

Переход от реактива к проактиву:

Как построить лучший клиентский
опыт, предугадывая запросы
клиентов



Что такое проактивный сервис?

NAUMEN

Реактивный сервис

Отвечаем на вопросы клиента на входящей линии

25-27 гг.

Проактивный сервис

Решаем проблему клиента еще до того, как он решил написать в поддержку или даже осознал проблему

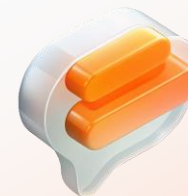
Зачем?



Рост удовлетворенности и лояльности



Новые возможности для продаж



Снижение обращаемости в КЦ

Что говорят эксперты?

60%



компаний уже взаимодействуют с клиентами проактивно в сервисных сценариях

62%



руководителей сервиса называют проактивность одним из топ-5 трендов на ближайшие 3 года

69%



CX-лидеров ожидают, что сервис сместится от реактивного к проактивному уже в 2027 году

NAUMEN

Зачем внедрять проактивный сервис?

Повышение
удовлетворенности
клиентов



81,0%

Повышение
эффективности
операторов



65,2%

Рост доходов



61,2%

Снижение затрат



50,3%

Примеры проактивного сервиса



Кейс 1

Массовый сбой

NAUMEN

Уровень 1

Заглушка в IVR

Всем клиентам, позвонившим на горячую линию сообщаем о массовом сбое.

-15%

Обращений
на операторе

+0%

CSI

Уровень 2

Персонализация IVR

Проверяем, затронут ли конкретный позвонивший клиент массовым сбоем.

Если да, сообщаем про сбой и сроки устранения.

-30%

Обращений
на операторе

+0%

CSI

Уровень 3

Ручная рассылка

Формируем выборку клиентов, которые затронуты сбоем.

Пишем или звоним всем клиентам из выборки, сообщаем о сбое и сроках устранения.

-45%

Обращений
на операторе

+15%

CSI

Уровень 4

Автоматическая рассылка

Система идентифицирует сбой и сама информирует клиентов через подходящий канал.

-60%

Обращений
на операторе

+25%

CSI

Активация временных вкладчиков

Уровень 1

Ждем окончание вклада

Ждем действий со стороны клиента, в итоге большинство дожидается закрытия вклада, выводит его и уходит. В лучшем случае, предлагаем оставить деньги в банке.

3%

Активация за 90 дней

Уровень 2

Ковровая бомбардировка офферами

В любом месте CJM показываем максимальное количество офферов, шлем рассылки со всеми возможными офферами.

5%

Активация за 90 дней

Уровень 3

Сегментация и персонализация

Данных мало, но есть данные из анкеты, известна сумма вклада и реакция на офферы.

Вовлекаем в рамках четко обозначенной вертикали.

8%

Активация за 90 дней

Уровень 4

Вовлекаем через простые шаги

Просим клиента сделать простое действие и получить выгоду, например, оплатить первую покупку и получить повышенный кэшбэк.

12%

Активация за 90 дней

Взыскание просроченной задолженности

Уровень 1

Давление

Клиент просрочил платёж — звоним, требуем вернуть деньги.

Стандартный коллекшн: стресс, страх, конфликт. Клиент избегает контакта.

0%

CSI

Уровень 2

Сегментация по уровню просрочки

Делим клиентов по глубине долга и применяем разные скрипты. Чуть мягче, но всё равно работаем по общим правилам — личная ситуация клиента не учитывается.

5%

CSI

Уровень 3

Персональный контекст

Оператор понимает жизненную ситуацию клиента и предлагает конкретную меру поддержки. Делает это прямо в разговоре, без лишних шагов.

10%

CSI

Уровень 4

Предиктивное сопровождение

Система заранее знает какая мера поддержки подойдёт этому клиенту, и предлагает её автоматизированно. Предложения встраиваются в путь клиента, например, могут использоваться баннеры и сторисы в приложении.

15%

CSI

Предотвращение **повторных** обращений

Инструмент проактивного сервиса

Система предсказывает, какие вопросы возникнут после первого контакта и закрывает их проактивно. Это резко снижает вероятность повторного звонка длиной 3–5 минут в среднем на **40%**

Как это работает:



Система глубоко понимает проблему и автоматически **предсказывает следующий вопрос** клиента после первого контакта



Оператор, потратив всего дополнительные 15–30 секунд в конце первого разговора, предупреждает клиента **о следующих шагах**



Через определенное время система сама **закрывает вопрос проактивно** через e-mail, сторисы, SMS и др. инструменты

Пример рекламации в ритейле:



В конце звонка подробно рассказываем про все шаги после оформления заявки на брак



Отправляем памятку по следующим шагам



Уведомляем о статусе, следующем шаге и сроках

Проактивная модель — знаем причину обращения клиента еще до его вопроса

NAUMEN



1

Устаревшая ИТ-инфраструктура и данные

- Неполные или неточные данные для цельного клиентского контекста
- Ограниченная производительность

+73%

руководителей считают барьером для улучшения клиентского сервиса разрозненные данные

2

Нет сервиса «последней мили» для реакции на события

- Нет процессов, обеспечивающих быструю и эффективную реакцию на события или запросы клиента
- долгая доставки информации или услуг до конечного клиента

+79%

руководителей называют главным барьером улучшения клиентского сервиса устаревшие ИТ-системы

3

Сложная поддержка сценариев

- Быстрое разрастание логики и сценариев
- Сложность ручной проверки на конфликты и ошибки
- Требуется постоянное вовлечение ИТ

59%

компаний проводят проактивные кампании вручную

48%

используют rule-based автоматизацию

Naumen Customer Engagement решает ЭТИ задачи

NAUMEN

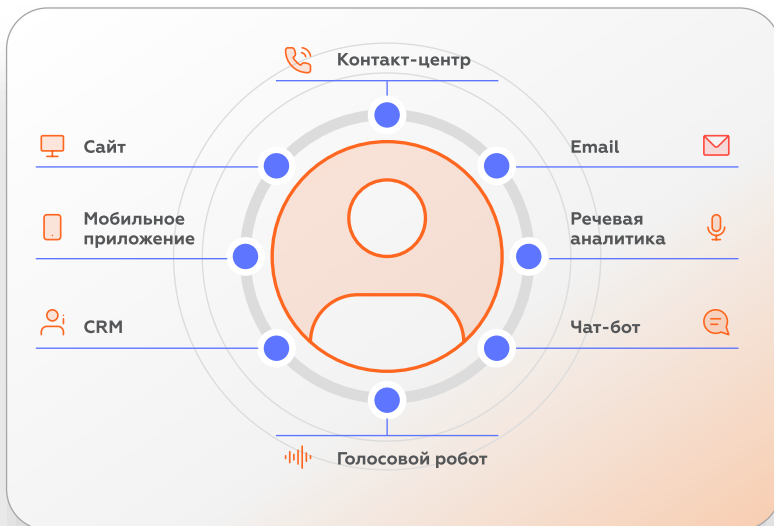


Как Customer Engagement помогает управлять проактивным сервисом?

NAUMEN

Профиль клиента

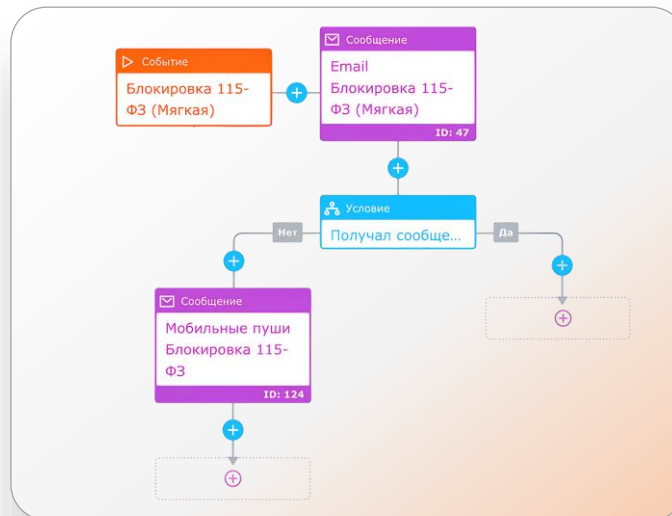
Большая часть расчетных параметров может быть посчитана ДО звонка. В момент звонка не нужно проверять 40+ условий, достаточно посмотреть на атрибут и запустить нужный сценарий.



Оркестрация

Система управляет:

- сценариями с помощью UI без написания сложных скриптов
- политикой контактности и разрешения конфликтов каналов



Next Best Action

Автоматический выбор лучшего сценария или действий в зависимости от полного контекста клиента: его пути, сути обращения и приоритетов бизнеса.



Как это работает во **входящих** коммуникациях

NAUMEN



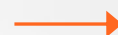
1



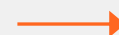
2



3



4



5

Идентифицируем Клиента

по номеру телефона автоматически

Прогнозируем проблему

на основе анализа продуктов, событий или действий

Предлагаем и уточняем тему консультации

для правильной маршрутизации в сервисы или на оператора

Предоставляем персональную консультацию

по оформленным продуктам и выполняем действия по запросу

Маршрутизируем на оператора при необходимости

с учетом тематики обращения и прогнозируемой срочности

До 70% автоматически и предиктивно

До 85% процентов точно

Как это работает в **исходящих** коммуникациях

NAUMEN



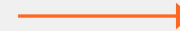
1



2



3



4

Сбор и анализ данных о клиенте

по номеру телефона автоматически

Прогнозируем потребность

на основе анализа продуктов, событий или действий

Формирование исходящей коммуникации

- Проактивная поддержка при проблеме
- Напоминания и уведомления

Оценка эффективности

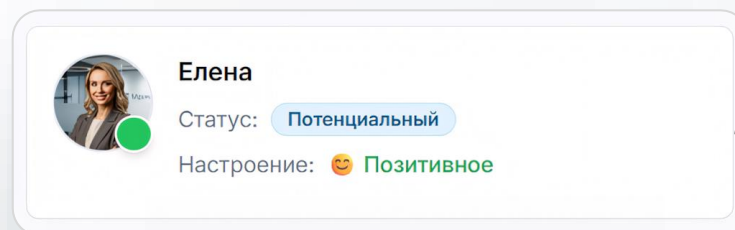
- Анализ реакции клиента
- Оценка уровня удовлетворенности

До 70% автоматически предиктивно

До 85% процентов точно

Продажи с помощью проактивного сервиса Naumen Customer Engagement

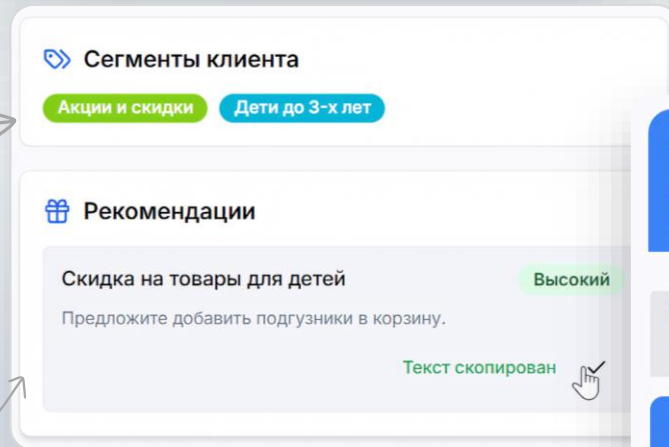
NAUMEN



Елена
Статус: Потенциальный
Настроение: 😊 Позитивное

Подсвечиваем оператору настроение и **ГОТОВНОСТЬ к покупке**

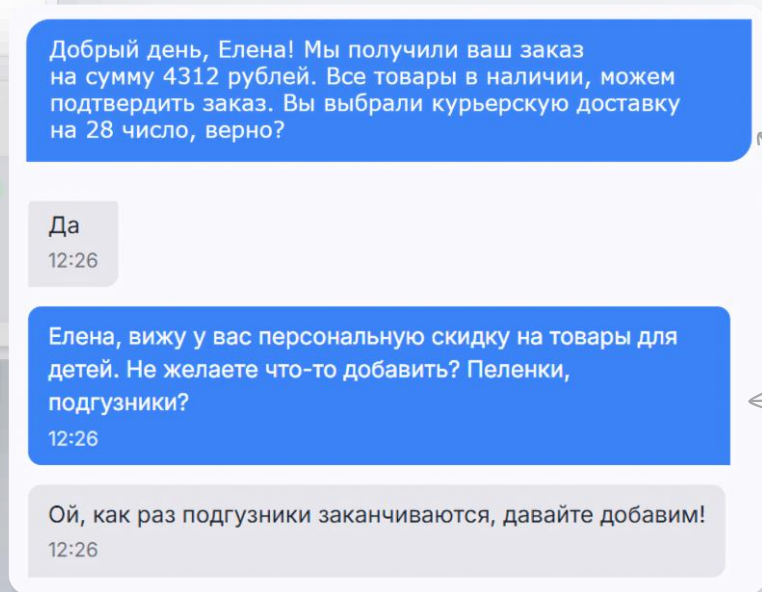
Подсвечиваем оператору в поддержке **сегмент клиента**



Сегменты клиента
Акции и скидки Дети до 3-х лет

Рекомендации
Скидка на товары для детей Высокий
Предложите добавить подгузники в корзину.
Текст скопирован

Даем **рекомендации по релевантному товару** или услуге



Добрый день, Елена! Мы получили ваш заказ на сумму 4312 рублей. Все товары в наличии, можем подтвердить заказ. Вы выбрали курьерскую доставку на 28 число, верно?

Да
12:26

Елена, вижу у вас персональную скидку на товары для детей. Не желаете что-то добавить? Пеленки, подгузники?

12:26

Ой, как раз подгузники заканчиваются, давайте добавим!

12:26

Уточняем **детали заказа** из истории действий на сайте

Допродаем релевантный товар из рекомендованного списка

**Спасибо
за внимание!**

