

# «Билайн» для Тебя

Как правильно использовать  
знания о клиенте

Анастасия Оркина



# Как выбирают оператора связи?

---



Качество  
голоса



Качество  
мобильного  
интернета



Цена



Лучший  
клиентский  
сервис

# Лучший сервис – нас рекомендуют

---



Быстрый



Digital



Максимально персональный



Адаптивный

# NPS (готовность клиента нас рекомендовать) как часть KPI компании

## Рыночный NPS



Движение конкурентов

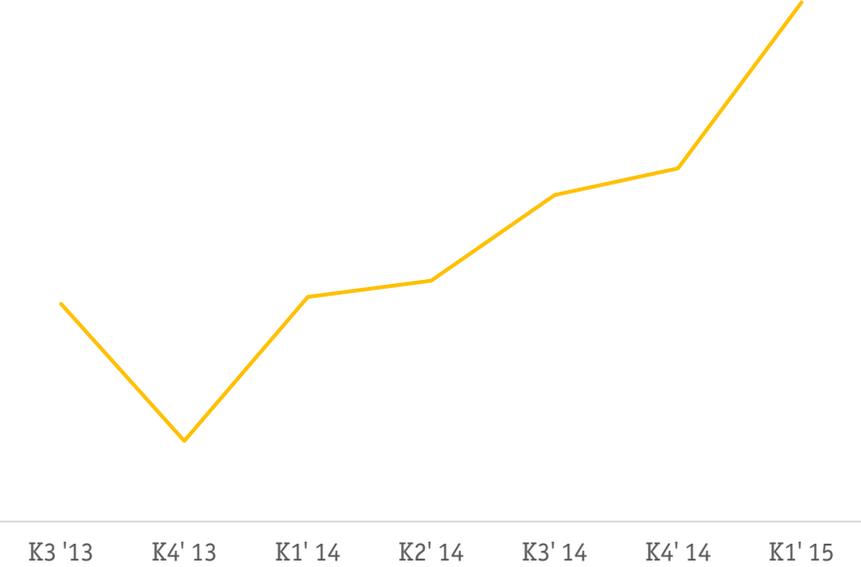


Ожидание клиентов



Отложенная во времени реакция

## Динамика NPS



# Постоянная обратная связь - улучшение сервиса в реальном времени

---



Обслуживание в ЦПК  
500 тыс ответов в год



Голосовая связь  
350 тыс ответов в год



Цены и прозрачность списаний  
250 тыс ответов в год



Мобильный интернет  
360 тыс ответов в год



Обслуживание в собственной рознице  
500 тыс ответов в год



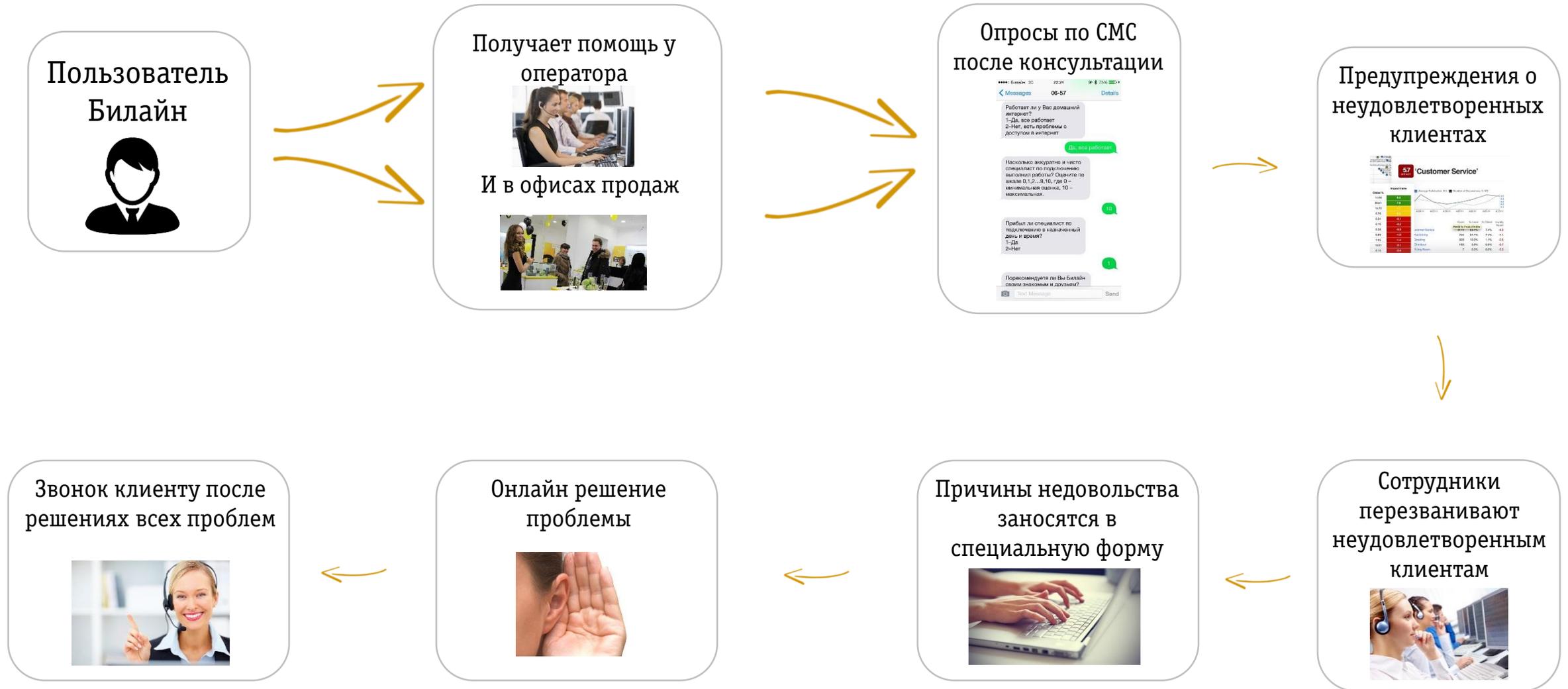
## **NPS в точке контакта:**

Данные в режиме реального времени

Возможность вернуться к клиенту

Источник для операционных и системных улучшений

# Постоянная обратная связь - «полный цикл»



# Постоянная обратная связь – блог генерального директора



<http://slobodin.livejournal.com/>

# Постоянная обратная связь - основа цикла создания продуктов

Usability исследования:

- Позволяют получить **независимую экспертизу**
- Повышают долю **подключений** к продукту
- **Снижают затраты** на сервис

Новые продукты:

**Обязательный KPI** - до запуска продукта должно быть внедрено не менее 90% всех рекомендаций, выданных по результатам исследования

Постоянные улучшения продуктов:

По претензиям и по пожеланиям об улучшениях вносятся **изменения в продукты**



# Клиент – соавтор и потребитель: “prosumer”

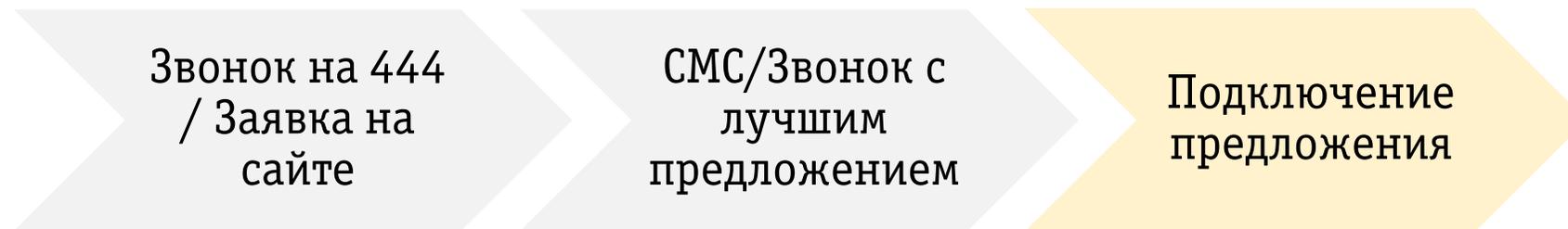
---

Непосредственное участие клиентов в создании продуктов



# Аналитика СВМ (работа с существующими клиентами): Персональный Билайн (2014 г)

---



- Более **1,6 млн** клиентов
- Сформировано **1,75 млн** предложений
- Рост NPS до **32%**
- Сокращение оттока

# Персональный подход остается нашим уникальным преимуществом: «Билайн для тебя» (2015 г.)

---



Остается единственным подобным предложением на рынке



Усовершенствован алгоритм анализа.  
Учитываются более 500 параметров



В 3 раза больше вариантов предложений



Уже более 1 млн участников

444 



# Знание наших клиентов (Big Data) – основа нашего бизнеса

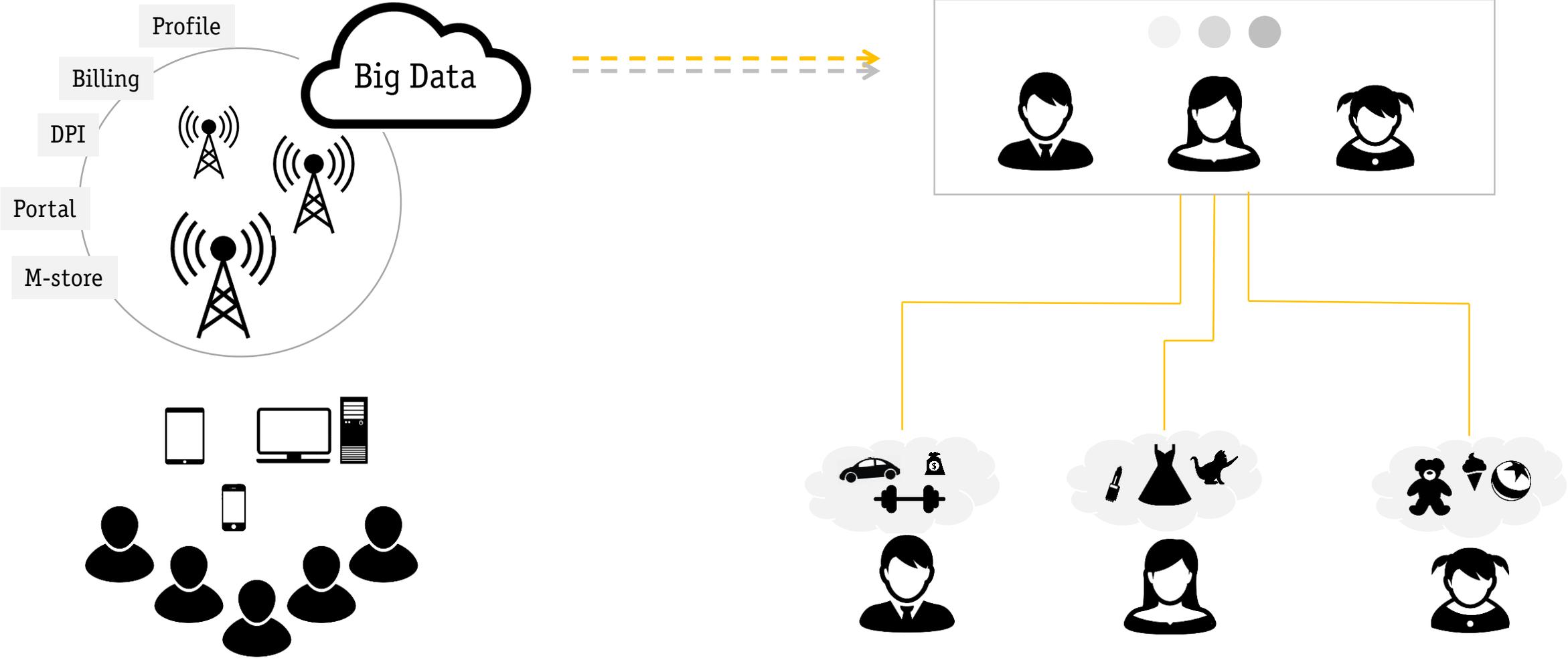
---



# Big Data – абсолютная информационная безопасность



# Big Data - предугадываем желания клиента в реальном времени



# Маркетинг завтра - B20ne

A Billion to One

- Создание продуктов на основе агрегирование данных
- Вовлечение клиентов в процесс создания продукта
- Персонализация
- Изучение чувств и физических параметров
- Предугадывание желаний



## 5 принципов клиенто-ориентированности для всех маркетологов

---

- Фокус прежде всего на клиентском опыте, а не на модификациях продукта
- Определение проблемы, которую пытаемся решить
- Постоянная обратная связь с клиентами
- Клиенты – соавторы продукта
- Доверие клиента – самое ценное



Beeline™

