

Microsoft

Управление взаимоотношениями с клиентами в финансовых организациях

Как найти, привлечь и удержать наиболее ценных клиентов

Содержание

<i>Оказание банковских услуг</i>	5
<i>Рынки капитала и ценных бумаг</i>	5
<i>Страхование</i>	6
<i>Поиск, привлечение и удержание ценных клиентов</i>	7
<i>Некоторые клиенты Microsoft Dynamics CRM в финансовой отрасли</i>	8
<i>Истории успеха</i>	9
<i>«Альфа-Капитал» повышает эффективность работы с клиентами с помощью CRM-системы</i>	9
<i>Банк «Возрождение» повышает эффективность привлечения клиентов</i>	10
<i>«Страховой Дом ВСК» улучшает контроль качества обработки страховых обращений</i>	12
<i>Дополнительная информация</i>	15

Финансовые компании внедряют решения на основе Microsoft Dynamics® CRM. Эти решения помогают выявлять, привлекать и удерживать ценных клиентов, обеспечивают консолидированное представление информации о клиентах и упрощают поиск возможностей для развития дополнительных продуктов и услуг.

75 лет назад типичный банкир был лично знаком с большинством своих клиентов и хорошо понимал их финансовые потребности. Он выдавал кредиты на развитие бизнеса или фермерского хозяйства, обслуживал закладные и займы на покупку новой техники, помогал с вкладами и инвестициями. Он знал, когда клиенту потребуются средства на обучение детей, и поддерживал его пенсионный план. При этом он не испытывал или почти не испытывал конкуренции.

Вследствие глобализации, децентрализации, ужесточения нормативных требований, снижения доходности современные финансовые компании сталкиваются с невиданными ранее задачами и вызовами. В то время как новые конкуренты соперничают вместе с традиционными игроками в борьбе за одних и тех же клиентов, клиентам с большим трудом удается выбрать нужный финансовый продукт из ошеломляющего разнообразия счетов, депозитов, страховых, кредитных карт и т. п. Клиенты нуждаются в индивидуальном подходе, похожем на тот, который практиковали местные банки несколько десятков лет назад.

Чтобы справиться с этими задачами, дальновидные руководства современных финансовых компаний используют информационные технологии (ИТ), с помощью которых можно создать более глубокое и целостное представление о клиентах. Это позволяет финансовым институтам выделиться среди конкурентов более чутким отношением к клиентам, делая им более своевременные и уместные предложения. Согласно аналитике Gartner Inc., ожидаемый рост общемировых расходов банков и страховых компаний на программное обеспечение в период с 2005 по 2010 годы составит 8,5% в год.*

Как ни странно, именно унаследованные технологии являются одним из барьеров на пути предоставления клиентам унифицированных качественных услуг. В качестве примера рассмотрим банковский бизнес: для управления продуктами и каналами часто используются лучшие в отрасли приложения от разных производителей, которые

обладают разными пользовательскими интерфейсами и работают на разных платформах

Независимые приложения решают различные задачи и создают при этом изолированные «острова» информации, которые не обеспечивают комплексного представления о клиентах и усложняют бизнес-процессы и работу персонала. Как следствие, большинству современных финансовых компаний доступно лишь ограниченное представление о клиентах, например только информация об их личных счетах. Однако эти компании могут увидеть финансовое состояние своих клиентов в более широком контексте, охватывающем не только счета, но сведения о семье, профиль предприятия (для корпоративных клиентов из сферы малого бизнеса), историю транзакций, план финансирования образования и пенсионный план. Обладая этой информацией, финансовые компании смогут:

- **находить** наиболее ценных клиентов, обнаруживать и заблаговременно удовлетворять их потребности. Например, будет легко найти клиента, который держит большую сумму на счету с низкой процентной ставкой. В краткосрочной перспективе это выгодно для банка, однако, оповестив такого клиента о возможности перевода денег на более доходный счет, банк превратит его в лояльного клиента и получит тем самым дополнительный актив;
- **привлекать** клиентов, предлагая им дополнительные услуги и продукты, повышать эффективность продаж и маркетинговых мероприятий, которые увеличивают число лояльных и доходных клиентов. Направляя действия сотрудников контакт-центров в ходе общения с клиентами, система позволяет подбирать услуги по контексту разговора;
- **удерживать** больше клиентов. Правильный выбор средств работы с клиентами позволяет повысить качество обслуживания и лояльность клиентов, выявлять возможности для получения дополнительной прибыли. Это становится возможным благодаря комплексному интегрированному представлению о клиенте, включающему его профиль, историю транзакций, ассортимент услуг, которыми пользовался и пользуется клиент, его обращения в компанию и взаимосвязи.

* «Banking IT Spending by Component, 2004 – 2010» и «Insurance IT Spending by Component, 2004 – 2010», Gartner Dataquest, ноябрь 2006 г.



Взаимопроникновение финансовых услуг усиливает конкуренцию. Так, финансовые компании в сотрудничестве со своими партнерами предлагают услуги по страхованию и капиталовложениям, а страховые компании предлагают банковские услуги. Брокерские фирмы занимаются инвестициями, краткосрочными кредитами, счетами до востребования, кредитными картами и сетями банкоматов. Конкуренция усиливается и за счет компаний, обслуживающих клиентов через Интернет. Не обремененные расходами на содержание офисов, эти фирмы предлагают свои услуги по более низким ценам. Стремясь выиграть у конкурентов, традиционные рыночные игроки стараются увеличить реализацию продуктов и услуг, что приводит к росту числа клиентов на одного сотрудника, а наличие у сотрудников и агентов доступа ко всей необходимой информации поможет им обслуживать клиентов более качественно и оперативно.

Рост доходов, который позволил населению откладывать больше сбережений, заставляет людей искать способы выгодного вложения капитала, в том числе пенсионного, и создает значительное число инвестируемых активов. По мере роста инвестиций растет и конкуренция финансовых компаний. Компании, которые обеспечат максимальную эффективность продаж и обслуживания, смогут привлечь и удержать самых ценных клиентов и за счет этого увеличить свою прибыль.

Оказание банковских услуг

Унаследованные технологии вынуждают большинство банков по-прежнему оказывать ипотечное и потребительское кредитование, выпуск и обслуживание кредитных карт, ведение текущих счетов и депозитов как разрозненные услуги. Суть проблемы заключается в росте числа обособленных ИТ-систем: они затрудняют и удорожают ввод единых стандартов качества обслуживания для всех каналов и блокируют возможности реализации дополнительных услуг.

Например, рассматривая заявку на ипотечный кредит, банк собирает обширную информацию о клиенте: его семейное положение, наличие страховки, объем вложенных средств и сбережений, а также его кредитную историю. Но вряд ли сотрудники других отделов того же банка смогут использовать эту информацию при рассмотрении заявки на образовательный или потребительский кредит. Именно поэтому необходимо целостное представление о клиенте.

Для предоставления банковским сотрудникам, финансовым консультантам и кредитным экспертам полной и точной информации требуются соответствующие бизнес-решения. Используя Microsoft Dynamics® CRM, банки смогут создавать комплексное представление о каждом клиенте и передавать эту важную информацию нуждающимся в ней сотрудникам, занятым обслуживанием клиентов.

Например, при переводе значительного пенсионного вклада через личный счет до востребования у банка будет 36 часов на то, чтобы предложить владельцу вклада различные варианты вложения этих средств, прежде чем деньги уйдут в другую компанию. Автоматическое оповещение, отправленное через Microsoft Dynamics CRM, гарантирует, что сотрудники банка своевременно позвонят этому клиенту. Аналогичные оповещения могут отправляться в случае длительных периодов отсутствия активности по кредитным картам или счетам, которые часто предшествуют переходу клиента в другой банк.

Своевременное оповещение позволит сотруднику позвонить и выяснить, что не устраивает этого клиента, и тем самым, возможно, удержать его от ухода.

Жизненно важно помочь банку в решении проблемы изолированных систем, обеспечивающих работу каналов (банкоматов, контакт-центров, веб-сайтов, SMS- и WAP-порталов). Поэтому мы сосредоточили основные усилия

на том, чтобы дать финансовым компаниям возможность в полной мере использовать уже имеющиеся у них технологии и инфраструктуру.

Интеграция изолированных каналов и консолидация технических ресурсов снизит для компаний стоимость выхода на новый технический уровень. Банки смогут создать единую интегрированную ИТ-платформу для продаж и обслуживания, предоставляющую сотрудникам банка комплексную информацию о клиентах, а клиентам — доступ к банковским продуктам через различные каналы. Такой подход позволит банкам повысить качество обслуживания, эффективность операций и управления рисками и облегчит им создание новых продуктов и услуг.

Рынки капитала и ценных бумаг

Финансовые консультанты нуждаются в целостном представлении о своих клиентах. Но, как правило, в большинстве своем они пользуются изолированными унаследованными системами и разобщенными базами данных.

Работая с клиентами, финансовые консультанты получают от них массу сведений: данные о портфеле акций, размеры заработка, накоплений, собственного капитала и полученных кредитов, типы капиталовложений, счета, стоимость недвижимости в собственности, баланс кредитных карт, характер расходов, план сбережений, допустимые риски и предполагаемая дата выхода на пенсию. Однако вся эта информация нередко бывает разбросана по разным компьютерам и базам данных, что препятствует получению единого консолидированного представления сведений о клиенте в реальном времени.

Эти проблемы затрудняют выявление, анализ характера и потребностей наиболее ценных клиентов. Решение этой проблемы — в использовании интегрированного пакета инструментов для финансового консалтинга и услуг, подключенного к внешним и внутренним источникам информации и инфраструктурным сервисам.

В состав таких интегрированных решений входит система Microsoft Dynamics CRM — мощный инструмент для компаний, работающих на рынке капитала. Система обеспечивает комплексное представление о клиенте и помогает выявлять возможности для вложения капитала, которые соответствуют индивидуальным потребностям клиента. Вооружившись такой информацией, агенты могут предоставлять клиентам качественное персональное обслуживание и способствовать повышению их лояльности.

Реализация этого подхода начинается с внедрения инструментов анализа сведений о клиентах, охватывающих все аспекты будущих взаимоотношений. Например, для компаний, работающих на рынках капитала и ценных бумаг и оказывающих индивидуальные консалтинговые услуги, очень важны состоятельные клиенты с размером инвестируемого капитала от 100 тыс. до 3 млн долл. Microsoft Dynamics CRM поддерживает такую стратегию бизнеса, которая позволяет давать подобным клиентам индивидуальные консультации, освобождая их от необходимости искать подходящие финансовые продукты в Интернете.

Финансовым консультантам и фирмам, которые оказывают консалтинговые услуги через Интернет, требуется простая в использовании технология, которая позволит свести к минимуму «бумажную» работу, не нарушая нормативных и законодательных требований. Для этого в Microsoft Dynamics CRM встроена поддержка управления документооборотом.

Кроме того, решения на основе Microsoft Dynamics CRM помогут продавцам финансовых товаров и услуг в управлении маркетинговыми исследованиями, исключают повторную и нежелательную рассылку материалов, позволят управлять корпоративными клиентами и коммерческим развитием. Потребителям финансовых услуг подобные решения позволят отслеживать эффективность заключения сделок их брокерами, чтобы направлять заказы наиболее эффективным партнерам и обосновывать эти решения перед регулирующими структурами.

Наконец, решения на основе Microsoft Dynamics CRM сводят к минимуму административные и операционные расходы, повышая общую продуктивность бизнеса. С Microsoft Dynamics CRM не нужно заполнять длинные бумажные формы — это экономит ценное время клиента. Финансовые консультанты могут оперативно просматривать большие массивы данных о клиентах, а надежная защита платформы обеспечит информационную безопасность и сохранение коммерческой тайны.

Страхование

Страховые компании с их сетями независимых агентов и брокеров традиционно имели наиболее тесные и близкие взаимоотношения с клиентами. Страховые агенты, беседующие с клиентом в его гостиной, еще не совсем ушли в прошлое. Агенты нередко предпочитают обсуждать условия страховки в личном общении с клиентами.

Наряду со страхованием жизни те же самые агенты страхуют транспорт и дома, именно они обеспечивают для страховых компаний личные контакты с клиентами. Это значит, что через них удобнее всего предлагать клиентам дополнительные продукты и услуги.

Несмотря на индивидуальное обслуживание, которое предлагают многие агенты, страховая индустрия сильно изменилась и усложнилась под давлением конкуренции. Консолидация, снижение доходности и ужесточение требований регуляторов усугубили рыночную ситуацию. Реализация основных и дополнительных услуг затруднена, если для этого используется единственный канал — например, контакт-центр — с едиными для всех клиентов стандартами обслуживания. Более того, у внутренних и внешних агентов нет доступа к информации, необходимой для качественного удовлетворения потребностей клиентов. Получать критически важные для бизнеса данные становится все труднее из-за сложных взаимосвязей между центральным офисом и филиалами компании и громоздких процедур страхования.

Именно поэтому корпорация Microsoft разработала интегрированный пакет приложений и рабочих процессов, охватывающий рыночное продвижение, продажу и оказание услуг, административную работу, обработку претензий и перестрахование. Этот пакет на базе Microsoft Dynamics CRM обеспечивает связь между поставщиками услуг и их клиентами. В рамках этого подхода Microsoft Dynamics CRM интегрирует сведения о продажах, маркетинге и услугах, оказываемых клиенту, что позволяет сотрудникам разных групп и отделов, работающих с разными каналами, а также брокерам и посредникам получать полную информацию о клиенте и обмениваться ей. Например, в урегулировании вопросов после аварии застрахованного автомобиля может участвовать несколько сторон, включая контакт-центр страховщика, аварийного комиссара, агента и автосервис. Если в аварии пострадали люди, к этому списку придется добавить врачей и, возможно, адвокатов. Microsoft Dynamics CRM обеспечивает простой способ просмотра, анализа, обработки и обновления информации о взаимодействии всех этих сторон.

Кроме того, решения на основе Microsoft Dynamics CRM облегчают административное бремя страховых компаний, что в целом повышает их доходность. Эти решения помогают учитывать изменения требований законодательства, регуляторов и нормативной базы, что позволяет точнее оценивать риски, рассчитывать вознаграждения и быстрее обрабатывать запросы клиентов.

Поиск, привлечение и удержание ценных клиентов

Сообщество поставщиков финансовых услуг целиком и полностью зависит от информации. Исторически данные о различных продуктах и услугах накапливались в изолированных системах, поэтому интеграция информации из разрозненных хранилищ для создания целостного представления клиента — технологически сложная задача. Фирмы, способные успешно и с избытком удовлетворять потребности клиентов, получают возможность увеличить их долю инвестируемых активов. Напротив, невозможность предоставить необходимую информацию или услугу приводит к потере клиента.

Значительную часть своих клиентов финансовые компании обслуживают через контакт-центры. В финансовой индустрии повсеместно увеличивается нагрузка на сотрудников, находящихся на «переднем крае» общения с клиентами, им приходится обслуживать неуклонно возрастающее число клиентов. Поэтому таким сотрудникам необходим моментальный доступ к полной информации для поиска ответов на вопросы клиентов и разрешения их проблем.

От персонала, напрямую работающего с клиентами, требуется поиск возможностей для дополнительных продаж и привлечения дополнительных средств от клиентов. Для этого им нужна технология для сопоставления информации о продуктах со сведениями в профиле клиентов.

Microsoft Dynamics CRM удовлетворяет эти потребности за счет единого представления информации о клиентах, продуктах и услугах. Ценность этой возможности в том, что она помогает сотрудникам финансовых компаний выявлять наиболее ценных клиентов. Это особенно важно, поскольку именно такие клиенты склонны возлагать от-

ветственность за некачественное обслуживание на финансовые организации.

Эффективность отдела по обслуживанию клиентов определяется не только успешностью разрешения претензий, оперативностью ответов на вопросы клиентов и объемами продаж дополнительных услуг, но и сбором откликов клиентов для повышения качества обслуживания. Современные CRM-решения предоставляют централизованные репозитории, идеальные для хранения отзывов, которые можно использовать для улучшения продуктов, повышения качества обслуживания и выработки стратегических приоритетов бизнеса.

Инновационные решения, основанные на технологиях Microsoft и адаптированные к специфике банковского бизнеса, финансовых и страховых компаний, помогают выявлять, привлекать и удерживать ценных клиентов. Эти решения работают так, как привыкли работать вы, как работает ваш бизнес и так, как должны работать технологии.

Способность Microsoft удовлетворять как нынешние, так и будущие потребности финансовых компаний, является результатом тесного сотрудничества с обширным сообществом партнеров Microsoft по всему миру. Этот союз позволил соединить лучшие технологии Microsoft Dynamics с опытом и глубоким знанием специфики отрасли, которым владеют наши партнеры. Вклад Microsoft в это сотрудничество — инновационная технология, широко распространенная и обеспеченная повсеместной поддержкой, хорошо знакомая пользователям, простая в применении и легкая для интеграции. К этой основе наши партнеры добавили свое глубокое понимание факторов успеха в уникальных условиях рынка финансовых услуг. Благодаря комбинации этих достоинств наши решения позволяют компаниям, оказывающим финансовые услуги, находить, привлекать и удерживать ценных клиентов.



Некоторые клиенты Microsoft Dynamics CRM в финансовой отрасли

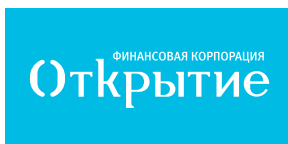


ВОЗРОЖДЕНИЕ
БАНК

ФИНАМ



SNS REAAL



Morgan Stanley



Истории успеха

«Альфа-Капитал» повышает эффективность работы с клиентами с помощью CRM-системы

Решение на базе Microsoft Dynamics CRM позволяет управлять работой с розничными клиентами, агентской деятельностью, повышать вероятность продаж и эффективно прогнозировать доходы. В результате реализованного проекта управляющая компания получила инструмент для достижения поставленных целей — вывода качества продуктов и услуг на новый уровень и рост активов под управлением «Альфа-Капитал».

О заказчике

«Альфа-Капитал» является одним из пионеров российского рынка управления активами и имеет многолетний опыт управления инвестициями. Компания ориентирована на предоставление клиентам качественных инвестиционных продуктов на уровне мировых лидеров. УК «Альфа-Капитал» — ведущая компания на рынке доверительного управления, обеспечивающая индивидуальный подход к клиенту.

Ситуация

УК «Альфа-Капитал» осуществляет деятельность на высококонкурентном рынке финансовых услуг, где один из самых ценных активов компании это клиенты. Основой бизнеса «Альфа-Капитал» является клиентоориентированный подход. Для развития и поддержки разработанной CRM-стратегии руководство компании приняло решение о создании автоматизированной системы управления отношениями с клиентами. Новая CRM-система призвана помочь в решении таких стратегических задач, как обеспечение прозрачности бизнес-процессов, непрерывный рост качества продуктов и сервиса, рост активов под управлением УК «Альфа-Капитал».

Главными принципами нашей работы являются результативность, профессионализм, надежность и высокий уровень сервиса. CRM в нашей компании отражает такую модель взаимодействия, в которой центром философии бизнеса является клиент. Решение на базе Microsoft Dynamics CRM позволяет «Альфа-Капитал» развивать клиентоориентированную стратегию ускоренными темпами, что особенно ценно в современных рыночных условиях.

*Александр Стеценко,
заместитель финансового директора
УК «Альфа-Капитал»*

Решение

Стратегия внедрения CRM-системы подразумевала разбиение проекта на небольшие этапы, формирование конкретных целей этапа (KPI), оценку достижения целей и корректировку. Обязательной задачей была интеграция CRM в общее ИТ-пространство компании.

Проект по внедрению CRM в УК «Альфа-Капитал» стартовал в марте 2007 года. В рамках проекта была разработана архитектура решения, доработан интерфейс Microsoft Dynamics CRM и создана консолидированная база данных.

Новая CRM-система позволяет получать детальную аналитическую информацию о наиболее прибыльных каналах продаж и наиболее востребованных продуктах, что является крайне важным в современных условиях своим, наряду с умением правильно оценивать затраты, анализировать результаты работы и принимать быстрые, но взвешенные решения.

Решение помогает анализировать перспективные сделки, строить воронку продаж, проводить план-фактный анализ продаж, получать информацию о финансовых показателях в режиме онлайн.

С внедрением CRM УК «Альфа-Капитал» получила возможность оценивать работу инвестиционных консультантов, выделять наиболее эффективных и, в соответствии с полученными данными, применять индивидуальные схемы мотивации. Решение об изменении или сохранении схемы мотивации для каждого сотрудника принимается после сравнения установленных плановых показателей с достигнутыми фактическими результатами.

Проект охватил все подразделения компании «Альфа-Капитал», включая отдел маркетинга. С помощью CRM-системы менеджеры по маркетингу могут сегментировать клиентскую базу по различным критериям. Анализировать маркетинговые расходы на клиентов и сопоставлять с доходами, которые были получены, помогают созданные в CRM-решении дополнительные отчеты. В системе создан дополнительный функционал, обеспечивающий индивидуальный подход к каждому клиенту УК «Альфа-Капитал». Например, в CRM-решении настроена система напоминаний, которая уведомляет о значимом событии или празднике и дает рекомендации относительно подарка для каждого клиента.

Результаты

В результате внедрения решения на базе Microsoft Dynamics CRM в УК «Альфа-Капитал» сформирована единая база данных о клиентах, которые распределены по сегментам и продуктам, благодаря чему компания знает своих клиентов и управляет взаимоотношениями с ними.

Инвестиционные консультанты работают в соответствии с унифицированным процессом продажи. Созданы все необходимые механизмы для планирования взаимодействия с клиентом. Внедряется единый механизм расчета премии за результат (система мотивации).

Отдел маркетинга получил в распоряжение удобный инструмент для создания маркетинговых списков и упорядочения работы с подарками. Благодаря внедрению CRM-системы структурирована программа работы по группам клиентов в зависимости от различных аналитик.

Сервисные подразделения могут вести качественную работу с историей взаимоотношений с клиентом и учитывать результаты работы по претензиям.

Объем данных, предоставляемых CRM в другие системы, насчитывает 300 записей, объем данных, получаемых CRM из других систем, — 1000 записей, а периодичность обмена данными — два раза в сутки.

Банк «Возрождение» повышает эффективность привлечения клиентов

Проект внедрения Microsoft Dynamics CRM в банке «Возрождение», предоставляющем финансовые услуги по всей территории России, стал одним из крупнейших в России проектов внедрения решения Microsoft Dynamics CRM в сфере розничных услуг банковского сектора. С помощью CRM-системы автоматизировано более 600 пользователей в центральном офисе и филиальной сети банка. Особенностью проекта является разработка дополнительных приложений для работы с заявлениями, каталогом продуктов, кредитным досье, расширяющих стандартный функционал Microsoft Dynamics CRM.

О заказчике

Банк «Возрождение» – персональный банк для корпоративных и частных клиентов, предоставляющий финансовые услуги по всей территории России. Его филиальная сеть насчитывает 176 офисов продаж и более 600 банкоматов, которые обслуживают свыше миллиона клиентов, предлагая разнообразный спектр услуг по депозитам, доверительному управлению, финансированию, ипотечному кредитованию, обслуживанию банковских карт.

Публичный статус банка предъявляет высокие требования к уровню корпоративного управления. По признанию международных экспертов, на сегодняшний день банк «Возрождение» является наиболее прозрачным российским банком в области взаимоотношений с акционерами и инвесторами.

Развитие долгосрочных отношений с клиентами является главным приоритетом банка. Своим самым ценным активом банк «Возрождение» считает отношения с клиентами, которые строятся на принципах отзывчивости и надежности.

Ситуация

В целях повышения уровня эффективности обслуживания заказчиков руководством банка было принято решение о внедрении CRM-системы и ее интеграции с комплексом программных продуктов для работы с частными заказчиками.

Перед проектом внедрения CRM-решения в банке «Возрождение» были сформулированы следующие стратегические цели: увеличение доходности от обслуживания розничных клиентов; повышение эффективности привлечения клиентов и эффективности работы менеджеров по продажам; проведение кросс-продаж банковских продуктов и услуг; расширение объема кредитного портфеля.

Выбор решения

Для реализации поставленных целей руководством банка «Возрождение» было принято решение о внедрении системы Microsoft Dynamics CRM, которая является эффективным инструментом, направленным на автоматизацию управления отношениями с клиентами, отслеживания состояния жизненного цикла клиента, построения клиентоориентированной системы управления. Причинами выбора руководством банка Microsoft Dynamics CRM стало то, что решение обладает простым интерфейсом, удовлетворяет требованиям масштабируемости, гибкости и отвечает планам по территориальному расширению деятельности банка.

Решение

Для реализации целей, поставленных перед проектом внедрения CRM-решения, были выделены следующие основные задачи:

- автоматизация работы контакт-центра;
- автоматизация работы сотрудников банка с последующим масштабированием системы на все филиалы и дополнительные офисы;

- анализ и формализация бизнес-процессов управления розничных операций банка;
- автоматизация процесса продажи услуг банка (в т. ч. автоматизация кросс-продаж);
- разработка единого продуктового каталога розничных продуктов;
- автоматизация построения аналитических отчетов;
- создание иерархической библиотеки документов управления, предназначенной для обмена актуальной рабочей документацией;
- автоматизация расчета необходимых условий кредитования, процессов принятия решения о выдаче кредита, вопросов сопровождения кредитного портфеля (в т. ч. интеграция со скоринговой системой);
- интеграция решения с автоматизированной банковской системой;
- создание единого информационного пространства управления.

CRM-проект в банке «Возрождение» состоял из нескольких этапов. В рамках первого этапа был запущен в промышленную эксплуатацию пилотный проект в филиале «Арбатский». На втором этапе система была масштабирована в другие филиалы и дополнительные офисы банка. Третий этап включил в себя разработку дополнительных приложений по работе с заявлениями, каталогу продуктов, кредитному досье и другому.

Основные работы по проекту внедрения решения Microsoft Dynamics CRM включали в себя анализ и формализацию бизнес-процессов банка, подготовку технического задания на проект, настройку интерфейсов CRM-системы, разработку отчетов в системе, миграцию данных в систему из других источников, комплексное тестирование и доработку по результатам, развертывание и настройку системы (в том числе интеграцию с TransactSM, автоматизированной банковской системой), организацию обучения пользователей, интеграцию с информационными системами банка, разработку дополнительных компонентов, поддержку.

В ходе CRM-проекта в банке «Возрождение» автоматизировано с помощью Microsoft Dynamics CRM более 600 пользователей, участвующих во взаимоотношениях с клиентами в центральном офисе и филиальной сети.

Результаты

Мы выбрали решение Microsoft Dynamics CRM, что позволило нашей компании автоматизировать работу с клиентами и повысить качество клиентского обслуживания. Мы убеждены, что самым ценным активом банка «Возрождение» являются отношения с клиентами. Мы работаем в истинном партнерстве с клиентами, и наши отношения строятся на принципах отзывчивости, человечности и надежности. Именно такие отношения с клиентами отличают нас от других банков сегодня и будут отличать в будущем.

*Александр Васильев,
заместитель начальника управления розничных операций банка «Возрождение»*

В настоящее время достигнуты следующие результаты по проекту внедрения решения Microsoft Dynamics CRM в банке «Возрождение»:

- создано единое хранилище данных о клиентах;
- достигнуто удобство использования, «одно окно» для сотрудника, повышена эффективность оперативной работы сотрудников;
- автоматизирован процесс взаимодействия между подразделениями;
- автоматизирован процесс предоставления услуг: от первоначального обращения клиента до момента заключения договора;
- автоматизирована процедура проверки клиента в различных базах данных;
- охвачены все кредитные продукты (ипотека, автокредитование, потребительское кредитование и другие);
- автоматизированы аналитические отчеты (каналы продаж, загруженность сотрудников, бюджетирование и расчет эффективности маркетинговых кампаний, аналитика по конкретным сотрудникам, подразделениям, банковским продуктам, комплексные отчеты по клиентам и другое);
- автоматизирован контакт-центр: повышены скорость и качество работы операторов с увеличивающейся клиентской базой, предоставлена возможность получения развернутой аналитики качественных и количественных характеристик работы контакт-центра;
- создана библиотека документов управления;
- автоматизирован бизнес-процесс управления маркетингом.

Руководство банка «Возрождение» выделяет такие основные преимущества использования Microsoft Dynamics CRM, как обеспечение выполнения операций, связанных с продажами, поддержка процесса приобретения и удержания клиентов, сокращение времени, затрачиваемого на административные задачи. Возможности решения включают в себя средства аналитической, оперативной и кооперативной работы, которые способствуют улучшению и поддержанию продолжительных отношений с клиентами.

Благодаря решению Microsoft Dynamics CRM мы получили эффективный инструмент для управления взаимоотношениями с клиентами, позволяющий увеличить производительность работы менеджеров по продажам, эффективно организовать обслуживание клиентов банка, повысить эффективность привлечения клиентов. Мы уверены, что с CRM-решением наш бизнес будет успешно развиваться.

*Александр Васильев,
заместитель начальника управления розничных операций банка «Возрождение»*

«Страховой Дом ВСК» улучшает контроль качества отработки страховых обращений

Создание полноценной автоматизированной системы обработки клиентских обращений на базе Microsoft Dynamics CRM в контакт-центре «Страхового Дома ВСК» позволило оптимизировать работу операторов компании, ускорить время ответов на запросы клиентов по страховым событиям и повысить качество справочного сопровождения.

О заказчике

«Страховой Дом ВСК» работает на российском рынке с 1992 г., предлагает более 100 современных страховых продуктов и входит в число лидеров по всем основным видам страхования. Под защитой компании более 10 млн россиян, около 100 тыс. предприятий и организаций. ВСК объединяет более 600 филиалов и отделений, расположенных во всех субъектах РФ.

С 2001 года ведущее российское рейтинговое агентство «Эксперт РА» ежегодно подтверждает стабильно высокий рейтинг надежности «Страхового Дома ВСК». В сентябре 2008 г. «Эксперт РА» актуализировало рейтинг ОАО «ВСК» на уровне А++ «Исключительно высокий уровень надежности».

Ситуация

«Страховой Дом ВСК» отличается неизменно высоким качеством клиентского сервиса и оперативное исполнение всех страховых обязательств. Однако масштабы компании, разветвленная региональная сеть (более 600 филиалов и отделений во всех регионах РФ), широкая линейка страховых продуктов, инновационные сервисы обуславливают интенсивный поток обращений клиентов в контакт-центр компании и повышают требования к организации системы клиентского обслуживания.

Работая на рынке страховых услуг более 15 лет мы, как никто другой, понимаем, что ключевой задачей компании является защита интересов наших клиентов — этот принцип составляет основу корпоративной идеологии страхового дома и является залогом коммерческого успеха компании. Оказание страховых услуг не терпит промедления, отсрочки или длительного рассмотрения, поэтому качество и оперативность обработки входящих клиентских обращений составляет одну из ключевых задач организации эффективной работы с клиентами компании, на обеспечение которой и направлен проект внедрения Microsoft Dynamics CRM.

*Александр Каменецкий,
первый заместитель генерального директора
«Страхового Дома ВСК»*

В компании разработаны и действуют более 30 сценариев обработки клиентских обращений, которые призваны регламентировать действия всех операторов региональных офисов и помочь им быстро квалифицировать и отрабатывать входящие обращения в зависимости от причины звонка и вида страхового события.

Для информационного обеспечения работы операторов в компании использовали возможности технологического комплекса, обслуживающего работу контакт-центра «Страхового Дома ВСК». Программная платформа контакт-центра не была интегрирована с другими информационными ресурсами компании и позволяла только регистрировать сам факт звонка, что серьезно увеличивало трудоемкость работ по обслуживанию клиентов.

Однако для обеспечения успешной конкуренции на современном страховом рынке к ИТ-системам предъявляются более широкие функциональные требования. Перед руководством компании стояла задача создания

полноценной автоматизированной системы сценарной обработки обращений, которая позволила бы объединить все действующие информационные ресурсы и тем самым повысить качество и скорость профессиональных консультаций по страховым запросам клиентов ВСК.

В связи с этим руководством «Страхового дома ВСК» была рассмотрена и одобрена стратегия развития CRM-системы, которая включала ее интеграцию с контакт-центром и другими информационными решениями страховщика.

Выбор решения

Решение Microsoft Dynamics CRM было выбрано в качестве программной платформы для информационной системы обработки клиентских обращений «Страхового Дома ВСК» по ряду причин. Во-первых, программный продукт Microsoft располагает необходимым функционалом для управления отношениями с клиентами, в том числе анализа и обработки входящих звонков, первичной квалификации обращений и сервисного урегулирования запросов.

Во-вторых, бизнес-логика системы и технологические возможности Microsoft Dynamics CRM позволяют достаточно оперативно и с минимальными затратами конфигурировать решение в соответствии с актуальными регламентами бизнес-процессов компании, что в отношении «Страхового Дома ВСК» являлось одним из ключевых требований к системе разработки.

И в-третьих, Microsoft Dynamics CRM располагает удобным инструментом для интеграции с информационными решениями и бизнес-приложениями других производителей. «Страховой Дом ВСК» очень внимательно подошел к оценке интеграционных возможностей программной платформы для автоматизированной системы сценарной обработки обращений, поскольку она должна работать в тесном взаимодействии с текущими учетными и бизнес-решениями компании.

Решение

Автоматизированная система обработки обращений «Страхового Дома ВСК» представляет собой инструмент для работы операторов контакт-центра и обеспечивает выполнение основных операций по первичному урегулированию страховых случаев. Система разработана в соответствии с корпоративными регламентами сер-

висной службы «Страхового Дома ВСК» и поддерживает около 30 сценариев по обслуживанию клиентов в зависимости от вида страхового случая и причины обращения.

Внедрение автоматизированной системы обработки обращений позволило перевести работу контакт-центра компании на новый уровень и обеспечить клиентов компании качественно новым уровнем сервиса.

Функциональный состав автоматизированной системы первичной обработки обращений:

- прием и квалификация звонка;
- регистрация обращения;
- определение страхового случая;
- проверка условий договора;
- первичное урегулирование страхового случая:
 - вызов экстренных служб;
 - регистрация рекламаций;
 - предоставление справочной информации;
 - запись на прием в точку урегулирования;
 - направление обращения на исполнение в профильные подразделения;
- мониторинг и контроль качества работы операторов;
- комплексный анализ эффективности региональных операторов.

Microsoft Dynamics CRM в составе ИТ-инфраструктуры «Страхового Дома ВСК»

В ходе реализации проекта система Microsoft Dynamics CRM была интегрирована с корпоративной системой учета выплат (убытков) по страховым случаям (ОИСУУ), базой страховых договоров компании и системой управления нормативно-справочной информацией NORMA.

При настройке взаимодействия информационных систем были использованы SOA-технологии, что позволило максимально эффективно и гибко встроить автоматизированную систему обработки обращений в ИТ-инфраструктуру «Страхового Дома ВСК».

Результаты

«Страховой Дом ВСК» стал одной из первых компаний на рынке страхования, модернизировавшей технологию

приема обращений от клиентов. Всего в течение часа контакт-центр компании обрабатывает более 700 звонков, при этом операторы принимают не только телефонные звонки, но и обращения, присланные через веб-сайт и по электронной почте.

Ключевым результатом проекта интеграции CRM-системы и контакт-центра стало повышение эффективности обслуживания клиентов и оптимизация текущих бизнес-процессов страховщика за счет сокращения ручных работ. Операторы компании получили возможность доступа ко всей необходимой информации через единый интерфейс, что исключило необходимость ручного обращения к другим информационным ресурсам.

Использование в «Страховом Доме ВСК» программной платформы Microsoft Dynamics CRM и разработка на ее основе единой автоматизированной системы обработки обращений по страховым случаям позволили повысить оперативность и качество работы сервисных служб компании, а именно:

- ускорить процессы обработки обращений;
- снизить количество потерянных обращений;
- повысить качество информационно-справочных услуг;
- повысить лояльность клиентов;
- повысить точность и оперативность процессов маршрутизации обращений;
- повысить достоверность аналитических данных по объемам, срокам и способам урегулирования обращений;

- Обеспечить круглосуточную работу территориально распределенной службы обработки обращений;
- Укрепить имидж компании.

Создание автоматизированной системы обработки клиентских обращений позволило нам, с одной стороны, снизить нагрузку на операторов компании и предоставить им надежный инструмент работы, с другой — обеспечить должный контроль качества отработки страховых обращений. В наших планах — поэтапная автоматизация всех процессов клиентского сервиса в цепочке урегулирования страховых событий.

*Сергей Кальченко,
заместитель генерального директора
«Страхового Дома ВСК»*


Перспективы

Дальнейшее развитие информационной системы сценарной обработки обращений может быть расширено за счет совершенствования системы управления продажами, построения системы планирования продаж, а также увеличения используемой аналитики, ведения договорной работы и подключения функций телемаркетинга.

Автоматизация процессов взаимодействия с клиентами на этапах урегулирования страховых событий и заключения новых сделок также является одной из приоритетных задач развития действующей информационной системы.

Дополнительная информация

Информация о других проектах, реализованных на базе решений Microsoft Dynamics, доступна по адресам www.microsoft.com/rus/dynamics/clients (на русском языке) и www.microsoft.com/casestudies (на английском языке). За дополнительными сведениями о продуктах и услугах обращайтесь в информационный центр корпорации Microsoft по телефонам (495) 916–71–71 (Москва), (800) 200–80–01 (все города России). Адрес корпорации Microsoft в Интернете: www.microsoft.com (на английском языке), www.microsoft.com/rus (на русском языке).



Microsoft Dynamics® — это линейка интегрированных, настраиваемых решений для управления предприятием, позволяющих принимать более обоснованные бизнес-решения.

Microsoft Dynamics работает подобно другим хорошо знакомым приложениям Microsoft, например системе Microsoft Office 2007, не требует длительного обучения персонала и позволяет быстро перейти к работе с системой и выполнению важных задач. Решения Microsoft Dynamics совместимы с другими технологиями Microsoft и легко интегрируются с системами, уже развернутыми в компании. Благодаря автоматизации и оптимизации финансовых процессов, взаимоотношений с клиентами и цепочек поставок, решения Microsoft Dynamics объединяют людей, процессы и технологии, повышая производительность и эффективность предприятия и помогая добиться успеха в бизнесе.

© 2010 Корпорация Microsoft (Microsoft Corporation). Все права защищены.

Данный проспект носит исключительно информационный характер.

КОРПОРАЦИЯ MICROSOFT НЕ ДАЕТ В НЕМ НИКАКИХ ГАРАНТИЙ, НИ ЯВНЫХ, НИ ПОДРАЗУМЕВАЕМЫХ.

Владельцем товарных знаков Microsoft, Microsoft Dynamics, Outlook, Windows Mobile, логотипов Microsoft, Microsoft Dynamics, зарегистрированных на территории США и/или других стран, и владельцем авторских прав на их дизайн является корпорация Microsoft. Названия прочих компаний и продуктов, упоминающихся в документе, могут являться товарными знаками своих законных владельцев.