



ИССЛЕДОВАНИЕ
КАЧЕСТВА
ТЕЛЕФОННОГО
СЕРВИСА

Hot Skills
клуб руководителей колл-центров
Украинской Ассоциации Директ Маркетинга



Українська асоціація
директ маркетингу
Ukrainian direct marketing
association

ОТЧЕТ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ УРОВНЯ КАЧЕСТВА ТЕЛЕФОННОГО СЕРВИСА ИНФО ЛИНИЙ ДВАДЦАТИ КРУПНЕЙШИХ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ УКРАИНЫ

Киев - 2014

ЧТО И ЗАЧЕМ МЫ СДЕЛАЛИ

Провели оценку качества обслуживания информационных линий страховых компаний, оценивая телефонных консультантов, с целью выявить сильные и слабые стороны как отдельных компаний, так и в целом по рынку, и дали комментарии по улучшению.

КАК МЫ ЭТО СДЕЛАЛИ

Совершили обзвон по принципу «mystery calling», провели оценивание звонков, проанализировали ошибки и дали рекомендации по улучшению телефонного сервиса.

КОГО МЫ ИССЛЕДОВАЛИ

№ п/п	Компания	Телефон
1	Оранта	0800 50 05 05
2	ПРОВИДНА	0800 30 10 30
3	ТАС	0800 50 01 95
4	АХА Страхование	0800 30 27 23
5	Гарант - Авто	0800 500 456 0
6	Княжа	0800 50 14 86
7	Уника	0800 60 06 00
8	Українська охоронно-страхова компанія (УОСК)	0800 21 10 00
9	Гарантия	0800 50 15 31
10	Про100 страхование	044 206 28 85
11	Dominanta	044 220 07 55
12	Універсальна	0800 50 03 81
13	Днепринмед	0800 50 03 10
14	Країна	0800 50 04 67
15	Українська страхова група (УСГ)	0800 50 03 49
16	PZU Україна	0800 50 31 15
17	Украинская транспортная страховая компания (УТСК)	044 303 97 76
18	Арсенал Страхование	0800 60 44 53
19	АСКА	0800 50 15 01
20	ИНГО Украина	0800 30 55 53

Для исследования выбраны крупнейшие страховые компании Украины, декларирующие наличие колл/контакт-центров. Критерий, по которому были ранжированы компании, — по сборам премий по ОСГПО за 9 месяцев 2013 года Моторно-транспортного страхового бюро Украины.

ЧТО МЫ ГОВОРИЛИ

Основной вопрос звучал так:

Алло, здравствуйте! Девушка/Молодой человек, могу я узнать, сколько стоит полис автогражданки на мою машину?

Дополнительные вопросы:

- А я слышала, что стоимость зависит от франшизы?
- А что вообще будет застраховано?
- А что еще влияет на стоимость страховки?
- Подскажите адрес вашей компании в Киеве/Чернигове/Харькове

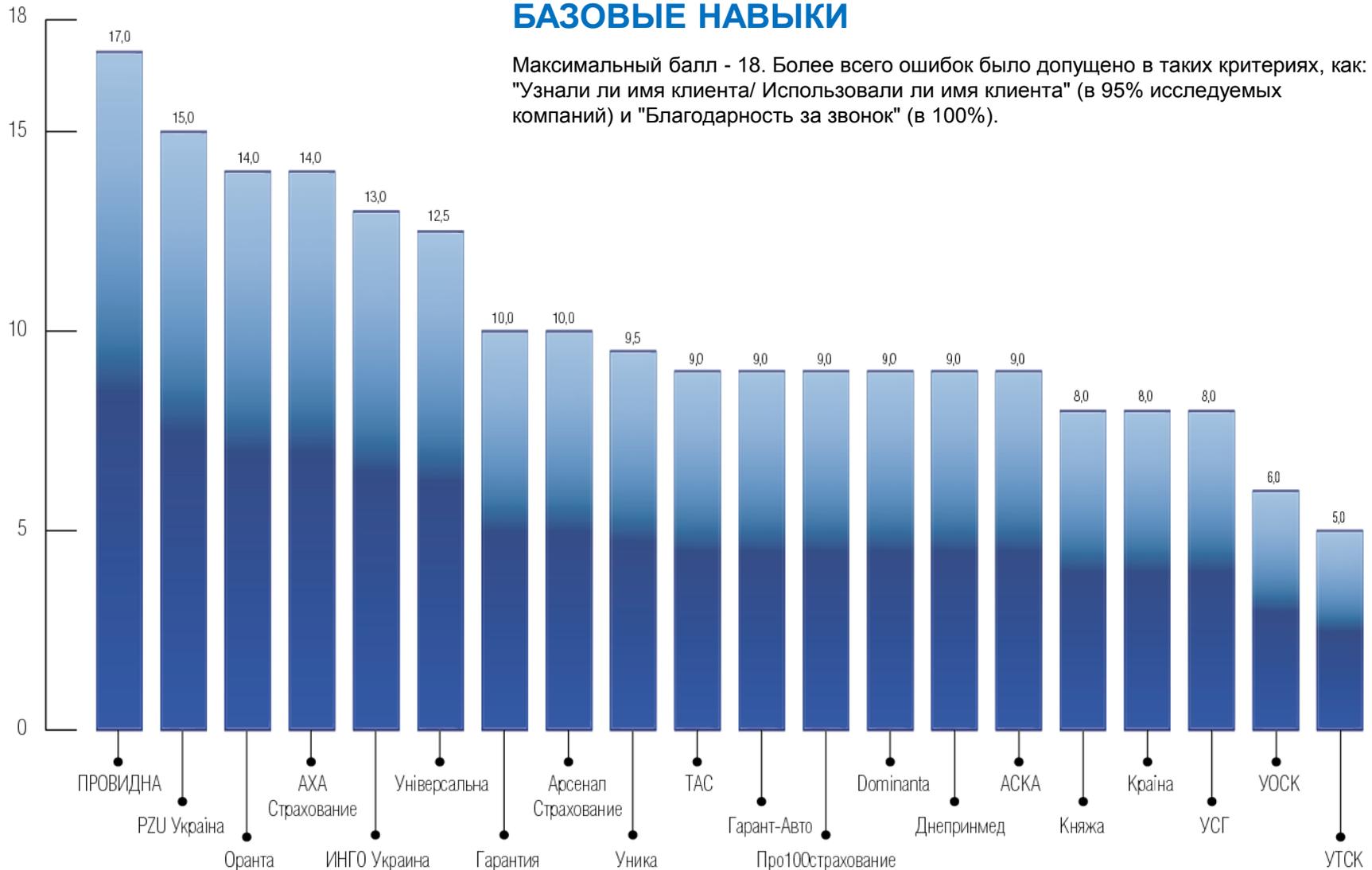
Возражение:

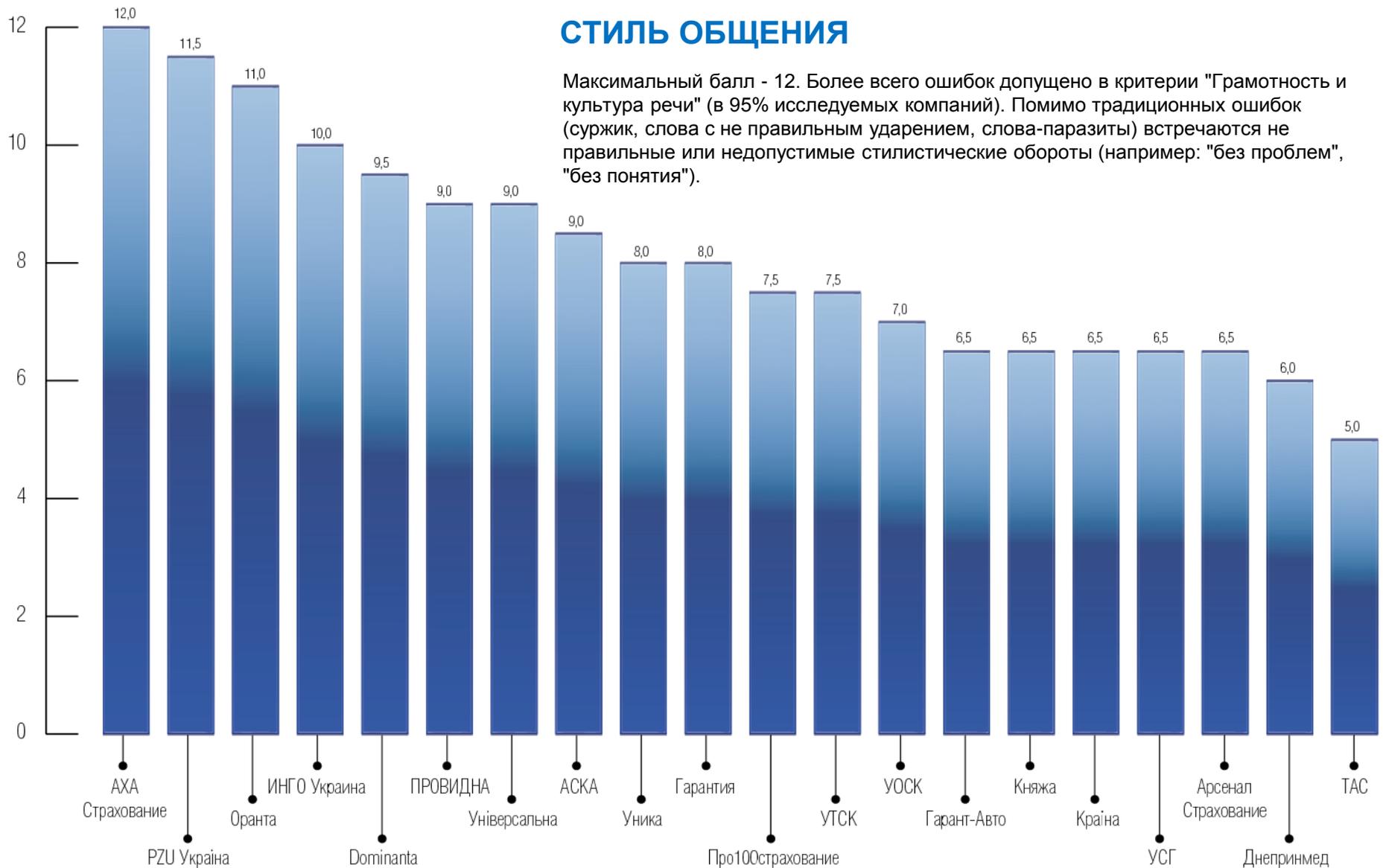
Ого! Это дорого! У других дешевле!

ЧТО ПОЛУЧИЛОСЬ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ

БАЗОВЫЕ НАВЫКИ

Максимальный балл - 18. Более всего ошибок было допущено в таких критериях, как: "Узнали ли имя клиента/ Использовали ли имя клиента" (в 95% исследуемых компаний) и "Благодарность за звонок" (в 100%).



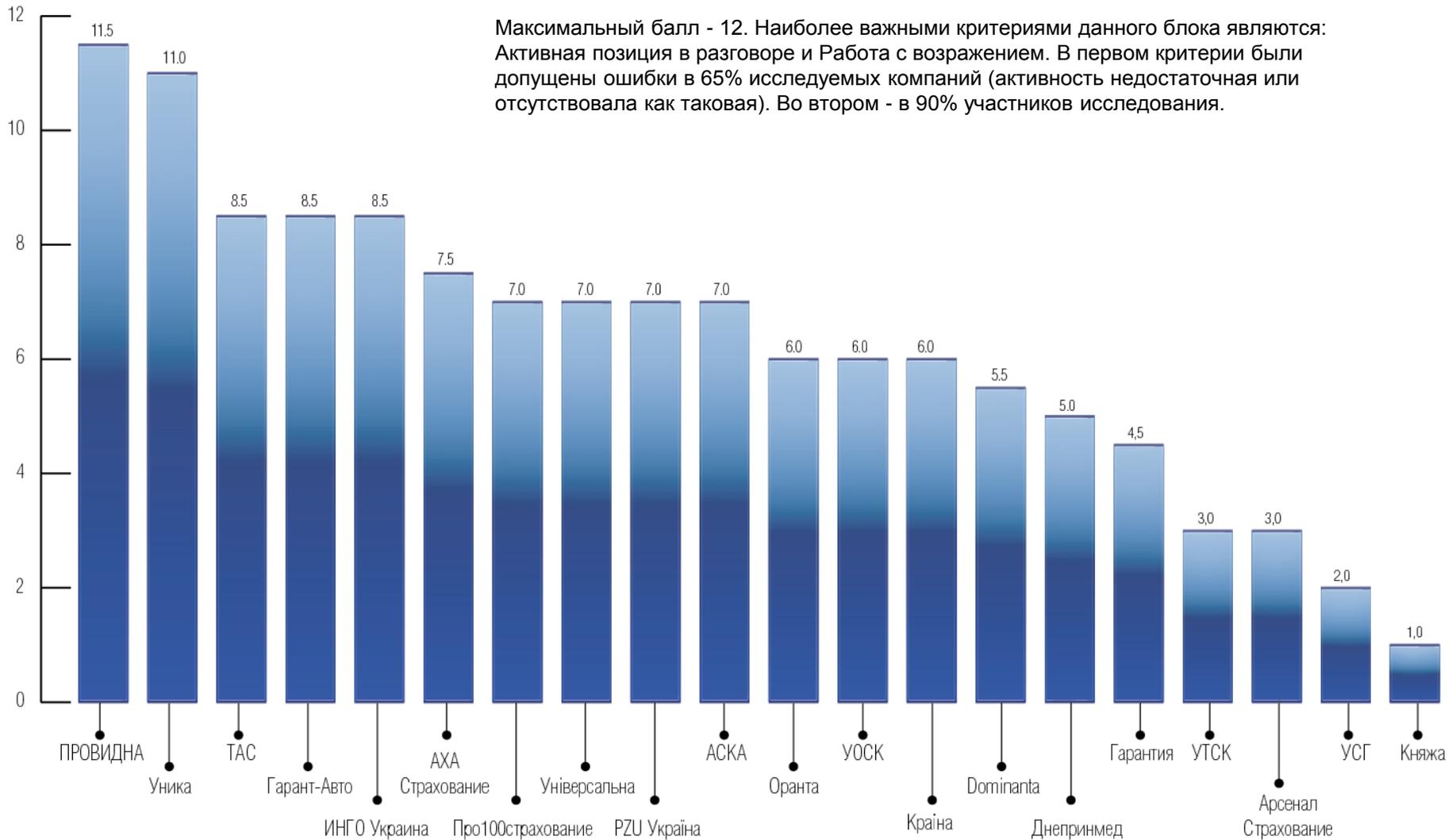


СТИЛЬ ОБЩЕНИЯ

Максимальный балл - 12. Более всего ошибок допущено в критерии "Грамотность и культура речи" (в 95% исследуемых компаний). Помимо традиционных ошибок (суржик, слова с не правильным ударением, слова-паразиты) встречаются не правильные или недопустимые стилистические обороты (например: "без проблем", "без понятия").

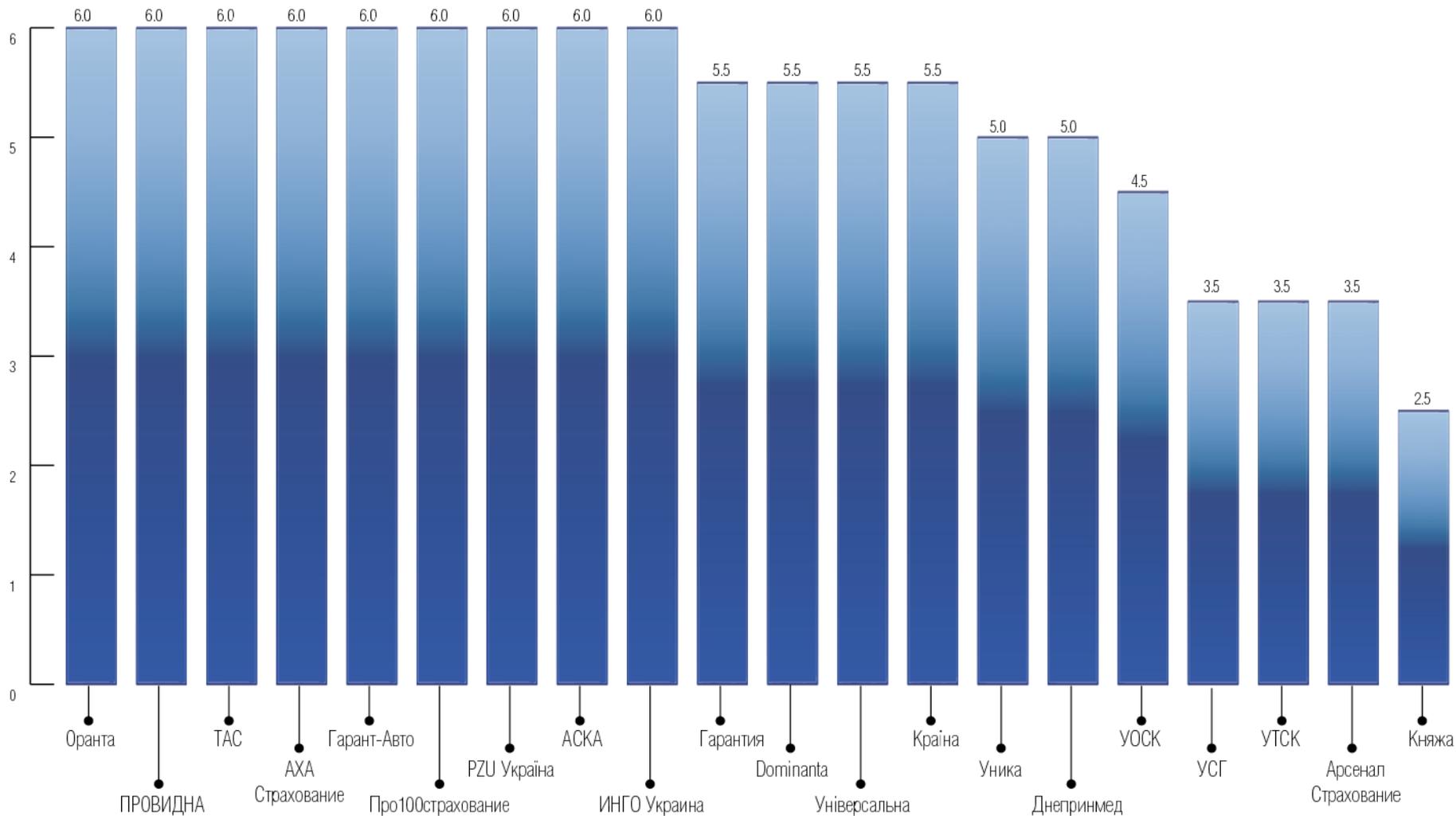
УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕНИЕМ

Максимальный балл - 12. Наиболее важными критериями данного блока являются: Активная позиция в разговоре и Работа с возражением. В первом критерии были допущены ошибки в 65% исследуемых компаний (активность недостаточная или отсутствовала как таковая). Во втором - в 90% участников исследования.



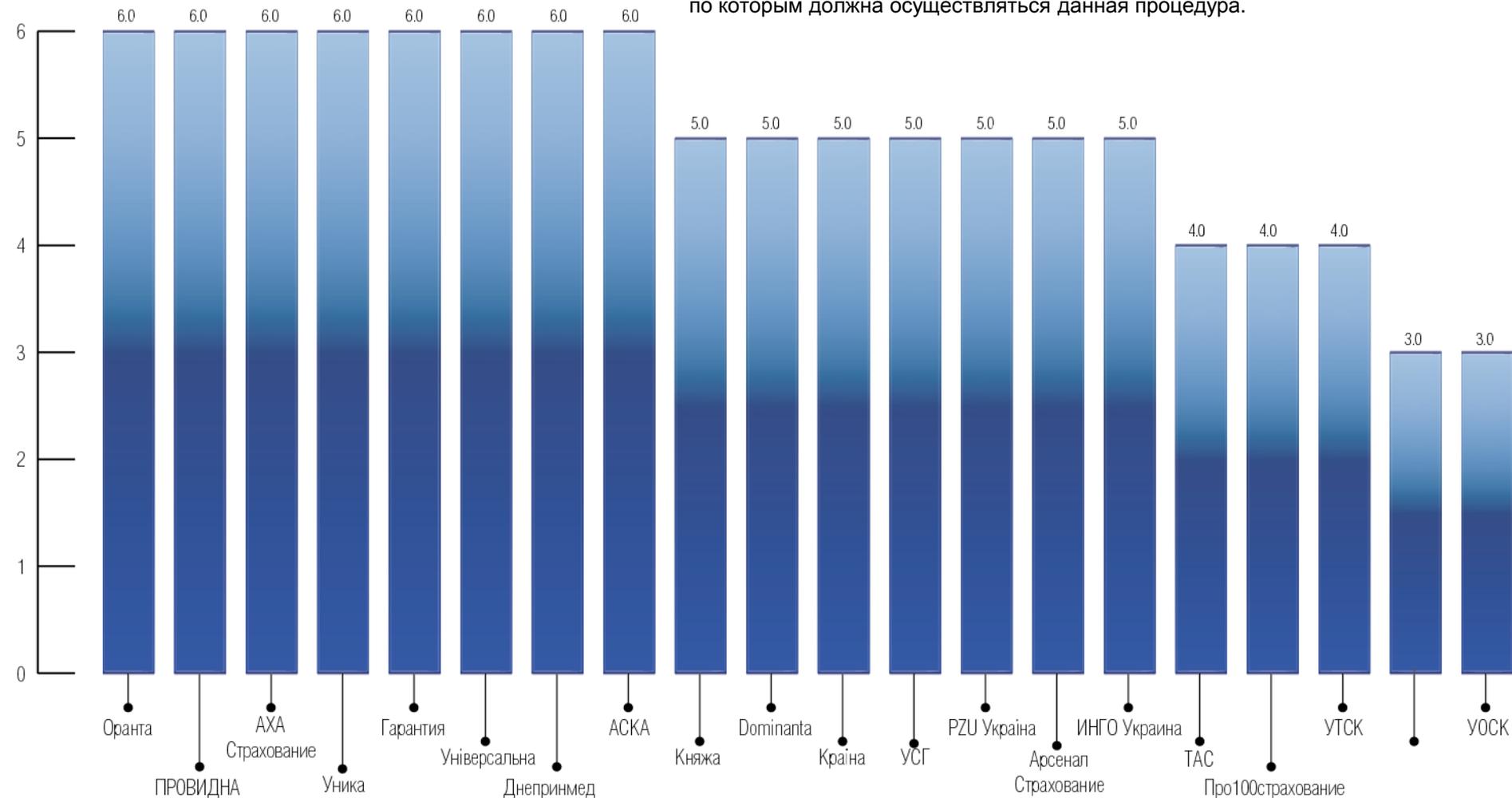
ЗНАНИЕ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ

Максимальный балл - 6. Одинаковое количество ошибок (в процентном соотношении) было допущено в двух критериях данного блока: и в критерии "Понятное объяснение", и в "Впечатление о компетентности оператора". Ошибки в 40% исследуемых компаний.



ПРОЦЕДУРНАЯ ЧАСТЬ

Максимальный балл - 6. В 20% исследуемых компаний были допущены ошибки при постановке клиента на холд. В 45% - при дальнейшей маршрутизации звонка. Как показало исследование, в сфере страховых компаний распространено такое явление, как трансфер вызова (в более 50% исследуемых компаний), но далеко не все представители владеют правилами, по которым должна осуществляться данная процедура.



ГРАДАЦИЯ ПО РЕКОМЕНДУЕМЫМ УРОВНЯМ

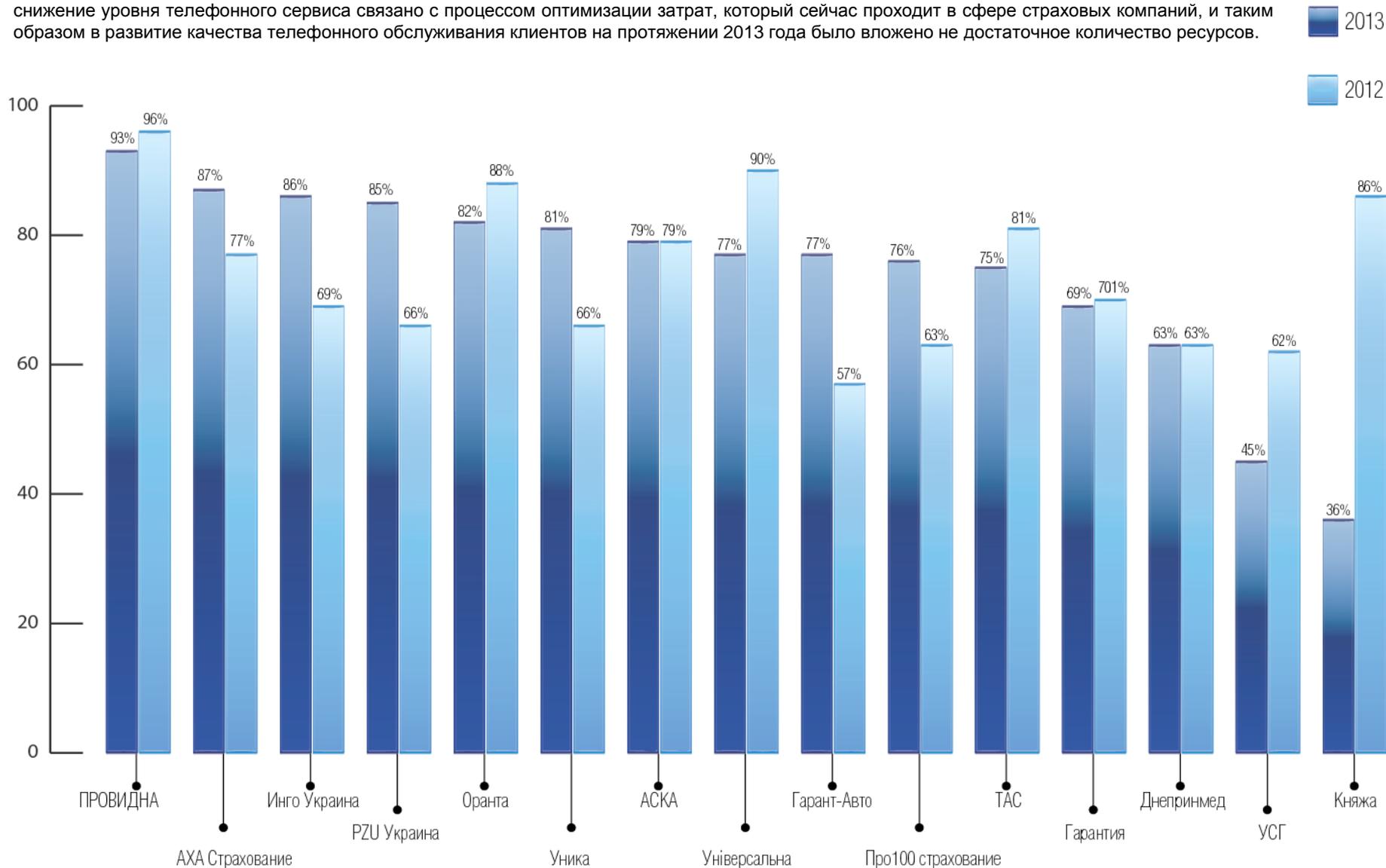
Уровень телефонного сервиса	Значение
Отличный уровень	96% и выше
Высокий уровень	От 90 до 95% (включительно)
Удовлетворительный уровень	От 80% до 89%
Недостаточный уровень	От 0 до 79 %

ГРАДАЦИЯ ПО РЕКОМЕНДУЕМЫМ УРОВНЯМ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПАНИЙ

Уровень телефонного сервиса	Значение
Отличный уровень	отсутствуют
Высокий уровень	ПРОВИДНА
Удовлетворительный уровень	Уника, Оранта, PZU Украина, Инго Украина, АХА Страхование
Недостаточный уровень	Княжа, УСГ, УТСК, Арсенал Страхование, УОСК, Днепринмед, Країна, Гарантия, Dominanta, ТАС, Про100страхование, Гарант-авто, Універсальна, АСКА

СРАВНЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ, 2012-2013 гг.

Как видим из представленного графика, общий уровень качества телефонного сервиса информационных линий страховых компаний в 2013 году стал немного ниже в сравнении с 2012 годом. У 7 представителей рынка уровень снизился, у 6 - стал выше и 2 компании в 2013 г. остались на таком же уровне, как и в 2012 г. В сравнении приняли участие компании, которые исследовались и в 2012 г., и в 2013 г. Возможно, небольшое снижение уровня телефонного сервиса связано с процессом оптимизации затрат, который сейчас проходит в сфере страховых компаний, и таким образом в развитие качества телефонного обслуживания клиентов на протяжении 2013 года было вложено не достаточное количество ресурсов.

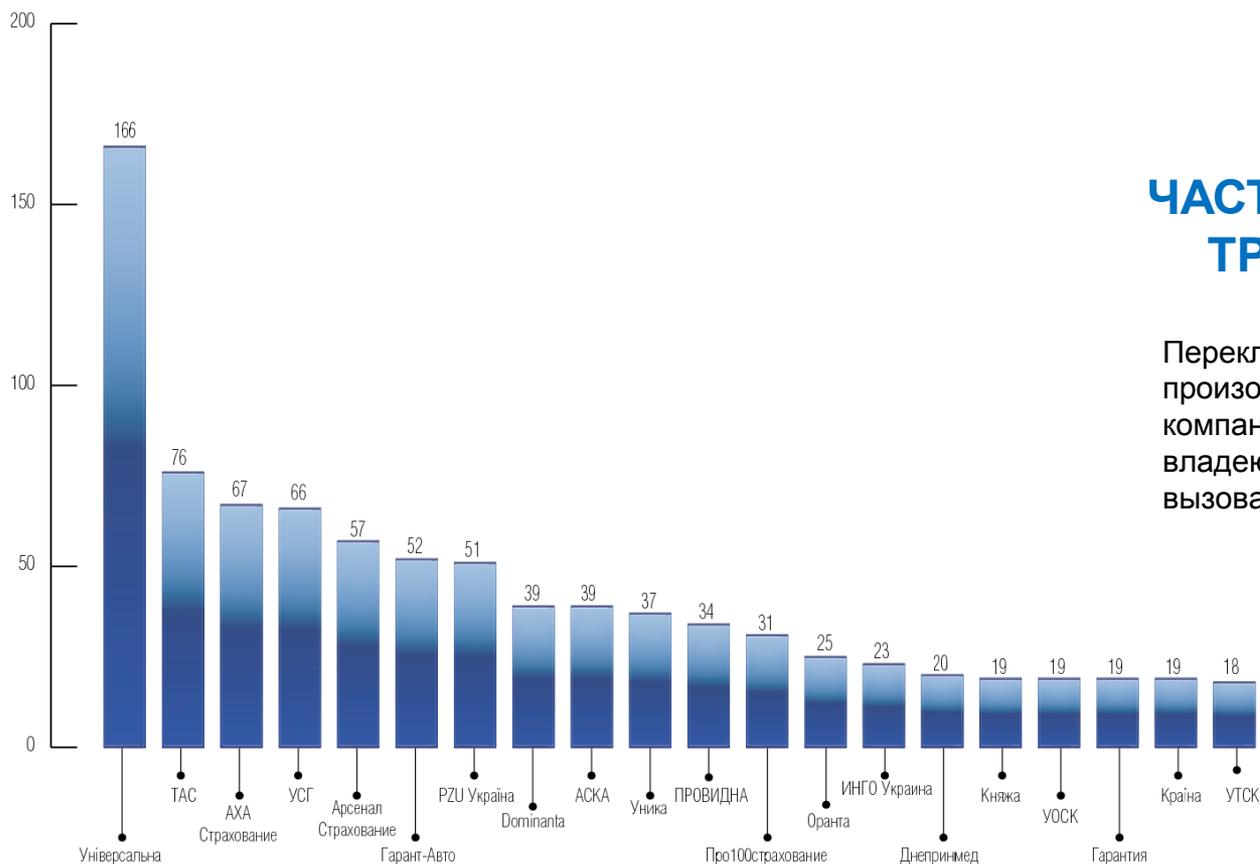


РЕКОМЕНДАЦИИ К УЛУЧШЕНИЮ

- 1. Базовые навыки.** При обучении необходимо обратить внимание специалистов на то, что обращаться к позвонившему по имени в течение разговора – это должно быть незыблемым правилом. К сожалению, многие операторы уточняют имя клиента, но не используют его в дальнейшем. Также важно при уточнении имя записать, чтобы не забыть в течение разговора и не переспрашивать. Важно не перепутать имя и не обратиться, например, к Лене: «Оксана,...».
- 2. Стиль общения.** Традиционно больше всего ошибок допускается в критерии «Грамотность и культура речи». Хорошо поставленная грамотная речь - это норма как профессионального сотрудника любой компании, так и просто воспитанного человека. Самыми распространенными ошибками является употребление слов-паразитов, суржика и слов с неправильным ударением. Что касается культуры речи, то нельзя допускать фривольность и употреблять не правильные стилистические обороты.
- 3. Управление общением.** Наиболее значимыми критериями данного блока являются «Активная позиция в разговоре» и «Работа с возражением». Для того, чтобы полноценно помочь клиенту, нужно не просто отвечать на вопросы, но и самому выявить потребность, предложить оптимальное решение. Что касается отработки возражения, то здесь важно полноценно владеть информацией по проекту и быть уверенным в себе при ответе. А также сохранять спокойствие и в случае необходимости успокоить клиента.
- 4. Знание предметной области.** «Впечатление о компетентности оператора» и «Понятное объяснение» - вот составляющие данного блока критериев. Выполнение этих параметров зависит от того, насколько качественно проводится подготовка оператора к работе и от желания самого специалиста обучаться. Рекомендовано уделять достаточно времени ознакомлению оператора с информацией и перед допуском к работе проводить тестовые звонки.
- 5. Процедурная часть.** «Постановка на холд» и «Дальнейшая маршрутизация вызова». В методике сформулированы правила выполнения этих критериев. Соблюдение этих правил сделает ожидание клиента на линии комфортным при поиске оператором информации или переключении звонка.

СКОЛЬКО НУЖНО ЖДАТЬ, ПОКА ОТВЕТИТ ОПЕРАТОР?

(IVR + ожидание соединения с оператором)



ЧАСТО ЛИ ПРОИСХОДИТ ТРАНСФЕР ЗВОНКА

Переключение клиента на вторую линию произошло более, чем в 50% исследуемых компаний. Большая часть специалистов не владеет правилами маршрутизации вызова.

* На графике представлены показатели (среднее время ожидания по всем 3-м звонкам) по каждой компании, в секундах.

ЧТО НЕ ОЦЕНИВАЛОСЬ, НО НА ЭТО СТОИТ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ

- Во время очередного звонка в компанию Днеринмед потенциального клиента просто отказались консультировать, сославшись на то, что вся информация представлена на сайте.
- В отделение Чернигова компании Гарант-авто так и не смогли дозвониться (номер предоставили на основной информационной линии компании).
- В компании Країна работает интересный консультант. Он готов предоставить информацию и про другие компании: где стоит покупать полис, а где нет: «Но, если Вы определитесь где-то страховать, узнайте страховую компанию и не поленитесь набрать по телефону меня. Я Вам скажу, стоит это делать или не стоит. Вот и все»

КТО МЫ

Экспертный Совет по вопросам деятельности отрасли контакт-центров при Украинской Ассоциации Директ Маркетинга (УАДМ):

- ❖ Величко Ирина, независимый консультант, построение и управление Контактными центрами
- ❖ Горелая Лилия, OS-Direct
- ❖ Калинина Наталья
- ❖ Калашник Валентин, OS-Direct
- ❖ Левченко Елена, Веер
- ❖ Несведов Юрий, МТС
- ❖ Сенченко Владимир, ПРОВИДНА
- ❖ Стреканова Елена, Альфа-Банк
- ❖ Шалыга Татьяна
- ❖ Орехова Светлана, FreshTel

В основу методики легли:

- базовая методика компании «Апекс Берг Контакт-Центр Консалтинг» (Россия)
- разработанная и апробированная методология компании «Веер» (Украина)
- индивидуальный опыт Экспертов

Техническое исполнение: компания FreshTel

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Мария Авраменко
Аналитик
Украинская Ассоциация Директ Маркетинга
(044) 490 90 88
avrmenko@uadm.com.ua