



## Зачем контакт-центрам идти в омниканальность? Кейс компании HeadHunter



[www.hh.ru](http://www.hh.ru)

## Немного фактов о HeadHunter...



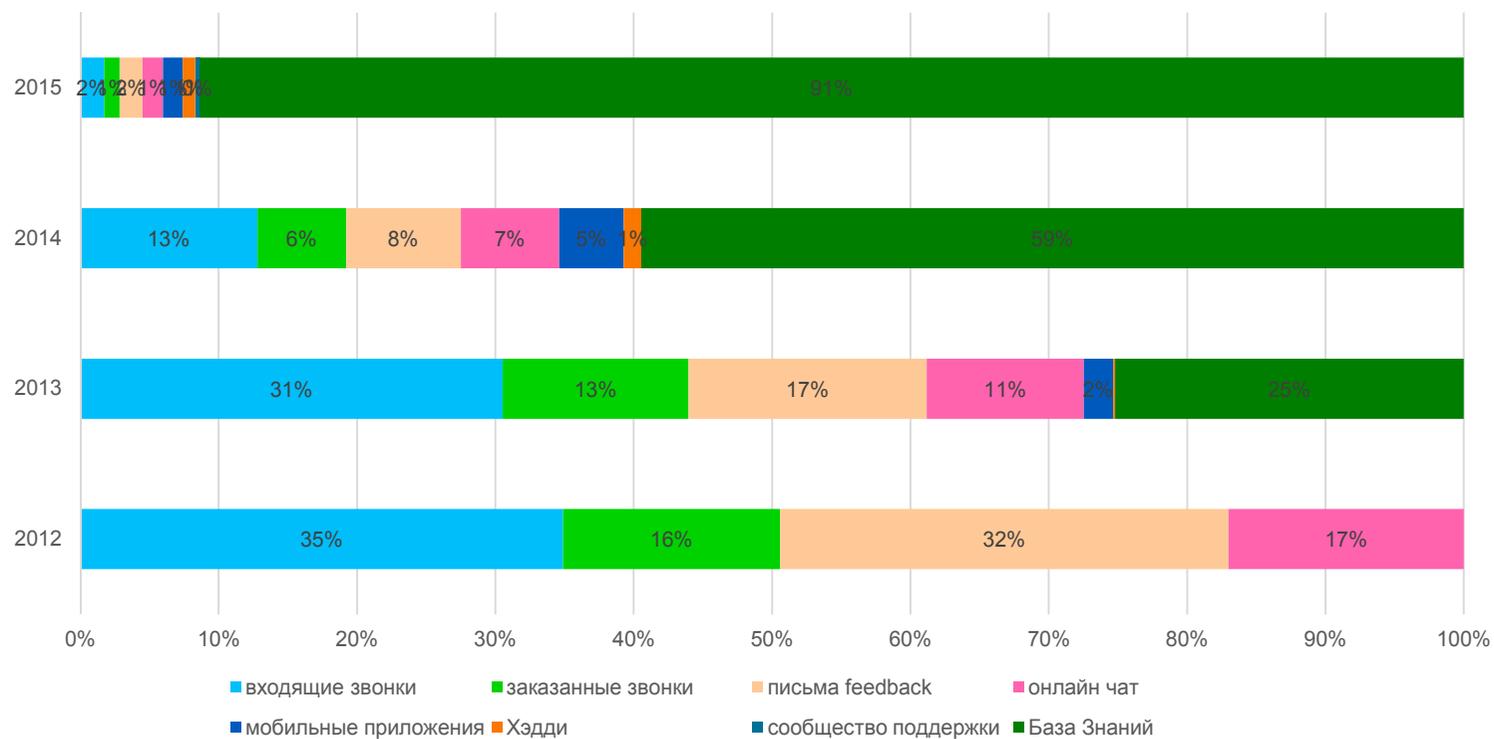
- **HH.RU – это онлайн-ресурс для поиска работы и найма персонала.** Бизнес-модель HeadHunter построена на продаже информации из базы данных резюме.
- Компания HeadHunter была **основана в 2000 году**
- **Представительства в 11-и странах:** Россия, Беларусь, Казахстан, Украина, Азербайджан, Латвия, Литва, Эстония, Грузия, Кыргызстан, Узбекистан
- **Присутствие в 25-и российских городах**
- Возможность поиска сотрудников более чем в **100 странах мира**
- Ежедневно на сайт заходит около **1,3 миллиона посетителей**
- Сейчас посещаемость **hh.ru** перешагнула отметку в **17 000 000** уникальных пользователей в месяц.
- На сегодняшний день на сайте hh.ru более **560 000** работодателей и опубликовано более **22 миллионов** резюме.

## Какие каналы коммуникации предпочитают клиенты при взаимодействии с компанией

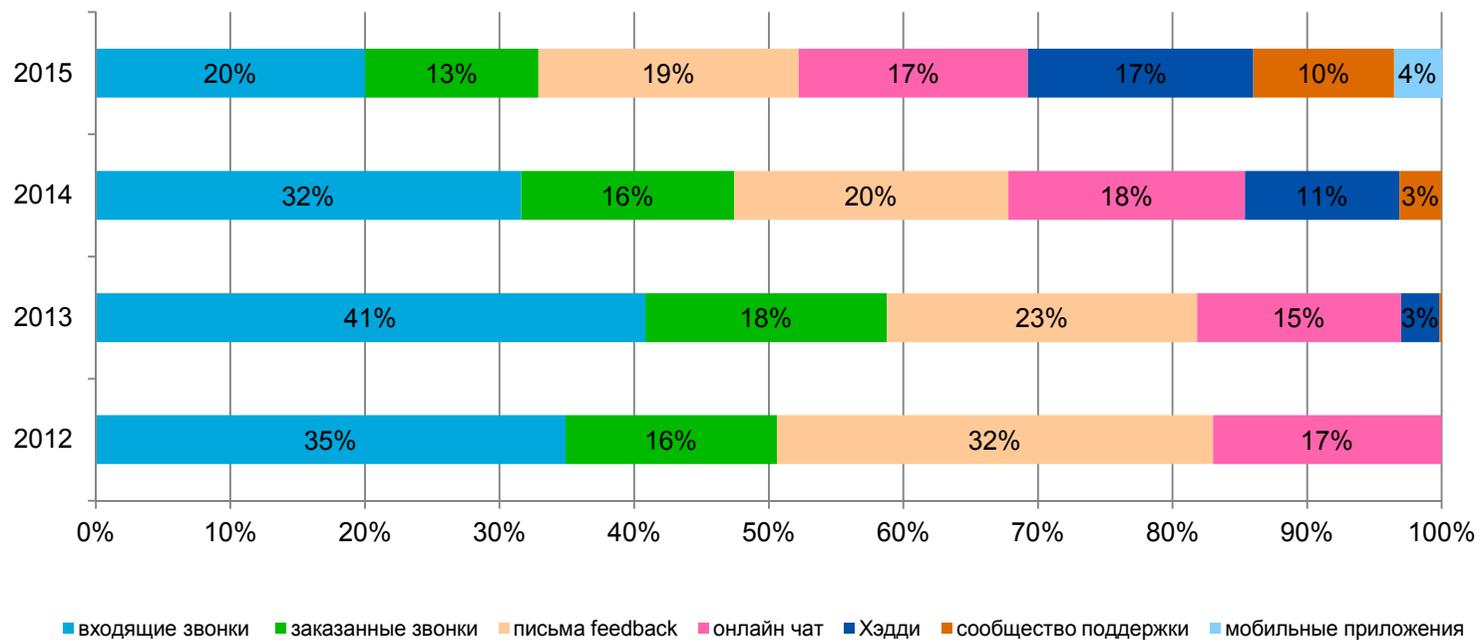
Вопрос: «Если у Вас возникнет проблема/непонимание функционала при посещении нашего ресурса, что Вы предпримете в первую очередь? (возможно несколько вариантов ответа)»\*



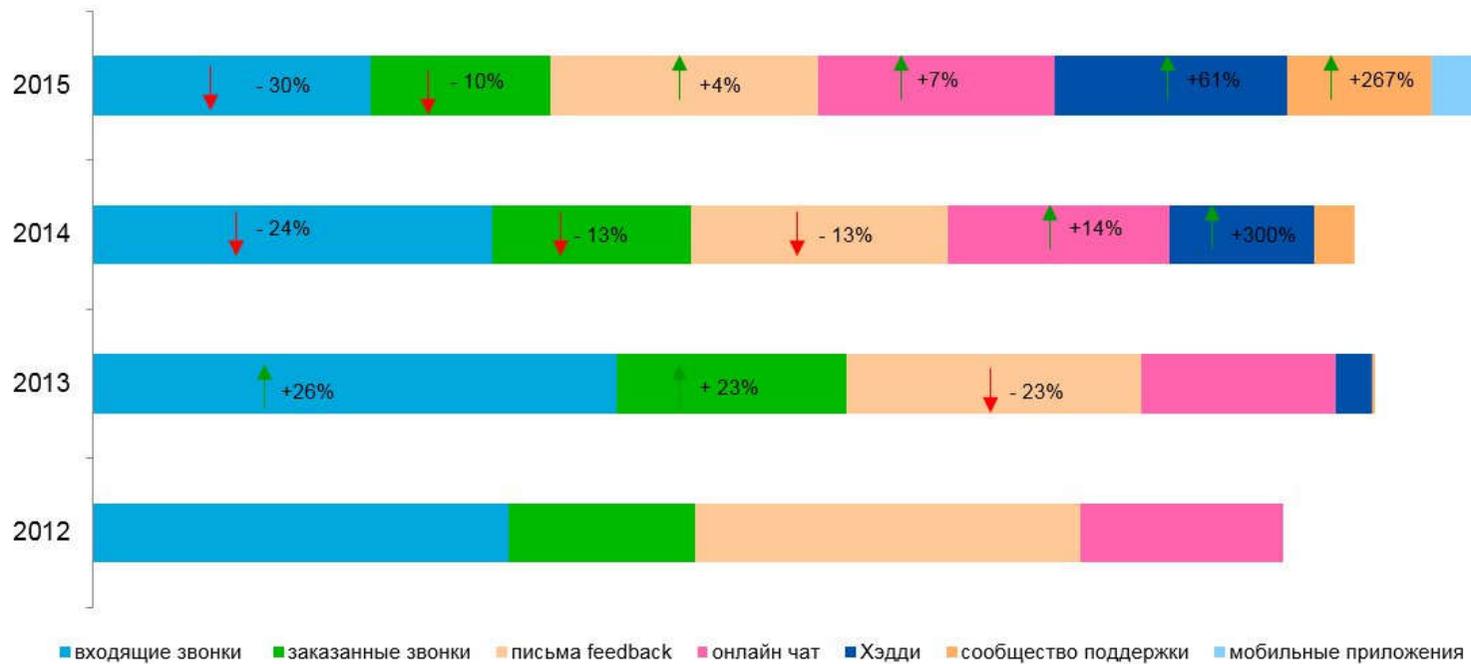
## Какими каналами пользуются клиенты hh.ru



## Какими каналами пользуются клиенты hh.ru (без учёта БЗ)

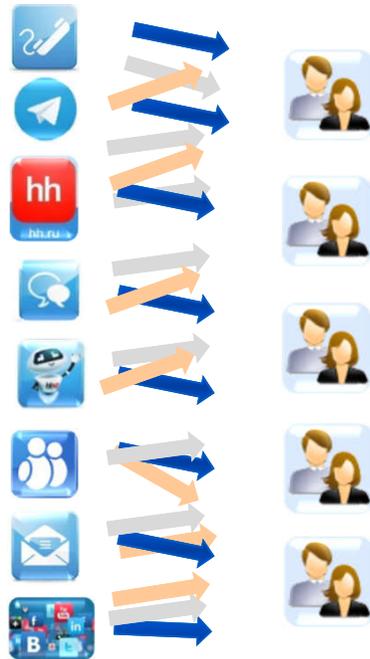


## Какими каналами пользуются клиенты hh.ru (без учёта БЗ)



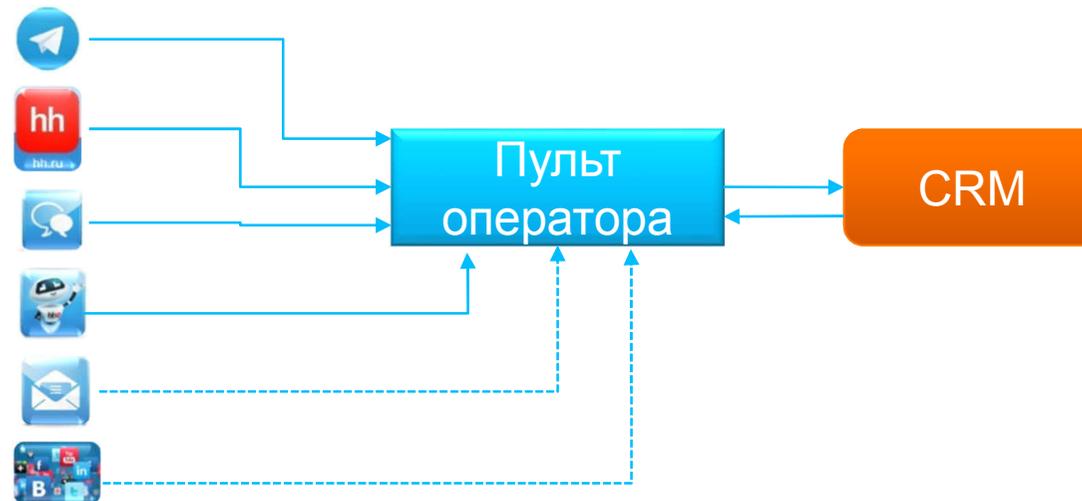
\* увеличение и снижение по каналу в сравнении текущего года к предыдущему

## Переход к омниканальности. Зачем?



- Несколько каналов коммуникации => Несколько сред общения
- Разные специалисты по-разному консультируют клиента => формируют различные потребности
- Мультипоточные операторы
- Отдельная работа с каналами самообслуживания
- Разные KPI трудоёмки в расчётах и восприятии

## Соединение цифровых каналов



## Что даёт omni-channel клиентам



- Бесшовный переход как внутри каналов, так и из одного канала в другой
- Увеличение скорости обработки запросов
- Увеличение количества решённых вопросов в рамках одного обращения
- Единый формат консультирования вне зависимости от точки контакта
- Включение каналов самообслуживания в единую платформу

## Что даёт omni-channel бизнесу

- Увеличение лояльности пользователей благодаря оперативной обработке запросов в онлайн-режиме
- Единый пульт оператора с возможностью оперативно переназначать диалог на другого оператора



- Интеграция с CRM одной платформы позволяет сэкономить бюджет
- Интеграция с CRM «в 1 клик» позволяет ликвидировать технологические паузы => Сокращение среднего времени обработки инцидента на 4%
- Включение каналов самообслуживания в единую платформу
- Конверсия потенциально плохо оценённых диалогов с Хэдди в положительно оцененные чаты около 20%
- Единое рабочее пространство, поддерживающее несколько каналов общения с клиентом, увеличило производительность и качество работы операторов (не нужно переключаться между окнами)
- Возможность внедрения сквозных KPI

**Спасибо за внимание!**  
**Надеюсь, Вам было интересно.**



*Ольга Кузнецова,  
директор департамента  
клиентского сопровождения,  
HeadHunter  
e-mail: [o.kuznetsova@hh.ru](mailto:o.kuznetsova@hh.ru)  
[olgabkuz@gmail.com](mailto:olgabkuz@gmail.com)*

[www.hh.ru](http://www.hh.ru)



# Вопросы?



*Ольга Кузнецова,  
директор департамента  
клиентского сопровождения,  
HeadHunter*

*e-mail: [o.kuznetsova@hh.ru](mailto:o.kuznetsova@hh.ru)  
[olgabkuz@gmail.com](mailto:olgabkuz@gmail.com)*

[www.hh.ru](http://www.hh.ru)