



# Новые правила привлечения клиентов

Россия и СНГ:  
Краткий отчет

Апрель 2015 г.

[www.decisioningvision.com](http://www.decisioningvision.com)

**DV** Decisioning  
Vision 2020

## Введение

Как узнать, отвечает ли ваша бизнес-модель требованиям сегодняшнего дня, не говоря уже о пятилетнем сроке? Благодаря доступности информации и развитию технологий современный клиент стал более информированным и самостоятельным.

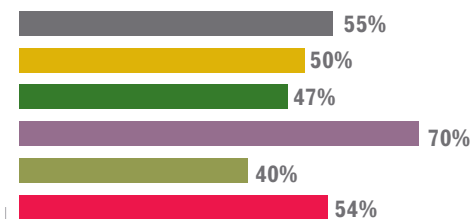
Компания Experian провела исследование среди компаний финансового и телекоммуникационного сектора стран региона EMEA (Европа, Ближний Восток и Африка), чтобы выяснить, какую роль будут играть данные, аналитика и процессы принятия решений в преодолении этой проблемы в ближайшие пять лет. Данный документ представляет собой краткий отчет о результатах исследования в России и СНГ.

В мире, где желание клиента — закон, компании России и СНГ представляют собой типичный пример усиления тенденции клиентоориентированности. Однако одного лишь стремления приоритизировать потребности клиентов недостаточно для того, чтобы начать принимать эффективные решения в процессе работы с клиентами. Ближайшие пять лет будут переломными для организаций России и СНГ. Организации, которые не смогут максимально повысить качество обслуживания клиентов, вскоре потеряют свои конкурентные преимущества.

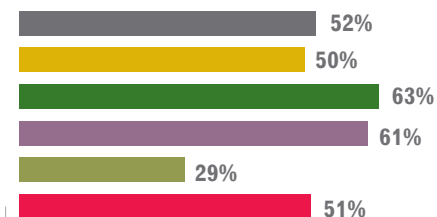
## Ключевые проблемы бизнеса в пятилетней перспективе



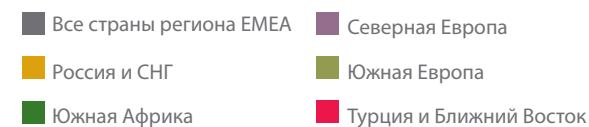
1. Рост рентабельности обслуживания существующих клиентов



2. Повышение качества обслуживания клиентов



3. Соответствие требованиям регулятора



## Главные бизнес-проблемы России и СНГ

Стратегическая обстановка в России и странах СНГ меняется по мере повышения "самостоятельности" клиентов. В действительности, повышение рентабельности обслуживания существующих клиентов (**76%**) является самой насущной проблемой, решение которой потребует профессионального использования данных и передовой аналитики в течение следующих пяти лет. Для повышения эффективности работы организации в условиях, когда последнее слово остается за клиентом, ключевым фактором становится повышение качества и уровня обслуживания. Согласно данным опросов, **78%** организаций понимают, что к 2020 году качество обслуживания клиентов будет решающим дифференцирующим фактором. Такого же мнения придерживается большинство организаций региона EMEA (**80%**).

Однако, подобно представителям других регионов, в которых проводилось исследование, **76%** организаций в России и СНГ признают необходимость изменения собственной бизнес-стратегии для повышения качества обслуживания клиентов. Принципиальным моментом является то, что представители бизнеса осознают важность профессионального использования данных и передовой аналитики в реализации такой бизнес-стратегии. Почти девять из десяти опрошенных организаций (**88%**) уверены, что работа с большими массивами данных будет способствовать изменению модели качества обслуживания клиентов, и этого мнения придерживается большинство компаний в России и странах СНГ.

## Источники данных, используемых при принятии решений в работе с клиентами

Как и в остальных странах региона EMEA, организации в России и СНГ используют преимущественно внутренние данные (**76%**) для принятия решений в работе с клиентами. Однако, в отличие от других стран региона, они используют небольшой диапазон данных. Только **38%** компаний опираются на социально-экономические данные в процессе принятия решений, в то время как в Северной Европе этот показатель составляет **50%**, а в Турции и на Ближнем Востоке – **53%**. Сходным образом только четверть (**24%**) организаций в России и странах СНГ используют неструктурированные данные, например, данные из социальных сетей, а в Южной Африке этот показатель составляет **63%**.

Задумываясь о недостатке данных уже сейчас, в пятилетней перспективе компании России и стран СНГ намерены повысить количество источников данных. Фактически, к 2020 году две трети (**66%**) компаний намереваются использовать больше данных транзакций (во всем регионе EMEA этот показатель составляет **52%**), а **44%** планируют использовать больше данных из внешних источников (во всем регионе EMEA этот показатель составляет всего лишь **38%**).

## Приоритеты повышения качества обслуживания клиентов в России и СНГ

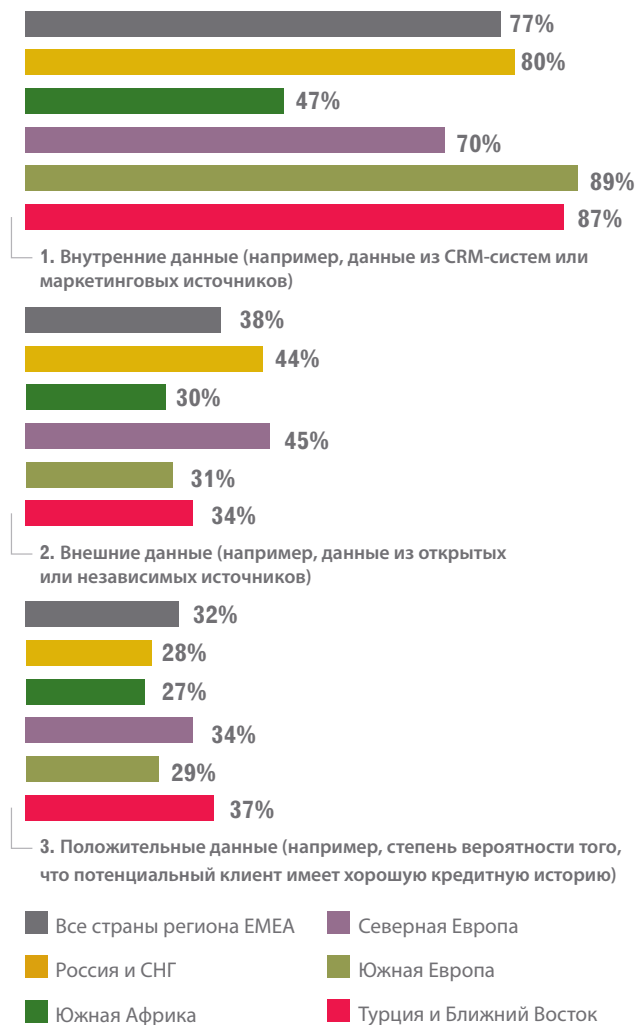


"На этапе привлечения клиентов и защиты от мошенничества используются данные низкого качества".

### Качество данных, используемых при принятии решений

Для решения проблем, возникающих на разных этапах сотрудничества с клиентами, особенно важно использовать корректные данные. Однако качество данных, используемых в компаниях России и стран СНГ, зачастую приводит к принятию неэффективных решений. В частности, на этапе привлечения клиентов (48% по сравнению с 65% во всех странах EMEA) и защиты от мошенничества (42% по сравнению с 59% во всех странах EMEA) используются данные низкого качества. Доступность и диапазон данных далеки от оптимальных значений, и эта тенденция наблюдается во всех странах региона EMEA (менее 31% и 40%, соответственно), что негативно влияет на точность (52% и менее) и последовательность (52% и менее) принимаемых решений. Это особенно заметно на этапе привлечения клиентов: только 42% компаний удовлетворены качеством принятых решений, в то время как в странах региона EMEA показатель удовлетворенности составляет 55%.

### Источники данных, которые будут использоваться в ближайшие пять лет



## Основные проблемы на этапах сотрудничества с клиентами



### Привлечение выгодных клиентов

Что касается этапа привлечения клиентов, в настоящее время организации России и СНГ, как и организации в других странах региона EMEA, прежде всего озабочены обработкой большого количества заявлений на получение кредитов (**82%**). Однако в ближайшие пять лет эта тенденция значительно сместится в сторону повышения общего качества обслуживания клиентов (**84%** по сравнению с **26%** в настоящее время).



### Укрепление и поддержание сотрудничества с клиентами

Многие организации России и СНГ считают, что в укреплении сотрудничества с существующими клиентами им помогает понимание того, какой доход может принести конкретный клиент (**86%**), а также формирование единого представления о клиенте или хозяйственной единице (**74%**). Однако не следует целиком и полностью полагаться на эти данные. Представители **42%** компаний (по сравнению с **20%** в Южной Африке) уверены, что разнообразие каналов обслуживания клиентов не является их приоритетом на данный момент и не станет таковым через пять лет. Но придерживаться такой точки зрения в условиях, когда клиенты ожидают высокого уровня обслуживания, может быть рискованно.

## Проблемы, которые могут возникнуть на этапах сотрудничества с клиентами в ближайшие пять лет (Россия и СНГ)



### Более эффективное управление просроченной задолженностью

Компании России и СНГ тратят значительное количество времени на урегулирование просроченной задолженности (сейчас с этой проблемой сталкивается **88%** компаний, и согласно прогнозам **80%** компаний будут по-прежнему вынуждены преодолевать эти трудности через пять лет). Более высокие показатели наблюдаются только в Южной Африке (**89%** и **94%**, соответственно). Однако, как и компании в остальных странах региона EMEA, организации России и СНГ планируют оптимизировать процесс управления просроченной задолженностью в течение ближайших пяти лет. Сдвиг в этом направлении особенно заметен в России и СНГ: от **24%** компаний сейчас до **78%** к 2020 году.



### Защита от риска мошенничества

Проблема защиты от мошенничества наиболее остро стоит в России и СНГ, чем в других странах. Действительно, за последний год **88%** компаний сталкивались со случаями интернет-мошенничества, что выше суммарных показателей по Южной Африке (**43%**) и Северной Европе (**70%**). Эта угроза безопасности данных порождает множество проблем для компаний России и СНГ. В ближайшие пять лет внедрение защиты от мошенничества во внутренних системах (**82%**) и обеспечение безопасности бизнес-процессов параллельно с повышением качества обслуживания клиентов (**74%**) останутся самыми важными и сложными задачами для организаций.

"Главной будет оставаться проблема эффективного представления отчетности о соответствии требованиям ведения бизнеса".



### Соответствие требованиям ведения бизнеса

В настоящее время готовность к принятию новых требований регулятора и скорость их внедрения представляет собой существенную проблему для компаний в России и СНГ (74%) по сравнению с другими регионами (58%). Эта проблема сохранится и через пять лет – в этом уверены 71% представителей бизнеса России и СНГ, в то время как средний показатель в странах региона EMEA составляет всего 64%. Однако в ближайшие пять лет в России и СНГ главной будет оставаться проблема эффективного представления отчетности о соответствии требованиям ведения бизнеса (83% по сравнению с 75% в странах EMEA).

### Улучшение модели обслуживания клиентов



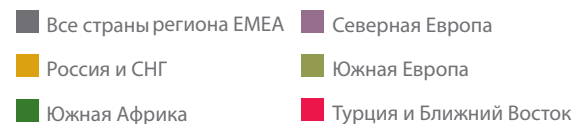
1. При отсутствии должного контроля попытка решения проблемы мошенничества может негативно отразиться на качестве обслуживания клиентов



2. Концепция больших данных - Big Data - изменит нашу модель обслуживания клиентов



3. Возможность принятия решений повысит качество обслуживания клиентов



## Перспективы: Принятие решений в 2020 году

Принятие эффективных решений, основанных на разнообразных данных, — первый шаг к созданию прочных отношений с клиентами. Большинство (**84%**) организаций в России и СНГ уверено, что принятие решений в режиме реального времени сможет повысить общий уровень качества обслуживания клиентов.

Однако такие ключевые решения будут эффективными только при наличии и правильном использовании данных и аналитических инструментов. Качество принимаемых решений напрямую зависит от качества данных и их профессионального анализа. Также **72%** организаций (по сравнению с **43%** в Южной Африке) уверены, что для более широкого применения аналитических инструментов к 2020 году необходимо расширить взаимодействие между отделами, непосредственно работающими с клиентами.

Эволюция использования данных и передовой аналитики не произойдет мгновенно – компаниям в России и СНГ потребуются инвестиции во внедрение этих технологий (**92%** по сравнению с **79%** в странах региона EMEA). Представители бизнеса уверены, что эти инвестиции полностью окупятся, а **82%** компаний ожидают, что в ближайшие пять лет акцент сместится на усиленную работу с целевыми группами и потенциальными клиентами. Немаловажно и то, что **70%** организаций (по сравнению с **64%** в странах региона EMEA) уверены в скором появлении возможности монетизации данных посредством использования аналитических инструментов, поэтому для бизнеса в целом, а особенно для телекоммуникационных компаний, важно правильно оценить стратегическое значение данных и передовой аналитики.

Достижения, возможные благодаря профессиональному использованию данных и передовой аналитике





## Заключение

Организации в России и СНГ осознают необходимость изменений, направленных на повышение клиентоориентированности и достижение успеха к 2020 году.

Одной из важнейших концепций в процессе обслуживания клиентов будет обработка больших массивов данных, но эффективность ее внедрения по большей части зависит от разнообразия, качества и правильности использования данных конкретной компанией. Принятие ключевых решений на всех этапах сотрудничества с клиентами затруднено из-за недостатка качественных данных, и поэтому организациям необходимо находить и привлекать новые источники данных. Проблемы будут расти на всех этапах сотрудничества с клиентами, а компаниям России и СНГ следует обратить особое внимание на привлечение новых клиентов и управление задолженностью.

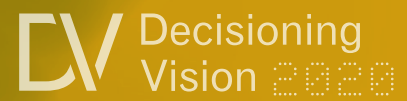
Представители бизнеса признают важность использования данных и передовой аналитики для принятия более эффективных решений в процессе обслуживания клиентов, и, особенно, для повышения качества обслуживания. Однако работу по поддержанию конкурентоспособности и формированию политики ориентации на клиента компаниям необходимо начинать уже сейчас.

### Decisioning Vision for 2020 - Концепция принятия решений в 2020 году:

Для достижения значительного прогресса в обслуживании клиентов компаниям России и СНГ необходимо заново расставить приоритеты в пяти ключевых областях:

- Поиск и использование новых и разнообразных источников данных.
- Формирование комплексного подхода к клиентам.
- Принятие оперативных согласованных решений, соответствующих требованиям бизнеса.
- Использование многоканальной системы автоматизации во всех точках взаимодействия с клиентами.
- Внедрение инструментов передовой аналитики на всех уровнях организации.

Ознакомьтесь с полным отчетом об исследовании в регионе EMEA и проведите сравнительный анализ бизнеса с помощью интерактивного инструмента можно на сайте [www.decisioningvision.com](http://www.decisioningvision.com).  
Присоединяйтесь к нам в Twitter [#dv2020](https://twitter.com/dv2020)



© Experian Information Solutions, Inc., 2015. Все права защищены.

Упомянутое в данном документе название компании Experian и названия товарных знаков Experian являются товарными знаками или зарегистрированными товарными знаками компании Experian Information Solutions, Inc.

[www.decisioningvision.com](http://www.decisioningvision.com)

