

# Call центр – эффективный инструмент в страховом бизнесе.



Александр Юсипов  
Форте-АйТи



## Мировой рынок Call центров по отраслям

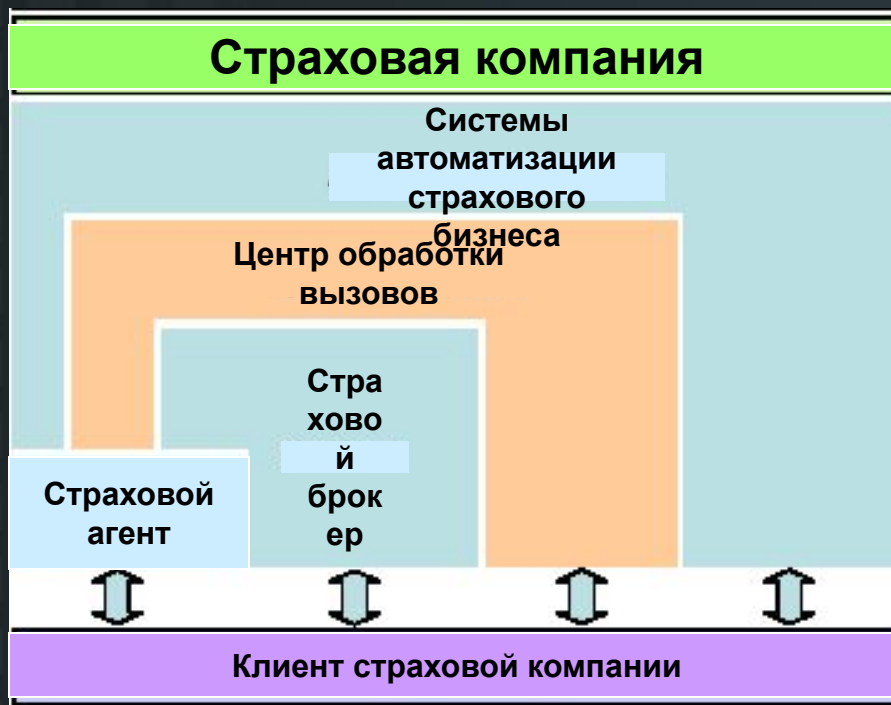


Источник Datamonitor

# Общие положения



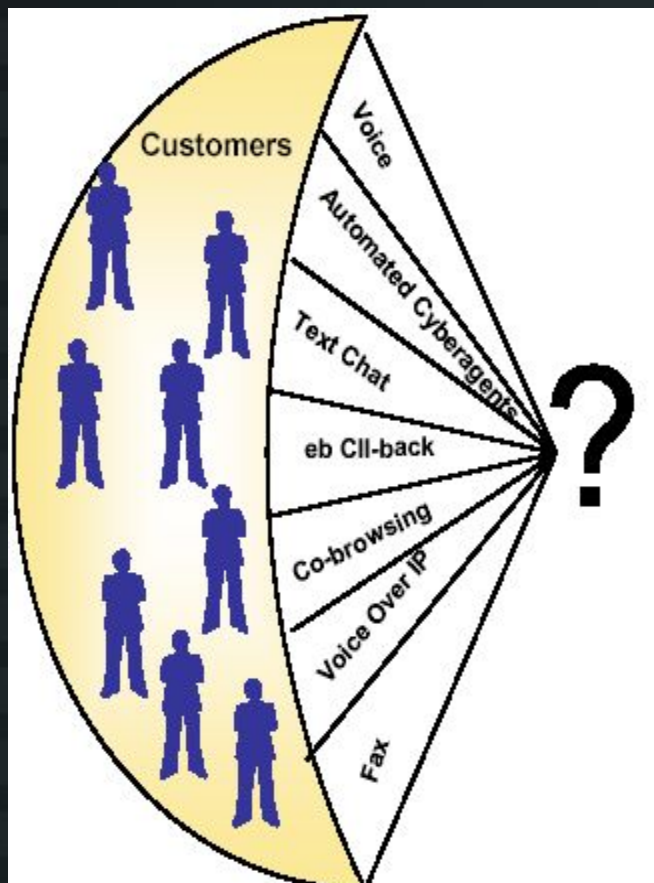
## Каналы взаимодействия страховой компании с её клиентом





- Основное количество страховых сделок с помощью агентов, страховых брокеров и Call-центров (отдел прямых продаж)  
Небольшое количество (не  $> 5\%$ ) с помощью альтернативных каналов (Web- запросы, e-mail, чат и т д.)
- Call-центры – ключевая роль в обработке запросов от клиентов и поддержка запросов от страховых агентов и страховых брокеров
- Call-центр -интеллектуальная телекоммуникационная платформа: идентификация запроса и связь его с **системами автоматизации**

# Call-центр





## *Работа с клиентом*

- Качественное обслуживание клиента при наступлении страхового случая (приоритет )
- Привлечение новых клиентов
- Удержание старых клиентов - персональный сервис .
- Минимизация и оптимизация временных затрат на обработку телефонных обращений
- Создание новых видов обработки клиентских запросов
- Проведение маркетинговых опросов
- Информирование клиента о новых страховых продуктах , услугах



*Оптимизация и контроль работы персонала*

- Автоматическая выдача «стандартной» информации ( о страховых продуктах , расположении офисов , времени работы, контактах и т.д ) и снижение нагрузки на операторов
- Интеллектуальная маршрутизация запроса клиента в зависимости от цели обращения на наиболее компетентного специалиста по данному виду страхования
- Получение наиболее полной информации о вызове и клиенте одновременно со звонком



## *Оптимизация и контроль работы персонала*

- Контроль в режиме реального времени за действиями операторов
- Анализ и прогнозирование качества обслуживания при резком увеличении числа обращений (ОСАГО)
- Запись переговоров для решения конфликтных ситуаций и выявления некачественного обслуживания клиентов
- “Скрытое обучение” операторов в процессе разговора с клиентом
- Учет рабочего времени-статистика по каждому оператору

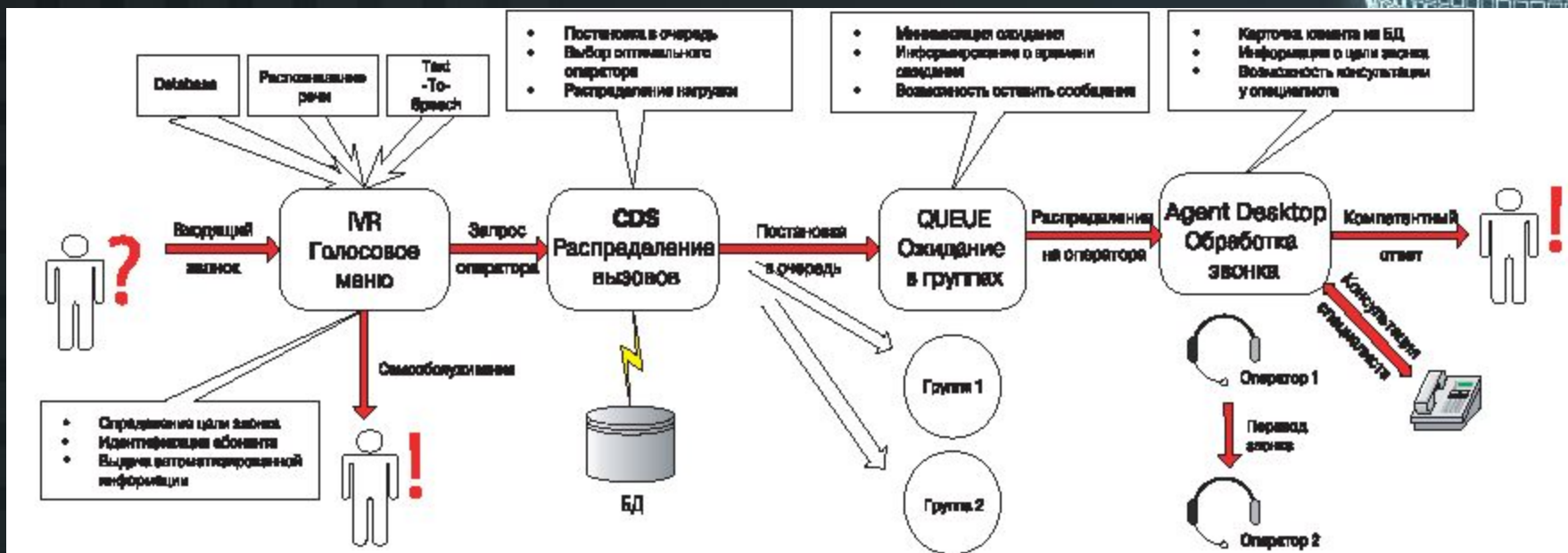


# Задачи



*Создание распределенного Call-центра.*

- Возможность быстрого развертывания небольших call-центров в филиальной сети компании с единым управлением и БД
- Возможность выноса операторских рабочих мест из основного call-центра



- Прием входящего запроса
- Идентификация клиента
- Определение цели звонка
- Автоматическое обслуживание
- Интеллектуальная маршрутизация на оператора
- Общение оператора с клиентом

# Call-o-Call IVR





# Call-o-Call IVR



Функциональность IVR :

- Определение цели звонка
- Автоматизация выдачи часто запрашиваемой информации (адрес ,новые страховые продукты)
- Идентификация и получение персональной информации в интерактивном режиме (интеграция с CRM):
  - статус рассмотрения запроса на страховую выплату
  - история предыдущих выплат
  - страховой калькулятор (коммерческое предложение)
  - получение типовых форм
  - смена персональной информации



# Call-o-Call IVR



*Возможности :*

- Открытые к редактированию сценарии обработки телефонных вызовов
- Создание группы сценариев с алгоритмом обработки в зависимости от параметров :
  - кто звонит (А-номер)
  - куда звонит (В-номер)
  - по какой линии
- Интеграция с системами автоматизации, CRM – создание персонифицированного сервиса, новых видов услуг.
- Распознавание голосовых команд в IVR



# Call-o-Call IVR



## *Преимущества :*

- Сведение к минимуму рутинных операций.
- Снижение финансовых, временных, человеческих затрат на совершение продаж и качественное обслуживание .
- Круглосуточный 24X7 сервис
- Быстрое получения персональной информации в режиме самообслуживания .



# Маршрутизация вызовов



Функциональность CDS :

- Перенаправление звонка на группу в зависимости
  - от параметров прописанных в сценарии (номер линии)  
Например звонок на номер отдела страховых выплат,отдел прямых продаж (рекламный), медицинского пульта,VIP-номер.
  - от результатов работы IVR
- Постановка в очередь в группу
- Минимизация ожидания (резервные группы)
- Выбор оптимального оператора (навыки)
- Информирование о времени ожидания
- Переадресация звонка



# Маршрутизация вызовов



## *Возможности*

- Выбор операторов в соответствии с :
  - выбранным алгоритмом  
(циклически,наименее занятый, случайный ,по обслуженным звонкам и т.д.)
  - знаниями и величиной этих знаний
- Распределение вызовов на резервные группы

## *Преимущества*

- За счет интеллектуальной маршрутизации направление запроса на наиболее компетентного специалиста.
- Сокращение времени на обработку запроса и затрат на использование каналов связи
- Использование групп и знаний позволяет снизить требования к квалификации – сокращение расходов на обучение





# Технология Screen pop-up



## *Информация о звонке на мониторе оператора*

- Номер и имя звонящего клиента
- Номер (услуга), на который звонит клиент
- Интересующая тематика
- История выбора пунктов меню IVR

При наличии интеграции с корпоративными системами и БД клиентов (CRM)

- Любая адресная информация
- История обращений и переписки
- Историю оплат по страховому договору клиента (статус)
- Историю страховых выплат
- Любую другую доступную информацию о клиенте





# Технология Screen pop-up



## *Возможности*

- Во время обработки звонка :
  - делать запросы к БД
  - вносить новые данные и изменения
  - формировать бланки запросов, претензий
- Сохранение информации при переводе звонка

## *Преимущества*

- История взаимоотношений с клиентом – быстрое решение проблем.
- Персональный подход к клиенту – повышение лояльности
- Повышение объема повторных и перекрестных продаж





# Статистика Call-o-Call



## *Возможности*

- Настройка графического интерфейса
- Создание собственных специфических отчетов
- *Преимущества*
  - Полный контроль за работой операторов
  - Анализ эффективности работы
  - Своевременная оптимизация работы Call-центра
  - Своевременное решение нестандартных ситуаций



## *Эффективное решение бизнес задач*

- Полный контроль над процессом обслуживания клиента
- Повышение лояльности и удовлетворенности клиента за счёт быстрого и качественного решения вопросов
- Организация персонального сервиса - индивидуальный подход
- Оптимизация затрат на обслуживание клиента
- Снижение стоимости привлечения клиента
- Накопление знаний о потенциальном клиенте – опросы
- Поддержка рекламных кампаний
- Организация прямых продаж с помощью исходящего обзвона



# Информация



**Спасибо за внимание !**

**Александр Юсипов**

**ООО «Форте-АйТи»**

**<http://ct.forte-it.ru>**

**[alexus@forte-it.ru](mailto:alexus@forte-it.ru)**

**(095) 251–2386/7948/3269**