

Экспертный консалтинг и бизнес-приоритеты

Прошли те времена, когда внедрение того или иного IT-решения могло помочь разом решить тот или иной бизнес-вопрос, причем на довольно длительное время

Текст

ЮЛИЯ ВДОВИНА,
ДИРЕКТОР ПО ПРОДУКТУ ЦИФРОВИЗАЦИИ КЛИЕНТСКОГО
СЕРВИСА В ДИСТАНЦИОННЫХ КАНАЛАХ КОМПАНИИ BSS

В банковском секторе бизнес-приоритетом стал поиск адаптивных бизнес-моделей, включая набор технологий, релевантных по цене, качеству, а также по уровню ИБ. Главное, технологии должны помогать снижать издержки и увеличивать прибыль. И здесь крайне востребованными становятся услуги консалтинга, его реальная мощь только начинает проявлять себя.

Например, если в среднем по рынку время диалога составляет 210 секунд, а у нашего потенциального клиента 380 секунд, то вывод напрашивается сам собой. Новые технологии, конечно, могут помочь, но что делать с человеческим фактором? Необходимы сбор аналитики, автоматизированное прослушивание записей разговоров, а также анализ собранной информации. Только после этого можно говорить о необходимости применения того или иного технологического продукта на базе лучших практик, а также о векторе его развития. И никак не наоборот.

К примеру, операторы контакт-центров, особенно новички, «плавают» в некоторых вопросах. Значит, ИИ должен подсказать человеку в нужное время необходимую информацию. Поэтому «машина» должна с самого начала коммуникации не просто слушать и записывать, но и на лету извлекать смысловую и контактную информацию. В BSS эта технология работает, как суфлер, который анализирует ход разговора с клиентом и выдает оператору фоновые подсказки из базы знаний и советы, как вести диалог.

Но мы говорим, что банк, наш клиент, должен видеть некую перспективу своего развития, как сократить время обслуживания в будущем. Один из вариантов — предиктивная интеллектуальная аналитика. Например, при общении клиента голосовой или текстовый бот, интегрированный с банковскими АБС и CRM, проводит быстрый анализ всей имеющейся о клиенте информации и может оперативно обработать обращение.



фото: BSS

Например, он видит, что клиент ранее обращался за кредитной картой или кредитом, но процедура оформления не была закончена — это повод напомнить клиенту о продукте, помочь ему завершить оформление либо предложить подключить какую-то услугу или продукт. Еще пример, у клиента большая сумма на счете — значит, можно открыть депозит или инвестиционный счет.

Другой вариант развития может быть связан с изменением культуры общения банка с клиентом. Сервис — это комплексное понятие, и во всех точках касания с банком клиент должен получать простое, быстрые и удобное обслуживание, особенно при автоматизированном взаимодействии. Ведь делая сервисы самообслуживания простыми, удобными и интуитивно понятными, мы удешевляем обслуживание (клиенту уже не надо звонить в контакт-центр, ждать ответа оператора или идти в отделение) и получаем довольного клиента, доверяющего своему банку и готового не только расширять свое присутствие в банке, но и рекомендовать его своим знакомым. Все это мы, в BSS, называем омниканальной экосистемой, бесшовно объединяющей все каналы взаимодействия с клиентами. В построении такой системы необходимы опыт и экспертиза, которых зачастую нет в банке. Но данная экспертиза есть у нас, и мы готовы ей делиться.

Делая выводы, отмечу: будущее неопределенно и изменчиво, а технологии могут и в таких условиях помочь бизнесу адаптироваться. Однако и бизнес должен знать, что он представляет собой сегодня и чего хочет завтра. **Б.О**