



E S E T T A N U L M Á N Y

Smart ajánlatkérő portál (Bisnode, kyc)

INTELLIGENS AUTOMATIZÁCIÓ | SALES | FINTECH | LOW HUMAN TOUCH



The Salesforce logo, consisting of a blue cloud shape with the word "salesforce" in white, lowercase, sans-serif font inside it.

PARTNER
SINCE 2015

történetünk dióhéjban

A SimplePay az OTP csoport tagja, mely kártyás fizetéseket bonyolít, történetük pedig kiemelkedő sikertörténet a magyar fintech szférában. Az általuk fejlesztett és működtetett online rendszer segítségével B2B ügyfeleik (ekereskedők, webshopok) vásárlói gyorsan, biztonságosan és kényelmesen bonyolíthatják online vásárlásaikat. Ezzel a lehetőséggel találkozhat például a NetPincér felületén is kártyás fizetés esetén.

Magyarországon piacvezetők, jelenleg több mint 5000 aktív ügyfelük van. A SimplePay sales csapata 10 főt számlál, a társosztályokon pedig további 20 fő segíti az értékesítők munkáját. Az IT, a risk és a pénzügy kapcsolódnak be a sales folyamatokba.

Esettanulmányunkban a BitMist és a SimplePay közös projektjét fogjuk bemutatni, több felvonásban. Komplex és izgalmas szakmai kihívás volt, rendkívül élveztük a közös munkát és rengeteget tanultunk belőle. Reméljük, Te is hasznosítani tudod munkád során!

A megoldás 4 rapid projekt keretein belül valósult meg:

- sales folyamat automatizálás és CRM bevezetés
- ügyfél szegmentáció, árazás és ajánlatadás automatizálása
- “smart ajánlatkérő portál” (Bisnode, KYC)
- digitális aláírás és papírmentes iroda

A standard, kulcsrakész megoldásokat a SimplePay speciális igényei szerint fejlesztettük tovább.

Jelen esettanulmányban az első projekt megvalósításának részleteit olvashatod.



KELLÉNYI ISTVÁN

ALAPÍTÓK, CRM AUTOMATIZÁCIÓS SZAKEMBEREK



KISS GÁBOR

történetünk dióhéjban

8
HÉT

alatt kerültek átadásra az első körös folyamatoptimalizálás és racionálás mentén kidolgozott CRM megoldások.

10
HÉT

a potenciális ügyfelek ennyi idő alatt jutottak el történetünk végére az első ajánlat bekérésétől a szerződéskötésig a korábban napokig húzódó folyamat helyett.

85%

-ban automatizáltan működik a beérkező leadok kezelése.
Korábban ez az arány a 10%-ot sem érte el.

99%

-ban automatikusan zajlik az új ügyfelek ellenőrzése, a teljes KYC process.
Korábban egyesével kellett ellenőrizni minden új céget.

a kihívás

MILYEN PROBLÉMÁKRA KERESTÜK A VÁLASZT?

A Simplepay egy nemzetközileg auditált bankközi kártyás fizetési szolgáltató, így sales folyamatának szignifikáns részét teszi ki a back-office által végzett kockázatelemzési és KYC feladatok elvégzése.

Az előző projektek során elértük, hogy a back-office csapatok a feladataikhoz szükséges adatokhoz ugyan a CRM-ből jutottak, de az ellenőrzések során végzett munkát külön felületeken, hagyományos táblázatos megoldásokkal adminisztrálták.

Bár az értékesítési folyamatok a automatikusan futottak végig a rendszeren, **de csak akkor, ha az ügyfelek által az ajánlatkérő portálon megadott adatok maradéktalanul pontosak voltak.**

Sajnos azonban apróbb pontatlanságok (adószám, bankszámlaszám helytelen megadása stb.) miatt az **egyébként automatizálható ajánlat- és szerződéskötések több, mint 50%-a fennakadt a formai hibák és pontatlanságok miatt az ellenőrzések során.**

A fennakadást okozó ügyeknél ráadásul plusz emberi erőforrást égetett el a hiányzó adatok pontosításával járó ping-pongozás az ügyfél, az értékesítő és a back-office között, majd **végül minden adatot mégegyszer ellenőrizni kellett egy cégadatbázisban.**

Ez a két szakasz bizonyult a legszűkebb keresztmetszetnek az értékesítési folyamatban, így adta magát, hogy kombinált megoldást keressünk a két problémára.

„... a szerződéskötések több, mint 50%-a fennakadt pontatlanságok és formai hibák miatt...”



a megoldás

Ahhoz, hogy a hibás adatokkal járó ellenőrzési procedúrát megszüntessük, **a legkézenfekvőbb megoldásnak az bizonyult, hogy magát az adatbevitelt redukáljuk a lehető legminimálisabbra.**

Az ajánlatkérő portált tovább egyszerűsítettük az érdeklődők számára. Céges adatok megadásával többé nem kell kézzel bajlódniuk, **mindössze az adószám begépelése elegendő, minden más adatot kitölt a rendszer.**

Ehhez az **ajánlatkérő portált az egyik legismertebb publikus cégadatbázissal, a Bisnode-al kötöttük össze**, amely így az adószám megadása után minden hivatalos adatot (címek, kapcsolattartók, bankszámlaszámok, stb.) visszaad a Salesforce számára.

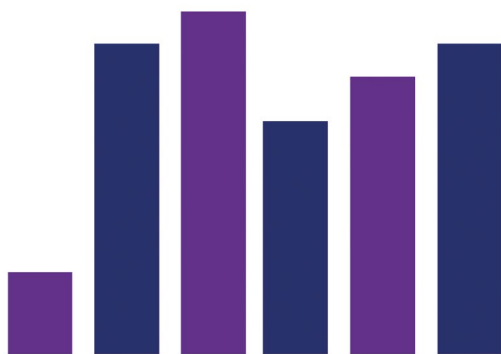
Ahhoz, hogy a back-office csapat külön táblázatokban végzett értékesítéshez kapcsolódó „dupla” adminisztrációját megszüntessük és ezen szakaszát felgyorsítsuk, **a KYC (Know Your Customer) folyamatát teljes egészében a sales csapattal közösen használt platformra helyeztük át.**

Első körben meghatároztuk, hogy mik legyenek azok az üzleti szabályok, amelyek esetén a KYC check a publikus adataok alapján automatikusan le tud futni és mely paraméterek esetén álljon meg a folyamat és keletkezzen egy feladat a back-office csapatnak.

A teljes átfutás 16 hét volt, az első szakasz a portál egyszerűsítésével és a Bisnode integrációval, további 8 hét pedig a KYC folyamat implementációjával telt.



eredmények



1%
pontatlanságból fakadó
elakadás

170%
gyorsabb back-office

Az ajánlatkérő portál egyszerűsítésének köszönhetően az érdeklődőknek sokkal kevesebb mezőt kellett kitölteniük, így összeségében **33%-al csökkent a szerződés kötésig szükséges adatbevitel aránya.**

A Bisnode integráció eredményeképpen a **back-office által végzett manuális adatellenőrzés 99%-ban automatikusan, emberi beavatkozás nélkül zajlik a nap 24 órájában,** így a csapat végre a komolyabb kockázatelemzési feladatokra tud fókuszálni.

A KYC folyamatának kezelése most már nem külön excelekben történik, hanem végre a sales csapattal összhangban, harmonikusan, folyamatba szervezve megy végbe.

Azok az ügyfelek, akik nagyon rapid módon szeretnék webshopjaikban a Simplepay online fizetési rendszerét használni, most már nem fognak csalódni, hiszen **összeségében másfél nappal csökkent a szerződés kötés átfutási ideje, a Simplepay értékesítési csapata pedig 36%-al növelte (összesen 69%-ra) a sikeres üzletkötések arányát.**

Az kliensekkel történő kommunikáció sokkal olajozottabb lett, megszűntek a szokásos e-mail alapú problémakezelés gyermekbetegségei. A profibb UX-nek köszönhetően rengeteget javult a user journey és **összeségében sokkal jobb lett az általános ügyfélélmény.**

tetszett a történetünk?

Több ügyfél? Igen. Hatékonyabb folyamatmenedzsment? Igen. Növekvő profit? Igen. Miközben még több új szerződés születik? Igen. Mindez ahol lehet, automatizálva, hogy kizárhassuk a hibalehetőségeket? Pontosan. Manuális adatbevitel minimalizálva? Így.

NE HABOZZ FELKERESNI MINKET, HA BÁRMILYEN KÉRDÉS MERÜLT FEL BENNED A TÉMA KAPCSÁN!

BESZÉLNI SZERETNÉK VELETEK!

AZ OTP SIMPLEPAY ÉS A BITMIST PROJEKTJÉNEK TOVÁBBI EPIZÓDJAIT ITT TALÁLOD:

I. RÉSZ

II. RÉSZ

