



СИСТЕМА ПРОДАЖ



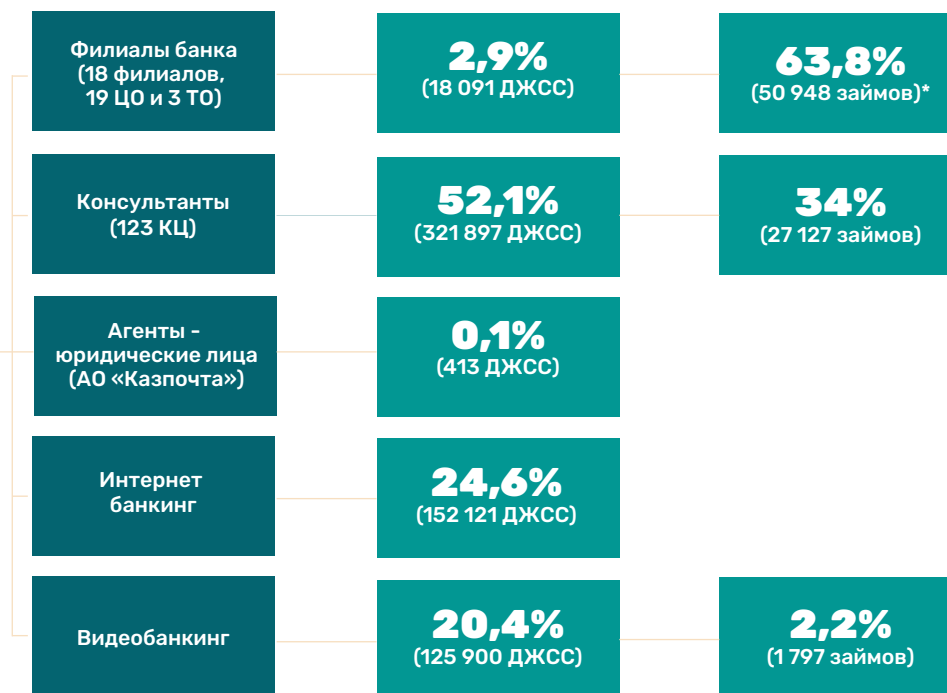
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БАНКА

характеризуется достаточно высокими темпами развития, о чем свидетельствует рост ключевых показателей.

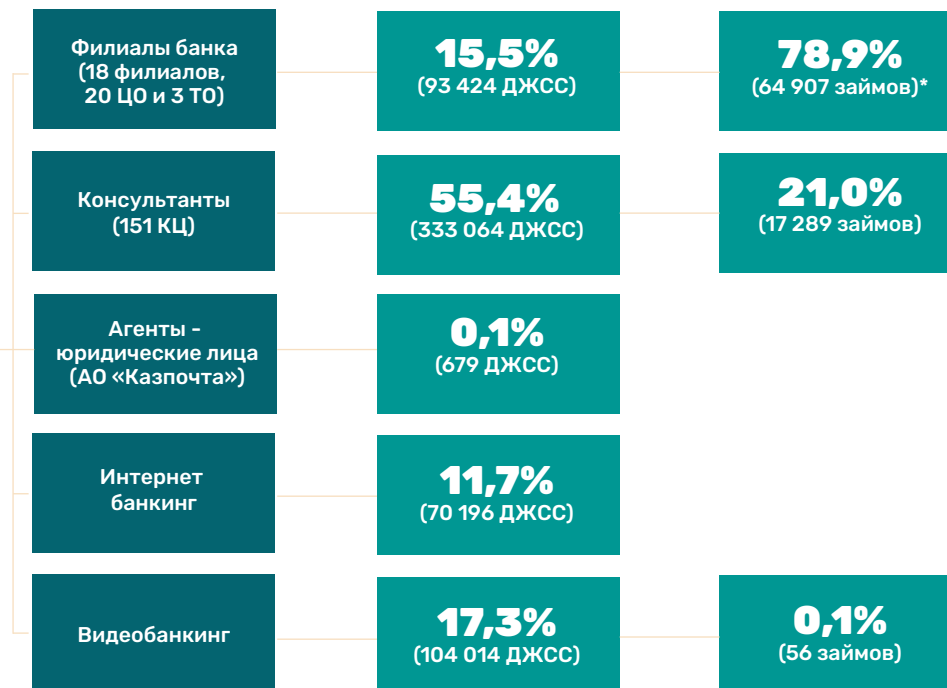
Такая динамика в немалой степени обеспечена успешной работой системы продаж Банка, которая включает филиалы, центры и точки обслуживания, консультантов и агентов (организаций, оказывающих Банку агентские услуги в рамках заключенных агентских соглашений), интернет-банкинг и видеобанкинг.

ОСНОВНЫЕ УЧАСТНИКИ СИСТЕМЫ ПРОДАЖ ПРОДУКТА, И КОЛИЧЕСТВО ЗАКЛЮЧЕННЫХ ИМИ ДОГОВОРОВ О ЖИЛСТРОЙСБЕРЕЖЕНИЯХ

2022

СИСТЕМА СБЫТА
ПРОДУКТА

2021

СИСТЕМА СБЫТА
ПРОДУКТА

* займы без учета переходов
ДЖСС - договора о жилстройсбережениях

Контакт-центр

Банк уделяет большое внимание получению обратной связи от клиентов, стремясь к эффективному развитию в интересах клиентов. Обратную связь Банк получает через письменные обращения (поступившие нарочным, почтовой связью, на элек-

тронную почту и интернет – ресурс Банка), и устные обращения (поступившие по телефону и при непосредственном посещении клиентом Банка). Прием обращений, в случае их наличия, производится на ежедневной основе.

Управление цифровых коммуникации

С 2020 года в Банке функционирует чат-бот Quanysh размещенный на двух популярных мессенджерах WhatsApp и Telegram. В июле 2021 года произведена интеграция социальных сетей с CRM системой Банка, что позволило разместить чат-бот Quanysh на официальных страницах Банка в социальных сетях, таких как Instagram, Facebook, ВКонтакте.

Чат-бот Quanysh также размещен в мобильном приложении Банка, который является вторым по популярности среди каналов коммуникаций после WhatsApp.

С внедрением чат-бота по состоянию на 01.01.2023 года Банк смог перевести 37% клиентов, использующих голосовые каналы, на обслуживание по цифровым каналам связи. При этом, клиентам Банка также был доступен короткий номер колл-центра Банка 300. Среднемесячное количество обращений к чат-боту составило 170 097, по сравнению с изначальными данными показатель увеличился на 423%.

Преимущества чат-бота в том, что при любой нагрузке ни один чат не будет потерян по сравнению с голосовыми каналами связи. Сессия клиента не может быть не принята, клиент в любом случае оперативно воспользуется сервисом и не останется без ответа.

За 2022 год было отработано более 2 млн чатов и более 59 тысяч комментариев. 31% клиентов предпочитают использовать чат-бот в мессенджере WhatsApp, 62,6% используют чат-бот в мобильном приложении, 4,7% заходят через Telegram, оставшиеся 1,6% пользователи социальных сетей.

Управление Видеобанкинга

В соответствии с реализацией стратегических задач в части комплексного перехода деятельности Банка, бизнес-процессов, компетенций, корпоративной культуры и бизнес моделей в цифровой Банк, с максимальным использованием возможностей цифровых технологий, Банком проводятся работы по развитию и внедрению инновационных продуктов с использованием новых технологий для образования нового опыта. Так, с 2020 года в Банке функционирует услуга видеобанкинга. В 2021 году проводились работы по совершенствованию данной услуги – запущена новая функция дистанционного обслуживания клиентов – онлайн открытие депозита посредством видеозвонка. Кроме того, в рамках дальнейшей доступности продуктов Банка была реализована схема онлайн ипотеки через консьерж-сервис посредством видеобанкинга. Данный продукт сочетает в себе лучшие практики обслу-

Настроенный чат-бот отработал 91% обращений без перехода к оператору. Соответственно всего 9% клиентов после консультаций с ботом соединились к оператору. Это показатель правильно выстроенной роботизации и актуальности размещенного контента. На текущий день в чат-боте на двух языках настроено более 50 сценариев консультаций по продуктам и услугам Банка, и более 29 различных банковских услуг.

С началом приема заявлений на использование единовременных пенсионных выплат, стал актуален вопрос проверки статуса заявок по Единым пенсионным выплатам (далее – ЕПВ). Для сокращения доли перехода чатов на оператора, реализована функция по проверке заявок ЕПВ в чат-боте в онлайн режиме.

В 2022 году среднее время первого отклика не превышало 20 секунд. При этом, операторы обрабатывают одновременно до 21 чата. Уровень CSI равен 90%.

Для оценки эффективности работы чат-бота разработано около 30 метрик, и на основе этих показателей постоянно развивается контент и функциональность чат-бота Quanysh. Ведется постоянное изучение клиентского опыта, для понимания в каком направлении улучшать цифровые сервисы.

Дополнительным функционалом Управления цифровых коммуникаций является предоставление ответов на обращения граждан. За 2022 год «Обратной связи» обработано более 6 тысяч официальных письменных запросов, без единой жалобы со стороны пользователей. Обработано более 20 тыс комментариев за 2022 год.

живания живого общения и с помощью цифровых каналов – Phygital. Внедрение данного функционала помогло клиентам Банка оформлять ипотеку удаленно и сократить посещение отделений Банка до минимума, что особенно актуально было в эпидемиологической обстановке. За 2022 год было оформлено кредитных заявок на 46,4 млрд тенге. Видеозвонки помогли сэкономить время клиентам Банка и получить сервисы удаленно по постдепозитным операциям. Данной функцией воспользовались 195 тыс раз. В рамках поддержки клиентов ЕПВ было открыто через видеобанкинг более 20 тыс и через интернет банкинг более 11 тыс специальных счетов для получения пенсионных денег. Общее количество обслуженных видеозвонков за год составило более 344 тыс. А также за 2022 год через аудио обслуживание получили сервис более 3,5 млн клиентов.

Управление Телемаркетинга

В 2022 году работы по развитию и расширению функциональности маркетинговых и операционных кампаний были продолжены. В рамках данных мероприятий были разработаны новые процессы, позволяющие наполнять карточку клиента данными в режиме онлайн.

В течение года было реализовано более 20 доработок системы CRM позволяющих оптимизировать процесс обслуживания клиентов операторами Департамента дистанционного обслуживания (далее – ДДО), визуализировать операторам/супервизорам персональные показатели/показатели skill группы, внесены доработки в процесс создания и запуска маркетинговых кампаний.

Ежедневно система CRM позволяет операторам обрабатывать входящие и исходящие звонки, предоставлять обратную связь по заявкам, оставленным клиентом на официальном сайте Банка, обеспечить клиенту поддержку и сопровождение. Так в 2022 году операторами ДДО было обслужено более 929 тыс входящих звонков, в рамках операционных кампаний было совершено более 1,1 млн исходящих звонков.

В апреле 2022 года были завершены работы по подготовке и запуску кампании по обзвону интеллектуальным голосовым роботом с целью пополнения депозитов «спящих клиентов» (где отсутствуют пополнения последние 12 месяцев), более 6 тыс участников кампаний пополнили свои депозиты на общую сумму 3,1 млрд тенге.

Альтернативные способы приема платежей

По итогам 2022 года количество безналичных платежей, осуществленные через альтернативные каналы приема платежей (пополнение депозита/погашение кредита), составило 12 597 тыс на сумму 1 857 333 млн тенге.

Рекламная и PR-деятельность Банка

Банк постоянно ведет активную работу по популяризации системы жилищных сбережений среди населения и информированию казахстанцев об имеющихся возможностях, предлагаемых Банком. С этой целью проводятся крупные PR и маркетинговые компании.

В общей сложности Банком было подготовлено и опубликовано 100 пресс-релизов на государственном и русском языках о получении государственной премии, об использовании казахстанцами средств единых пенсионных выплат для улучшения жилищных условий, реализации государственных программ, цифровизации процессов, улучшении

Кроме того, в рамках развития интеллектуального робота были проведены работы по созданию новых скриптов обзвона (CSI оператора ДДО, CSI отделения Банка, Кредиты, Премия государства), обучению и развитию робота, разработке отчетов по проведенным обзвонам, автоматизации кампании CSI оператора ДДО.

С целью исполнения плановых показателей по притокам и остаткам депозитного портфеля ДДО были подготовлены и проведены:

- 17 регулярных маркетинговых кампаний, притоки составили 5,7 млрд тенге;
- 96 операционных кампаний, в рамках которых было совершено более 836 тыс звонков с целью открытия депозита;
- крупная омникальная маркетинговая кампания по ЕНПФ, направленная на открытие депозитов, а также пополнения вкладов за счет средств ЕПВ. В рамках кампании было открыто 15 тыс новых депозитов, общая сумма притоков составила 11,6 млрд тенге;
- в 4-квартале 2022 года проведена крупномасштабная кампания «Премия государства 2022 года» притоки по депозитам участников кампании составили более 131 млрд тенге;
- проведена кампания по стимулированию клиентов Банка на подачу заявки для получения Компенсации по депозитам, результатом кампании стало более 860 тыс поданных заявок на общую сумму 116,1 млрд тенге.

финансовых показателей, преимуществах реализации системы жилищных строительных сбережений, запуске молодежных программ.

Было подготовлено и размещено на портале Forbes интервью Председателя Правления Банка Ляззат Ибрагимовой о том, как меняется кадровая политика Банка. Материал вышел под заголовком «Почему в Отбасы банке переодели менеджеров».

Также на youtube-канале Forbes Kazakhstan опубликовано видео-интервью Ляззат Ибрагимовой по итогам 2022 года.

Разъясняющие материалы о системе жилищных строительных сбережений, а также истории вкладчиков Банка были опубликованы в республиканских газетах «Караван», «Время», «Жас қазақ», «Жас алаш», «Казахстанская правда», «Егемен Қазақстан».

Представители Банка в течение года участвовали в съемках экономических, общественно-политических, жилищных и новостных программ на телеканалах Хабар, Хабар 24, Казахстан, Алматы, 31 канал, inbusiness.kz, Первый канал Евразия и т.д.

Были подготовлены ответы на запросы, по результатам которых опубликованы разъясняющие материалы о продуктах Банка и итогах реализации системы ЖСС на крупных информационных порталах Kursiv.kz, Kapital.kz, inbusiness.kz, Tengrinews.kz, krisha.kz, informburo.kz и т.д. В итоге в 2022 году в СМИ вышло более 9 000 разъяснительных материалов с упоминанием Банка.

В течение года велась работа по модернизации внешнего сайта Банка. Доработан раздел «Обратная

связь». Были созданы посадочные страницы для семи региональных молодежных программ («Алматы жастары», «Алатау жастары», «Атырау жастары», «Қараганды жастары», «Әулиеата жастары», «Ақтобе жастары», «Жетісу жастары»), для онлайн-ипотеки и «зеленой ипотеки». Разработан функционал «Вакансия банка» с разделением по регионам.

Результаты проведенного маркетингового исследования в конце 2022 года показали, что 88,1% от общего количества респондентов доверяют Банку. Узнаваемость Банка составила 91,1%. Поддержание степени удовлетворенности клиентов равно 96,9%.

