

# ОБЗОР ПРОГРАММЫ ФОРУМА



23-24 марта 2010, Radisson Slavyanskaya, Moscow, Russia

## ПРОГРАММА

Внимание! В Программе возможны дополнения и изменения без персонального уведомления участников. Пожалуйста, следите за обновлениями на web-сайте: [www.cwrf.ru](http://www.cwrf.ru)

### 2 ДЕНЬ ФОРУМА, 24 марта

09:00 - Регистрация делегатов

## СЕССИЯ КЛИЕНТЫ: УПРАВЛЕНИЕ CUSTOMER SERVICE, CRM

10.00-18.15

### ЗАЛ «ПУШКИН»

10.00-18.15

### ЗАЛ «ПУШКИН»

10.00 – 10.20

#### «Выбор стратегии обслуживания клиентов»

**Ирина Ларина**, Директор по обслуживанию, Вице-президент, **Ренессанс Кредит**

- Разработка функциональной и организационной структуры Customer Service;
- Как влияют бизнес вводные на формирование сервисной стратегии;
- Правило составления SWOT анализа для определения отправной точки в развитии сервиса. На что обращаем внимание;
- Выбор стратегического направления;
- Определение и описание KPI обслуживания клиентов;
- Три примера выбора стратегии сервиса;
- Формирование плана ключевых инициатив для достижения желаемых результатов;
- Факторы успеха.

10.20 – 10.40

#### «Принципы управления стратегическими клиентами»

**Екатерина Ражанская**, Директор Контакт-центра, **МЦ НТТ – Ростелеком**

- Управление ключевыми клиентами как самостоятельный бизнес-процесс;
- Построение организационной структуры, при которой можно эффективно взаимодействовать с ключевыми клиентами, удовлетворять их потребности, отвечать их ожиданиям;
- Выявление ключевых клиентов (разработка критериев оценки клиента);
- Формирование команды поддержки экаунт-менеджеров (как обеспечить необходимое количество человеческих ресурсов);
- Разработка общекорпоративной модели взаимоотношений с клиентами для всех уровней и подразделений вашей компании.

10.40 – 11.05

#### «Как обеспечить клиентский сервис мирового уровня с помощью Единого рабочего места оператора»

**Денис Олеванов**, Бизнес-консультант, **Tieto Russia**

- 95% успешных контакт-центров Европы используют Единое рабочее место оператора. Почему?
- Что такое единое рабочее место оператора. Концепция;
- Увеличение ценности клиента для бизнеса благодаря централизации клиентских данных средствами Единого рабочего места;
- Современные технологии для построения Единого рабочего места;
- Это работает! Примеры успешных проектов.

Пожалуйста, следите за обновлениями на web-сайте: [www.cwrf.ru](http://www.cwrf.ru)

11.05 – 11.30

**«Multichannel 2.0. Технологии «Си Ти Ай» на службе нового поколения Ваших Клиентов»**

**Александр Борток**, Директор по работе с корпоративными клиентами, **СТІ**

**Платон Бегун**, Менеджер по развитию бизнеса, **СТІ**

- Удобный, быстрый и привлекательный канал доступа в контакт-центр вместо вашей системы IVR;
- Видео звонок – реальный и недорогой способ расширения каналов обращения в клиентскую службу;
- Социальные сети на службе лояльности клиентов и повышения ваших продаж.

11.30 – 12.00

**Перерыв на кофе, осмотр Выставки**

12.00 – 12.25

**«Контакт-центры будущего»**

**Алексей Троценко**, Начальник отдела контакт-центров, **АМТ-ГРУП**

- Коммуникации с клиентами – интернет и социальные сети;
- Масс-маркетинг в новых условиях;
- Оператор контакт-центра нового поколения;
- Куда двигаются технологии.

12.25 – 12.45

**«Золотая середина» – модель эффективного информационно-консультационного взаимодействия Газпромбанка с клиентами»**

**Лина Эл**, Начальник Центра обработки вызовов, **ГПБ (ОАО)**

- Стратегия эффективного взаимодействия с различными категориями клиентов Газпромбанка по принципу «золотой середины». Качество первичного консультирования как залог успеха.
- Чем больше знаний о клиентах, тем больше поле для деятельности. Главный акцент - предвосхищение запросов клиентов и профилактика проблем при их обслуживании. Изучение информации об основных и частных потребностях клиентов. Способы сбора информации;
- Организация процесса. Система поддержания качественного обслуживания клиентов.
- «Трудности перевода» - отрешение от стандартов и поиск собственного пути. Стратегия «неактивных» продаж.

12.45 – 13.05

**«Эффективные продажи в Контактном Центре»**

**Сергей Пехов**, Заместитель Директора центра обслуживания абонентов - руководитель Контактного Центра, **Северо-Западный филиал ОАО «МегаФон»**

- С чего начать организацию продаж в контакт-центре?
- Развитие навыков продаж в персонале;
- Берем высокую планку;
- Жалоба как подарок;
- Необходимая ИТ инфраструктура;
- Дальнейшие направления развития продаж.

13.05 – 13.30

**«Клиентоориентированный контакт центр за 3 месяца: практические рецепты»**

**Владимир Левин**, Руководитель департамента программных решений, **Belmont**

13.30 – 14.30

**Перерыв на обед**

14.30 – 14.50

**«Опыт развития Call-центра технической поддержки на массовом рынке»**

**Горбатов Анатолий**, Директор по обслуживанию абонентов, **ЗАО «Центел» (QWERTY)**

- Классическая структура подразделения технической поддержки;
- Анализ проблем, предпосылки развития подразделения;
- Технические и организационные мероприятия направленные на повышение качества клиентского сервиса;
- Оценка результатов. Планы на будущее.

14.50 – 15.15

**«Внедрить значит интегрировать»**

**Никита Сысоев**, Директор департамента бизнес-приложений, **Oberon**

- Место contact-центра в компании, анализ проходящей через него информации, определение ее источников и потребителей, выявление точек интеграции;
- Рабочее место оператора и личный кабинет клиента contact центра, как пример интеграционных решений;
- Методы и реализации интеграции contact-центров с CRM системами;
- Интеграция с использованием Microsoft Customer Care Framework, примеры решений;
- Интеграция CRM и IVR.

15.15 – 15.35

**«Централизованный контакт-центр на базе CRM: подводные камни»**

**Борис Шлаин**, Бизнес-аналитик

- Построение контакт-центра на базе CRM имеет целый ряд преимуществ и уже стало технологическим стандартом де-факто;
- Доработка систем CRM для контакт-центра включает две группы задач: интеграцию CRM и СТИ-сервера и адаптацию интерфейса для рабочего места оператора;
- На этапе внедрения возникают дополнительные «подводные камни» - причины этого: неоднородность бизнес-процессов в разных подразделениях и филиалах и несоответствие качества данных требованиям централизации;
- Качество контактных данных и данных для сегментации имеет ключевое значение для коммуникации с клиентами;
- Парадоксальная зависимость: чем лояльнее клиенты, тем вероятнее использование старых систем использовались для их регистрации и «грязнее» информация о клиентах;
- Даже использование ранее внедренной централизованной CRM может потребовать поэтапного «подключения» филиалов и подразделений к централизованному контакт-центру;
- Уточнение требований к данным и разработка плана стандартного проекта «подключения филиала к контакт-центру» должны быть произведены на этапе подготовки бизнес-требований и уточнены по итогам пилотного проекта.

15.35 – 15.45

**«Практика обработки жалоб и обращений клиентов в «ТКБ» (ЗАО)»**

**Екатерина Старшинова**, Начальник отдела сопровождения клиентов Службы Контакт-Центр, **Транскапиталбанк**

- Во сколько обходится обработка жалоб и почему Банк идет на эти расходы?
- По каким каналам у клиентов есть возможность обратиться в «ТКБ» (ЗАО) и получить ответ на обращение, наиболее популярные каналы;
- Схема работы с жалобами и обращениями, действующая на текущий момент в «ТКБ» (ЗАО);
- Результаты работы: что изменилось с момента введения обработки жалоб и предложений в «ТКБ» (ЗАО).

15.45 – 15.55

**«Претензионная работа в корпоративном Контакт-центре Компании «МИР»**

**Ольга Серогодская**, Начальник Контакт-центра, **МИР**

- Краткая история Компании «МИР»;
- Разделение Контакт-центра на сектора по функционалу. Выделение клиентского сектора, ответственного за прием, распределение и решение претензий;
- Взаимодействие с клиентами Компании через все возможные каналы связи (телефон, web-сайт, e-mail, ICQ);
- Взаимодействие с магазинами Компании. Организация авторизации возвратов в региональных магазинах сети;
- Прием претензий по качеству обслуживания клиентов в магазинах сети, сервисных подразделениях Компании;
- Каких правил мы придерживаемся при рассмотрении претензий;
- Выделение и обучение персонала для претензионной работы.

15.55 – 16.05

**«Работа с претензиями, как ключевой элемент в процессе формирования лояльности Клиента в Инвестбанке»**

**Юлия Лысова**, Начальник Управления дистанционного обслуживания, **Инвестбанк**

- Жалобы и претензии Клиентов - новые идеи развития банковского сервиса;
- Создание единого архива претензионных обращений;
- Технология оборота претензионных заявок.

16.05 – 16.25

**Дискуссия «Претензионная работа в Контакт-центрах различных сфер бизнеса»**

- Какие полномочия даются клиентскому отделу Контакт-центра для осуществления принятия решений по конфликтным ситуациям и претензиям?
- Виды претензий, рассматриваемых в Контакт-центрах различных сфер бизнеса;
- Стандарты качества, разработанные в Компаниях, для рассмотрения претензий и предоставлении ответов по ним;
- Формирования базы претензионных обращений и создание архива.

**Участники:**

**Юлия Лысова**, Начальник Управления дистанционного обслуживания, **Инвестбанк**

**Ольга Серогодская**, Начальник Контакт-центра, **МИР**

**Екатерина Старшинова**, Начальник отдела сопровождения клиентов Службы Контакт-Центр, **Транскапиталбанк**

16.25 – 16.55

**Перерыв на кофе, осмотр Выставки**

16.55 – 17.15

**«Специалист Контактного центра и клиентский опыт»**

**Светлана Шинкевич**, Начальник Отдела операционного управления и аналитики Департамента Контактных центров и Каналов самообслуживания, **МТС Россия**

- Вклад специалиста Контактного центра в формирование клиентского опыта, восприятие бренда и повышение лояльности Клиентов к Компании;
- Коллекционируем эмоции в Контактном центре (кампания «Голос Клиента»);
- Используемые в МТС методы получения оценок различных параметров телефонного обслуживания;
- Ваш клиентский опыт не зависит от того, где Вы находитесь территориально. Лучший сервис в режиме 24x7 в любой точке России – это единый стандарт телефонного обслуживания МТС;
- Методы отслеживания качества и точности выполнения стандарта во всех Контактных центрах МТС (Mystery Shopper);
- Вовлечение каждого специалиста Контактного центра в формирование лучшего клиентского опыта – федеральная кампания «Зимние Олимпийские игры в Контактных центрах МТС».

17.15 – 17.35

**«Формат CALL BACK при обслуживании клиентов для развития бизнеса»**

**Николай Швец**, Руководитель контакт-центра, **СК «Цюрих»**

- Управление очередью обслуживания клиентов в call-центре страховой компании;
- «Call back – «мнимая вежливость» к клиенту». Классификация вызовов или классификация клиентов?
- Лояльность клиентов и формат обслуживания Call back;
- Call back в обслуживании блока «Дистрибуция»;
- Call back в административном канале бизнеса;
- Call back в сервисе страховой компании;
- «Мы рядом, когда это важно».

17.35 – 17.55

**«Построение обратной связи с клиентами в Русфинанс»**

**Анна Иванова**, Заместитель начальника Отдела аналитики и методологии Контакт-центра, **Русфинанс, Группа**

**«Сосьете Женераль»**

- Каналы связи с клиентом;
- Построение обратной связи с клиентом;
- Зачем? Предпосылки необходимости обратной связи;
- Как? Алгоритм и схема;
- Результат проведения обратной связи, как основа для изменений.

17.55 – 18.15

**«Интеграция абонентских служб и контактных центров компании после сделки слияния и поглощения (M&A)»**

**Игорь Шевченко**, Начальник отдела абонентского обслуживания, **Сумма Телеком**

- С какими трудностями сталкиваются компании при объединении абонентских служб и контактных центров в следствии сделок M&A? В какой момент после заключения M&A необходимо интегрировать абонентские службы?
- Узнайте, что необходимо учитывать при составлении goad map по объединению абонентских служб;
- Исследуйте какую стратегию следует выбрать и как правильно вычлениить из общей массы бизнес-процессов двух разных компаний самое эффективное;
- Как правильно провести реструктуризацию штатной численности контактного центра и абонентских служб в

условиях интеграции?

- Роль ИТ при интеграции контактных центров и абонентских служб после M&A.

**18.15 – Окончание Сессия Клиенты: управление Customer Service, CRM**

