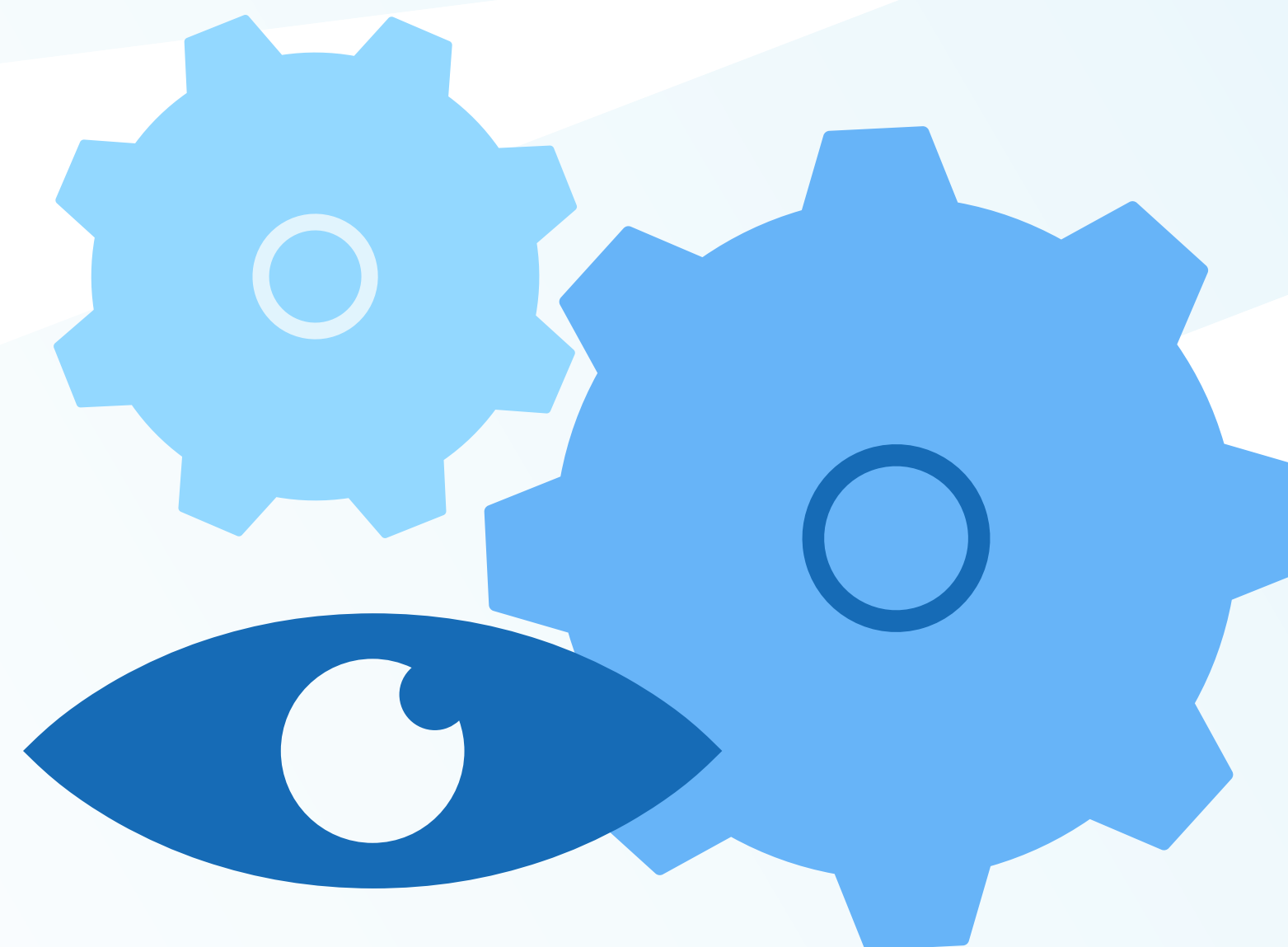
1. Сегментировали целевую аудиторию
2. Усилили административный контроль конверсии на ключевых этапах взаимодействия
3. Оптимизировали и автоматизировали процессы исходящих кампаний и работы с клиентской базой, внедрили обновленные KPI
4. Усилили аналитику клиентских обращений для более быстрого выявления потребностей клиентов и повышения уровня персонализации предложений
5. Провели адаптация скриптов и стандартов коммуникации под изменившиеся потребности клиентов и рыночные условия
6. Реализовали возможность перезвона с целью сохранения клиента



Автоматизация клиентского сервиса:

Контактный центр:

1. Автоматизирована обработка типовых обращений клиентов
2. Реализована интеллектуальная маршрутизация обращений
3. Внедрены сценарии
4. Изменена логики работы бота в чат-поддержке



Автоматизация клиентского сервиса:

Телемаркетинг:

1. Автоматизирована загрузка основных массовых исходящих кампании
2. Роботизированы дополнительные кампании
3. Автоматизирован сбор базовой информации по высокодоходным кампаниям и выявление клиентского интереса для дальнейшего анализа
4. Внедрены скрипты в СРМ для быстрой адаптации стажеров в зависимости от загруженной кампании



Где автоматизация показала ограничения

Контактный центр:

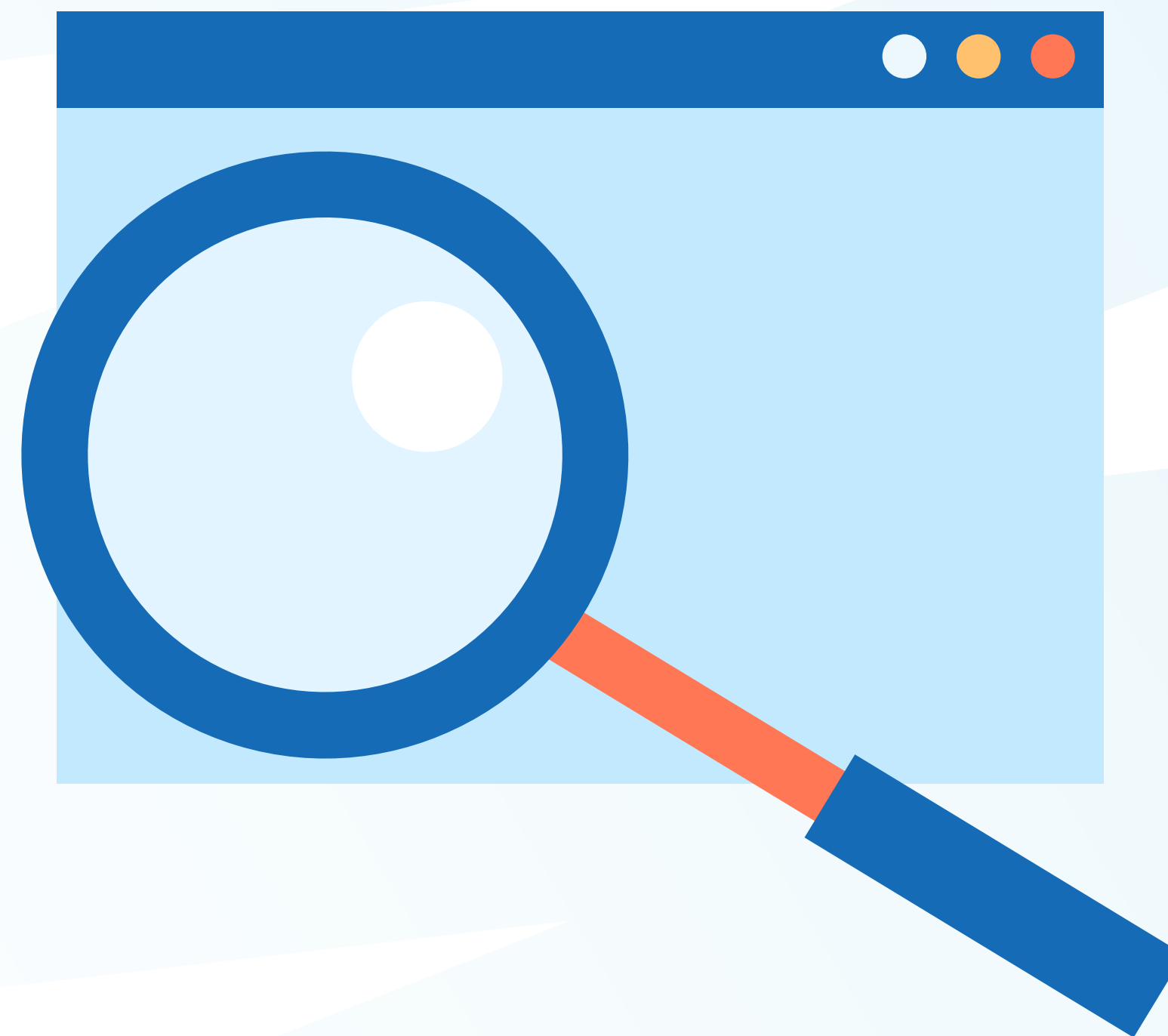
1. На сложных или эмоционально окрашенных обращениях клиенты по-прежнему предпочитали взаимодействие с живым оператором
2. Отсутствие полноценной интеграции с CRM повлияло на оценку работы
3. Возникали сложности с распознаванием намерений клиентов при длинных или неоднозначных формулировках



Где автоматизация показала ограничения

Телемаркетинг

1. Не все процессы удалось полностью автоматизировать из-за интеграционных ограничений внутренних систем и требований информационной безопасности
2. Кампании, которые требуют больше дожима со стороны специалиста стали показывать низкую конверсию



Чему нас научил первый опыт внедрения

- Эффективность AI-робота напрямую зависит от качества сценариев, обучающих данных и постоянной доработки моделей;
- Полная замена оператора не является целью;
- Критически важным фактором стала непрерывная аналитика диалогов и регулярное обновление сценариев;
- Внедрение LLM-решений потребовало вывод дополнительной аналитики, показателей, изменений к контролю качества коммуникаций;
- Высокая эффективность — это поэтапная автоматизация.



Какой мы получили профит для бизнеса

- Снижение стоимости обработки обращения;
- Рост SLA и скорости ответа;
- Увеличение конверсии телемаркетинга;
- Повышение дозвона и охвата клиентской базы;
- Снижение нагрузки на операторов и текучести персонала.



Какие стратегические выводы мы сделали

AI стал инструментом масштабирования сервиса,
а не только сокращения затрат

Клиентский опыт стал ключевым критерием при автоматизации

Наиболее эффективны сценарии,
где робот решает простые задачи,
а сложные кейсы передаются сотрудникам

«Тихая буря» в продажах:

Стремительный рост

Объем заявок увеличился
более чем в 30 раз

Количество выдач выросло
более чем в 100 раз

Существенно выросла нагрузка
на команду и инфраструктуру

Удалось выстроить стабильную
систему обработки клиентского потока

«Тихая буря» в продажах:

Основные драйверы:

Высокая контактность

Быстрое развитие команды

Адаптивность процессов

Эффективная работа с воронкой продаж

«Тихая буря» в продажах:

Что произошло:

Снизилась доля
успешных контактов

Вырос объем
повторных коммуникаций

Увеличилась нагрузка
на операторов

Усложнилось удержание
прежних темпов конверсии

Рынок начал демонстрировать
признаки снижения спроса

«Тихая буря» в продажах:

Что мы сделали:

1. Разработали новую стратегию коммуникации с клиентами
2. Изменили методику дозвона
3. Проводили эксперименты с телефонной инфраструктурой
4. Перестроили логику обзвона
5. Усилили работу с повторными касаниями за счет персональных предложений
6. Гибко перераспределяли нагрузку внутри команды

Несмотря на ухудшение контактности отделу удалось удержать выдачи на стабильном уровне за счет проведенных изменений.

Ключевые метрики и управленческие выводы:

Контактный центр



Телемаркетинг



Главный вывод

Эффективность определяется способностью бизнеса быстро адаптировать процессы, глубиной аналитики и умением выстраивать грамотный баланс между технологиями и человеческим участием

Спасибо за внимание!



Коневец Наталья

Руководитель отдела клиентского сервиса

8 913 253 08 49

konevec_n@joymoney.ru