

Программа конференции “Цифровой опыт клиента”, 14 октября 2019

Время	Тема
8.30 -9.00	Регистрация, кофе
9.00 - 9.10	Открытие конференции
Часть 1. Модератор: Алексей Дунаевский, директор по развитию Бизнес-школы ИПМ	
9.10 - 9.50	<p>Человекоцентричный продукт - хайп или бизнес-ценность?</p> <p><i>Методы и инструменты создания человекоцентричных сервисов и продуктов.</i></p> <p><i>Кто и что создает бесшовный пользовательский путь.</i></p> <p><i>Ре-дизайн сервисного пути пользователя на примере продуктов и сервисов ритейла, авиа и банков.</i></p> <p>Ани Кочарян, change experience design в "Культура инноваций", трекер chtobychto.ru.</p>
9.50 - 10.30	<p>Как «мы думали» надо создавать сайт ВТБ и что из этого получилось</p> <p><i>За 2 года банк прошел объединение 3-х разных по бизнесу и менталитету компаний: ВТБ, Банк Москвы, ВТБ24.</i></p> <p><i>После этого появилась задача создать единый ресурс и продукты, которые можно предложить разным целевым аудиториям.</i></p> <p><i>Для решения задачи провели исследование клиентов и бизнеса этих целевых аудиторий, что позволило навести мосты между «двумя берегами одной реки».</i></p> <p><i>Спикер поделится инсайтами по выбору продукта по итогам проведенного исследования. Вкупе с бизнес-стратегией они сформировали ключевые сценарии в интерфейсе, позволяя заработать на решении пользовательских задач.</i></p> <p><i>При этом исследования – не только источник знания по выстраиванию CJM и touch-points с клиентом. Его результаты часто являются единственным безоговорочно принимаемым аргументом за столом переговоров с руководителями.</i></p> <p>Екатерина Сугак, Руководитель Службы проектирования клиентских сценариев Департамента цифрового бизнеса Банка</p>

	ВТБ (Россия)
10.30 - 11.10	<p>Юзабилити-проблемы своими руками (и методы их решения)</p> <p><i>Проблемы конкретного экрана: просто выявить, но легко ли исправить?</i></p> <p><i>Если вы считаете, что можете построить интерфейс без привлечения пользователей, то это первый признак того, что пора к ним бежать.</i></p> <p><i>Смотрим шире и выходим за рамки: при каких обстоятельствах идеально построенный интерфейс вас не спасет.</i></p> <p>Антон Парамонов, Руководитель проектного офиса USABILITYLAB (Россия)</p>
11.10 - 12.00	<p>Своевременное предоставление информации внутри компании как способ управления клиентским опытом</p> <p><i>Роль вводных от клиентов в продуктах и процессах.</i></p> <p><i>Можно ли опоздать с исследованием?</i></p> <p><i>Как успевать предоставлять информацию членам команды и этим влиять на клиентский опыт.</i></p> <p><i>В чем опасность такой модели? Как не стать судьёй?</i></p> <p>Маша Вереина, Head of Customer Experience OZON</p>
12.00 - 13.00	ОБЕД
Часть 2. Модератор - Сергей Шопик, Лабория клиентского опыта	
13.00 - 13.40	<p>Персонализация предложений клиентам (согласовывается формулировка)</p> <p>Содержание такое: удачные и неудачные случаи совмещения комплекса данных о клиентах (опросные данные, CRM-данные, big data, фактические данные о качестве связи...)</p> <p>а. Удачные:</p> <p>i. Оптимальное наложение опросной сегментации на сегментацию транзакционных данных для фокусного улучшения клиентского опыта в разных ситуациях на примере АЗС</p> <p>ii. Перезапуск программы лояльности на основе комплексного сопоставления опросных данных + транзакционных данных</p> <p>б. Неудачные:</p>

	<p>i. Неоптимальное использование сегментационных данных: попытка наложения опросных сегментов на транзакционные сегменты на примере финансовой отрасли</p> <p>ii. Занижение роли одного из источников в пользу другого («фактические данные правильные, опросные нет» и т.п.)</p> <p>Ольга Корчагина, директор по развитию бизнеса Ipsos в России</p>
13.40 - 14.20	<p>Увеличение продаж с помощью анализа больших данных, дата-партнерств. Персонализация предложений с помощью AI</p> <p>Никита Алымов, Начальник отдела развития карточных продуктов и отношений с платежными системами Департамента по работе с частными клиентами, “Приорбанк” ОАО</p>
14.20 - 15.00	<p>На пути к омниканальности</p> <p><i>Современные тренды в коммуникации бизнеса с клиентами, особенности построения омниканального клиентского сервиса.</i></p> <p><i>Принцип реализации омниканальности на примере компании Шате-М Плюс.</i></p> <p><i>Шате-М Плюс интегрировал систему клиентской поддержки и продаж, обеспечивающую омниканальную коммуникацию с клиентами через мессенджеры и соцсети в едином интерфейсе. Предпосылки данной интеграции и основные проблемы, с которыми столкнулись, выводы и статистика обращения клиентов по различным каналам.</i></p> <p>Игорь Спичонок, Руководитель проекта по развитию цифровых технологий, Частное предприятие Шате-М Плюс Игорь Мурашко, специалист по развитию бизнеса Blinger.io</p>
15.00 - 15.40	<p>Проект Мобильная платформа – инструмент сотрудника для улучшения клиентского опыта в рамках плана трансформации</p> <p><i>Проект Мобильная платформа – как обязательный шаг на пути реализации плана трансформации компании</i></p> <p><i>Мобильность сотрудника – желание или необходимость? Как построить путь сотрудника. Готовность сотрудников меняться, формат обучения, сложности, сопровождение бизнеса.</i></p> <p><i>Как «влюбить» сотрудника в приложение. (С внешним приложением, у пользователя есть выбор, а сотрудник должен работать с приложением, которое мы ему разрабатываем).</i></p>

	<p>Ольга Дубровская, руководитель проектов дирекции по организации операций и информационным системам Леруа Мерлен</p>
15.40 - 16.00	Перерыв, кофе
Часть 3. Модератор - Артем Буслов, БелВЭБ	
16.00 - 16.30	<p>Репутационный менеджмент сети пиццерий "Папа Джонс" Беларусь</p> <p><i>1. Цели и задачи управления репутацией в сети. 2. Программный сбор и обработка отзывов в сети. 3. Проверка достоверности отзывов . 4. CRM-система в помощь для персонализированных решений. 5. Мониторинг возвращаемости клиентов.</i></p> <p>Юлия Матросова, директор по маркетингу Papa John's</p>
16.30 - 17.10	<p>OPEN API как новые возможности для бизнеса</p> <p><i>Развитие OPEN API в мире и странах СНГ</i></p> <p><i>Возможности технологии для создания конкурентных преимуществ в цифровом пространстве</i></p> <p><i>Опыт развития OPEN API в Альфа-Банк Беларусь</i></p> <p>Сергей Шеко, Руководитель по развитию технологий и продуктов корпоративного бизнеса ЗАО "Альфа-банк" (Беларусь) Светлана Шаповалова, директор департамента развития продуктов, процессов и электронных каналов для корпоративного бизнеса ЗАО "Альфа-банк" (Беларусь)</p>
17.10 -17.50	<p>Тенденции в развитии цифровых продуктов</p> <p><i>Тренды и тенденции развития цифровых интерфейсов. Почему корпорации начали уделять больше внимания эмоциям в продукте.</i></p> <p>Михаил Федосов, продуктовый дизайнер в Сбербанк</p>