

Звонок в страховую – что ждет клиента?

Итоги исследования «Оценка качества работы колл-центров»

Клуб руководителей колл-центров HotSkills (Украинской Ассоциации Директ Маркетинга) во главе с Экспертным советом по вопросам деятельности отрасли контакт-центров уже более трех лет проводят исследования качества телефонного обслуживания в различных сферах. Среди исследуемых компаний – крупные украинские банки, страховые, телекоммуникационные компании, дистанционная торговля и службы такси.

Многие представители украинского рынка не уделяют должного внимания качеству обслуживания потребителей по телефону. Даже в такой сфере, как интернет-магазины, где предполагается, что клиент делает заказ товара в основном через сайт, телефонный сервис имеет большое значение. Со слов самих потребителей, практически каждый второй перезванивает в интернет-магазин, чтобы задать уточняющие вопросы, получить дополнительную информацию.

Исследования качества телефонного обслуживания дают возможность оценить консультантов, предоставить взгляд «со стороны». Результаты данных исследований помогают выявить лучшие практики отрасли, определить лучших специалистов.

На очередном заседании клуба HotSkills 9 августа этого года были



презентованы результаты второго исследования качества телефонного обслуживания страховых компаний, с которым мы и знакомим читателей «Финансовых услуг».

Исследованы 20 наиболее крупных компаний Украины (результаты рейтинга по показателю валовых страховых платежей по итогам 9 месяцев 2010 года).

График 1. **ОЦЕНКА БАЗОВЫХ НАВЫКОВ**

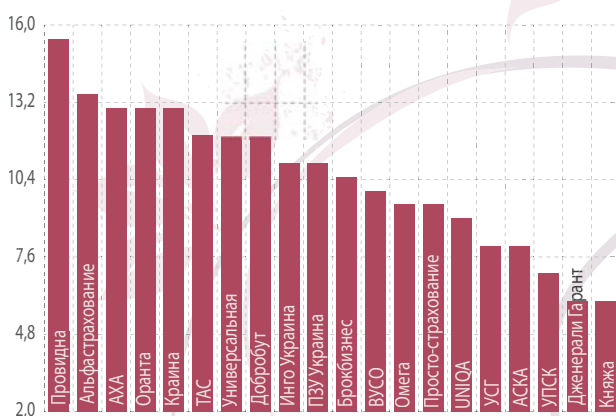


График 2. **ОЦЕНКА СТИЛЯ ОБЩЕНИЯ**

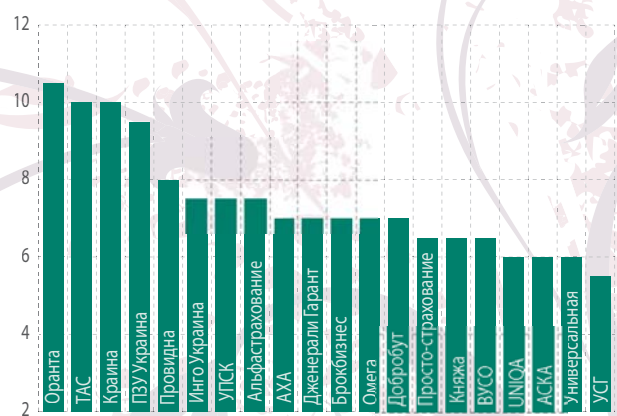


График 3. ОЦЕНКА УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕНИЕМ

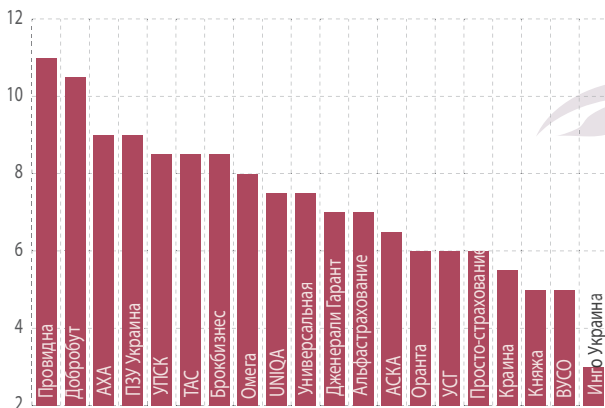
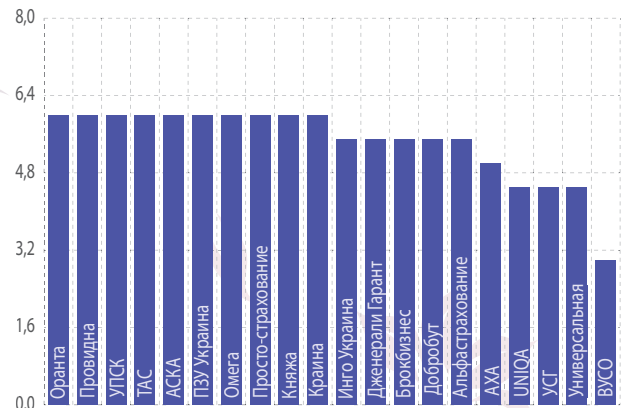


График 4. ОЦЕНКА ЗНАНИЯ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ



Оценка проводилась согласно методике, основанной на базовой методологии «Апекс Берг Контакт-Центр Консалтинг» (Россия), разработанной и апробированной методологии Веерг (Украина), а также на многолетнем индивидуальном опыте экспертов.

Для того чтобы оценить качество предоставления телефонного сервиса, необходимо совершить звонок консультанту компании и задать простой вопрос, интересующий практически любого клиента. Для исследования в сфере страхования экспертным советом был выбран основной вопрос: «Я часто езжу по Украине. Скажите, пожалуйста, если в дороге что-то произойдет, куда мне обращаться?» Также в течение разговора «клиент» задавал сопутствующие уточняющие вопросы. Например, «А что влияет на стоимость страховки?»

В каждую компанию нашими специалистами совершалось по три звонка: утром, днем и вечером. Три звонка – это минимально необходимое количество для оценки качества телефонного обслуживания. Также для того, чтобы объективно оценить, как телефонный консультант обслуживает потребителей в течение всего дня, звонки совершались в разное время суток. Обязательным условием являлось наличие в разговоре одного возражения. По правилам общения оператора колл-центра (телефонного консультанта) с клиентом, необходимо не только грамотно предоставлять информацию, но и уметь ответить на возражение, успокоить позвонившего, если нужно.

Существует пять групп критериев:

1. Базовые навыки.

2. Стиль общения.

3. Управление общением.

4. Знание предметной области.

5. Процедурная часть.

В каждой группе собраны равноценные по значимости критерии, и каждая из групп имеет свой удельный вес, который определяется важностью критериев. Например, «Управлению общением» отведено 30%, а «Базовым навыкам» – 15%. В сумме все блоки критериев составляют 100%.

После совершения звонков каждой из них прослушивается аудитором и оценивается по 3-балльной шкале: 0/0,5/1. Если критерий присутствует и выполнен в полной мере, например, оператор поздоровался, представил себя и компанию, то это соответствует оценке «1». Если критерий выполнен, но не в полной мере, присутствуют незначительные погрешности, то это соответствует оценке «0,5». Например, в целом речь оператора в течение разговора была грамотной, но про-

скочило слово-паразит или слово с неправильным ударением. Если критерий не выполнен или выполнен абсолютно неправильно – это «0».

Все оценки вносились в единый документ – Протокол оценивания телефонного разговора.

После составления Протокола выводятся общие оценки по каждому блоку критериев для каждой компании.

Максимальное количество баллов, которое можно набрать в блоке «Базовые навыки», – 18. На **графике 1** видно, что, к сожалению, ни в одной из исследуемых компаний операторы не владеют данными навыками в совершенстве, но есть явный лидер по выполнению критериев из данного блока. И представители более половины компаний владеют базовыми навыками общения на должном уровне.

Максимальное количество баллов в блоке «Стиль общения» – 12. На **графике 2** видно, что компании,

График 5. ОЦЕНКА ПРОЦЕДУРНОЙ ЧАСТИ

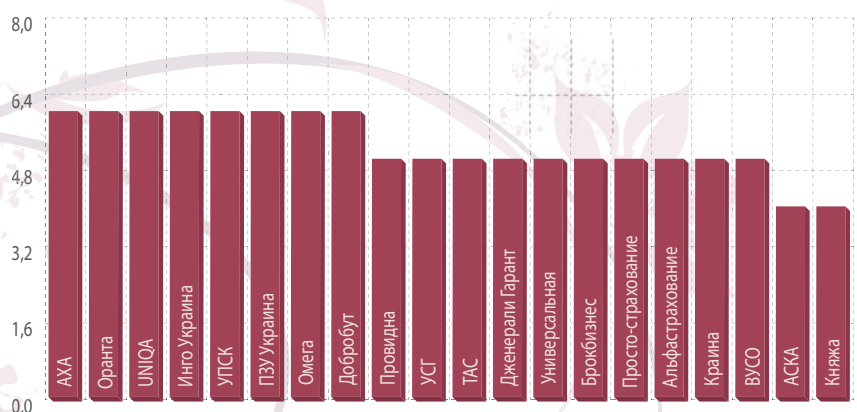


Таблица 2

Длительность IVR и количество разделов основного меню

№ п/п	Компания	Длительность меню, сек.	К-во разделов
1	АХА	32	5
2	Оранта	30	4
3	UNIQA	37	8
4	Инго Украина	32	6
5	Провидна	28	4
6	УПСК	-	-
7	УСГ	36	3
8	ТАС	65	8
9	АСКА	70	10
10	ПЗУ Украина	-	-
11	Дженерали Гарант	-	-
12	Универсальная	24	3
13	Брокбизнес	31	4
14	Омега	-	-
15	Просто-страхование	-	-
16	Добробут	20	Только приветствие
17	Княжа	-	-
18	Альфастрахование	19	3
19	Краина	23	3
20	ВУСО	-	-

которые являются лидерами по навыкам базового общения, в блоке «Стиль общения» уступили первенство другим страховым. Стиль общения предполагает переход на один язык с клиентом, темп, грамотность речи, наличие вежливости в разговоре. В общем представители всех страховых компаний справились с критериями данного блока. Практически все – 80% исследуемых компаний – набрали более 6 баллов.

Максимальное количество баллов в блоке «Управление общением» – 12. Здесь мы наблюдаем возвращение компании – лидера по базовым навыкам на первое место. Так же, как и с предыдущим блоком, представители большинства компаний справились должным образом с критериями.

Максимальное количество баллов в «Знании предметной области» – 6. Данный блок по праву считается самым субъективным из всех имеющих, так как состоит из двух таких критериев, как «Понятное объяснение» и «Впечатление о компетентности оператора». Оценивание разговора происходит с позиции клиента. Кому-то оператор может по-

казаться недостаточно компетентным, а кому-то проявленного профессионализма вполне достаточно. Но все-таки наличие четкой расшифровки данных критериев помогает максимально объективно выставить балл.

На **графике 4** видно, что представители практически всех страховых компаний Украины владеют информацией в полной мере и умеют понятно и доступно ее донести потенциальным клиентам.

Максимальное количество баллов блока «Процедурная часть» – 6. В данном блоке присутствует два критерия, наличие которых обеспечивает комфортное ожидание клиента на линии и правильное переключение звонка на другого специалиста. Так же, как и в предыдущем блоке, видим, что представители практиче-

ски всех страховых придерживаются общепринятых правил при постановке клиента на hold и дальнейшей маршрутизации звонка.

В рамках данного исследования не оценивалась длительность Interactive Voice Response (IVR) – система предварительно записанных голосовых сообщений – и количество разделов его основного меню. Но так как время, потраченное на прохождение IVR, может быть критичным при страховом случае, мы решили изучить данный вопрос, а результаты представить за рамками исследования.

Таблица 3 показывает итоговые баллы по трем звонкам каждой из компаний и итоговый результат.

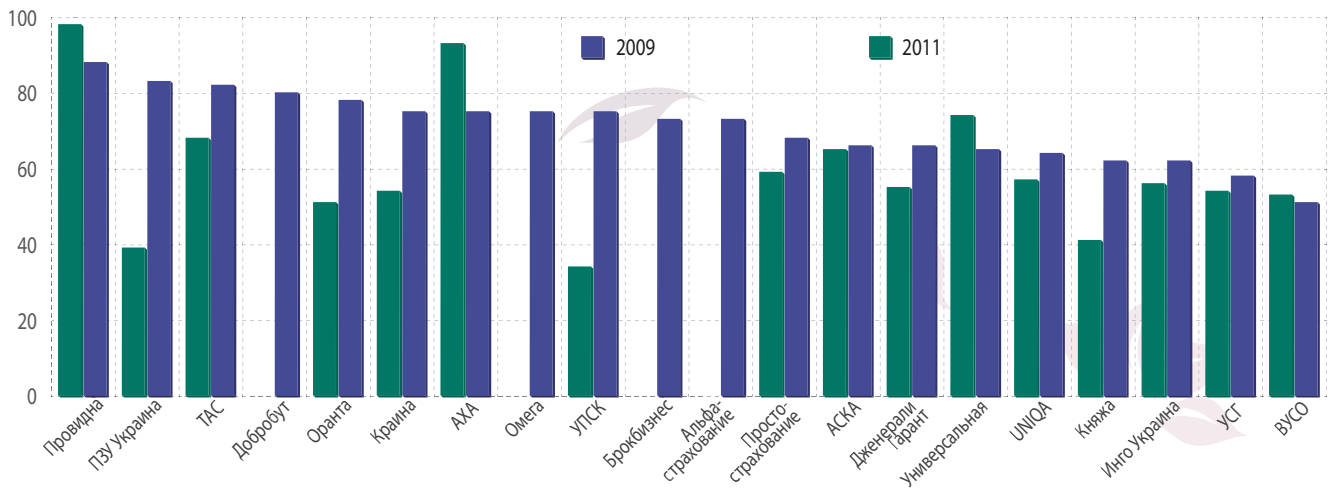
Исследования качества телефонного обслуживания проводятся циклически. Это дает возможность отследить

Таблица 1

Протокол оценивания телефонного разговора

№ п/п	Критерии	Шкала оценки	Компания №		
			Разговор 1	Разговор 2	Разговор 3
I. Базовые навыки		<i>max</i>	6	6	6
		<i>real</i>	5	3	5
		%	13%	8%	13%
1	Приветствие	0/1	1	1	1
2	Название компании	0/1	1	1	1
3	Идентификация оператора	0/1	1	0	1
4	Узнали ли имя клиента?/ Использовали ли имя клиента в разговоре?	0/0,5/1	0	0	0
5	Благодарность за звонок	0/1	1	0	1
6	Прощание	0/1	1	1	1
II. Стиль общения		<i>max</i>	4	4	4
		<i>real</i>	2,5	2	2,5
		%	13%	10%	13%
7	Переход на один язык с клиентом	0/1	1	1	1
8	Наличие слов вежливости	0/1	0	1	0
9	Темп разговора	0/1	1	0	1
10	Грамотность и культура речи	0/0,5/1	0,5	0	0,5
III. Управление общением		<i>max</i>	4	4	4
		<i>real</i>	4	1	4
		%	30%	8%	30%
11	Побуждение к следующему звонку / визиту	0/1	1	0	1
12	Активная позиция в разговоре	0/0,5/1	1	0,5	1
13	Внимательное и корректное слушание	0/1	1	0	1
14	Работа с возражениями	0/0,5/1	1	0,5	1
IV. Знание предметной области		<i>max</i>	2	2	2
		<i>real</i>	2	1	2
		%	30%	15%	30%
15	Понятное объяснение	0/0,5/1	1	0,5	1
16	Впечатление о компетентности оператора	0/0,5/1	1	0,5	1
V. Процедурная часть		<i>max</i>	2	2	2
		<i>real</i>	2	2	2
		%	5%	5%	5%
17	Соблюдение процедуры постановки звонка на удержание (hold)	0/1	1	1	1
18	Соблюдение процедуры осуществления трансфера (дальнейшей маршрутизации) вызова	0/1	1	1	1
Общее среднее / Итог за разговор			75%	90%	45%
				90%	

График 6. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЕЗУЛЬТАТОВ ЗА 2 ГОДА: 2009 И 2011 ГГ.



изменения на рынке. На **графике 6** подана сравнительная характеристика результатов за два года: 2009-й и 2011-й.

Ситуация на рынке страхования за последние два года значительно изменилась. Наблюдается более равномерная картина, чем в 2009 году, нет резких перепадов между компаниями в качестве предоставляемого телефонного сервиса. Количество набранных баллов находится в пределах от 51 до 88. Хочется отметить такие компании, как ПЗУ Украина и Украинская пожарно-страховая компания, у которых уровень предоставления телефонного сервиса вырос более чем на 40%! Надеемся, что в следующем

исследовании будут продемонстрированы более высокие результаты и общий уровень качества предоставления телефонного сервиса в сфере страхования станет еще лучше.

Часто спрашивают, почему такая разница в качестве телефонного обслуживания двух компаний, которые обслуживают один и тот же аутсорсинговый контакт-центр (АКЦ). Необходимо отметить, что качество обслуживания в телефонном режиме зависит не только от исполнителя (тот или иной АКЦ), но и от заказчика. Например, выделенные операторы работают на проекте или нет; как обучили операторов, насколько качественно составлена документация для

работы по проекту (сценарий разговора, база знаний) и так далее. Отсюда вывод: один и тот же контакт-центр может обслуживать две разные компании, при этом результат, то есть качество телефонного обслуживания, будет разным.

Определить проблему – это половина дела, но ее нужно еще и устранить. Поэтому всякое исследование теряет смысл, если после него не задуматься, что же делать для того, чтобы изменить ситуацию в лучшую сторону. Исследование качества телефонного обслуживания дает возможность определить, в какой области, а точнее в каком блоке критериев, которыми характеризуется разговор, есть недоработки. Если компания получила низкий балл за «Базовые навыки», значит, операторы не придерживаются правил представления себя и своей организации или не по правилам заканчивают разговор. Если невысокие оценки стоят за критерии в «Стиле общения», это говорит о том, что «хромает» грамотность речи или оператор не употребляет слов вежливости во время разговора.

Результаты такого исследования будут очень полезны для контроля качества работы АКЦ, услугами которого пользуется компания. Если же контакт-центр свой внутренний, то исследование очень пригодится тренеру для дальнейшей работы с операторами. ♦

Мария РОМАНЕНКО,

аналитик Украинской Ассоциации

Директ Маркетинга

(044) 490 90 88

romanenko@uadm.com.ua

Таблица 3

Итоговые оценки по звонкам

№ п/п	Компания	Итоговый балл	Разговор 1	Разговор 2	Разговор 3
1	Провидна	88	74	95	95
2	ПЗУ Украина	83	78	90	80
3	ТАС	82	85	66	95
4	Добробут	80	91	78	73
5	Оранта	78	76	76	83
6	Краина	75	69	76	81
7	АХА	75	90	45	90
8	Омега	75	75	75	74
9	УПСК	75	78	71	75
10	Брокбизнес	73	76	61	83
11	Альфа-страхование	73	86	61	71
12	Просто-страхование	68	73	56	75
13	АСКА	66	66	71	61
14	Дженерали Гарант	66	75	61	61
15	Универсальная	65	74	63	60
16	Уника	64	56	53	83
17	Княжа	62	68	61	56
18	Инго Украина	62	65	69	51
19	УСГ	58	55	63	55
20	ВУСО	51	34	54	65