

НАТАЛЬЯ КОЖОКАРУ

**БЛИЖАЙШАЯ
ЗАДАЧА КОНТАКТ
ЦЕНТРА – КЛИЕНТ
НЕ ДОЛЖЕН ЖДАТЬ
БОЛЬШЕ 15 СЕКУНД
НА ЛИНИИ**



MAIB

23 июня 2021 года

Наталья Кожокару. Ближайшая задача Контакт Центра – клиент не должен ждать больше 15 секунд на линии

Интервью с Натальей Кожокару, начальником Контакт Центра MAIB

#ИНТЕРВЬЮ

Наталья, добрый день. Современный бизнес – это постоянный поток новых терминов. Контакт Центр – это другое название для колл-центра?

Скорее это не другое название, а новое определение другого понятия. Я бы сказала, что Контакт Центр – это эволюционное развитие традиционного банковского колл-центра. Вот и потребовалось новое определение.

В чем эволюция?

В расширении компетенции и изменении отношений с клиентами. Раньше колл-центр банка был похож, сейчас подберу определение, на краткий словарь, который, при недостатке информации связывал клиентов с другими функциональными подразделениями банка. Сейчас мы стремимся к тому, чтобы большая часть вопросов и проблем клиентов решалась самим Контакт Центром.

Вы стояли у истоков Контакт Центра в MAIB?

Нет, меня пригласили его возглавить полтора года назад. На тот момент колл-центр банка уже работал, если я не ошибаюсь, три года.

Если пригласили руководить, то у вас уже был опыт работы в колл-центрах?

Я шестнадцать лет проработала в Orange...

Шестнадцать лет в одной компании? Это просто рекорд для нашего времени...

Был перерыв, связанный с рождением ребенка, но в остальном – в одной компании. Это и была причина, почему я задумалась о переходе. Все-таки я вышла на «плато», а мне продолжало оставаться интересным профессиональное и личное развитие.

Я сотрудничаю с MAIB тоже около полутора лет. И вижу скорость изменений в банке. Как изменился Контакт Центр с момента вашего прихода?

Хотя я вначале сказала об эволюции, но, если учесть скорость изменений и их масштаб, то изменения были, скорее, революционные. Даже если судить по численности сотрудников моего подразделения. Когда я пришла в MAIB, в Контакт Центре работало двадцать человек. За полтора года команда выросла более чем в три раза, сейчас работает более семидесяти человек и это еще не предел, нам нужны еще люди.

При таком росте численности персонала, наверное, менялась и структура Контакт Центра?

Да. Теперь, кроме команды, которая занимается поддержкой клиентов, создана команда «заточенная» на продажи наших продуктов и обработку поступающих в режиме онлайн заявок на услуги, а также группа для поддержки сегмента малого и среднего бизнеса, а также партнеров банка по Liber Card и кешбэку.

Это количественные изменения, а есть качественные?

Отвечу вопросом на вопрос. Вы сами, когда-нибудь, попадали при звонке в банк на долгое ожидание, пока с вами связывается оператор?

У меня даже есть цифра, я однажды случайно засек время. Не буду говорить, в каком банке, но я «провисел» на линии, слушая, что мой звонок очень важен банку, четырнадцать минут. Мне было просто очень нужно, и я просто переключил телефон на громкую связь, работал и периодически слушал уверения в своей важности.

Тогда вы поймете всю амбициозность задач, которую мы ставим перед собой. Текущая задача по KPI сейчас – это чтобы по 85% звонков оператор брал трубку не позднее 15 секунд. Но сокращение времени ожидания не единственный способ проявить внимание и заботу о клиенте. Хочу отметить одну из инициатив, которая исходила от наших тим лидеров. Если раньше мы тоже просили клиента оставаться на линии, то сейчас мы сообщаем клиенту, каким по очереди является его звонок и все время обновляем эту информацию. Когда клиент слышит динамику, ему гораздо легче принять решение, оставаться на линии или перезвонить в момент, когда нагрузка на операторов будет меньше. Это успокаивает в сто раз лучше, чем любая классическая музыка, когда вы слышите вместо: «вы 15 на очереди», фразу: «вы третий на очереди».

А Контакт-Центр работает круглосуточно?

Служба поддержки работает 24 на 7. «Продажники» и «новые продукты» – с восьми до восьми рабочую неделю.

Контакт центр – это «первая линия» контакта клиента с банком. По ответу ваших сотрудников клиенты составляют себе мнение о работе банка в целом. Что самое главное вы стараетесь вложить в команду, чтобы она привлекла, а не оттолкнула клиента?

С момента прихода в Контакт Центр у меня главное словосочетание – это customer experience. Прежде всего, мы все должны стремиться себя поставить на место клиента. И быть с ним уважительным и честным. Когда я принимаю на работу нового сотрудника, я всегда ему говорю: «Если вы чего-то не знаете и не можете ответить на вопрос клиента сразу, не стесняйтесь сказать «не знаю», пообещайте максимально быстро перезвонить и сделайте все возможное, чтобы решить вопрос клиента».

Вы говорили, что раньше колл-центр при любом вопросе повышенной сложности связывал клиента с другими департаментами?

Да, так было раньше. Но сейчас принцип работы кардинально изменился. Во-первых, изменилась «глубина знаний» наших сотрудников. На гораздо большее число вопросов они могут ответить сами. А, во-вторых, даже если они не знают ответа, то они сами, в интересах клиента, обсуждают вопросы с другими подразделениями банка и уже сами связываются снова с клиентом.

Как вы контролируете качество работы, кроме прямого контроля жалоб клиентов?

Это постоянная работа с прослушиванием записей разговоров с клиентами. Кроме того, что существует регламент, что каждую неделю мы в случайном порядке прослушиваем определенное количество звонков, по каждой новой услуге, по каждому нового скрипту я слушаю гораздо больше звонков, чтобы понять, где можно улучшить качество наших услуг.

Наталья, несерьезный вопрос. Просто короткий номер Контакт Центра совпадает с моей привычкой выбирать номер для сейфа в гостиницах – «1313». Но это потому, что и у меня и у дочери дни рождения «13». Кто выбрал такой номер для Контакт Центра?

Кстати, я. Выбор был, правда, небольшой, но мне понравилось это сочетание цифр. А когда кто-то сказал о суевериях, то я предложила произносить номер не как «13-13», а как «один-три, один – три».

Вернемся к работе. Последний вопрос, но важный. Тем более, что я сам начал сейчас собирать себе новую команду сотрудников и каждый день сталкиваюсь с тем, как трудно найти нового человека, и как трудно передать ему ценности компании. На что вы делаете акцент, чтобы добиться высокого качества работы? На оплату труда и бонусы?

Уровень оплаты труда, конечно, имеет значение. Но мой личный опыт показывает, что зарплата мотивирует людей 3-4 месяца, не больше. Поэтому важнее подобрать команду, которая разделяет ценности бизнеса. В нашем случае, вспомним мой любимый customer experience, это уметь поставить себя на место клиента и увидеть задачу или проблему его глазами. Плюс, на мой взгляд, большое внимание необходимо уделять психологической подготовке команды – клиент бывают очень разные, и воспитанию лидерских качеств у руководителей групп, чтобы они могли вести за собой своих сотрудников.

Наталья, любая служба поддержки клиентов, это и коллекция историй о забавных разговорах с клиентами, люди ведь всегда люди....

Ваша правда. За примерами далеко ходить не надо. Только на прошлой неделе у нас был «инопланетный» разговор. Клиент так невнятно объяснял, что ему нужно, что все вопросы нашего сотрудника повисали в воздухе, как будто специально искажались. Они так разговаривали несколько минут, как будто находились в параллельных вселенных. Слушать это было очень забавно, тем более, что нашему сотруднику все же удалось понять клиента и помочь ему.

Слушаю вас и понимаю, что вы, кажется, нашли себя...

Похоже, что да. Я человек, который начал свою карьеру в продажах в винодельческой отрасли, но потом нашел свое призвание в customer care.

Павел Зинган