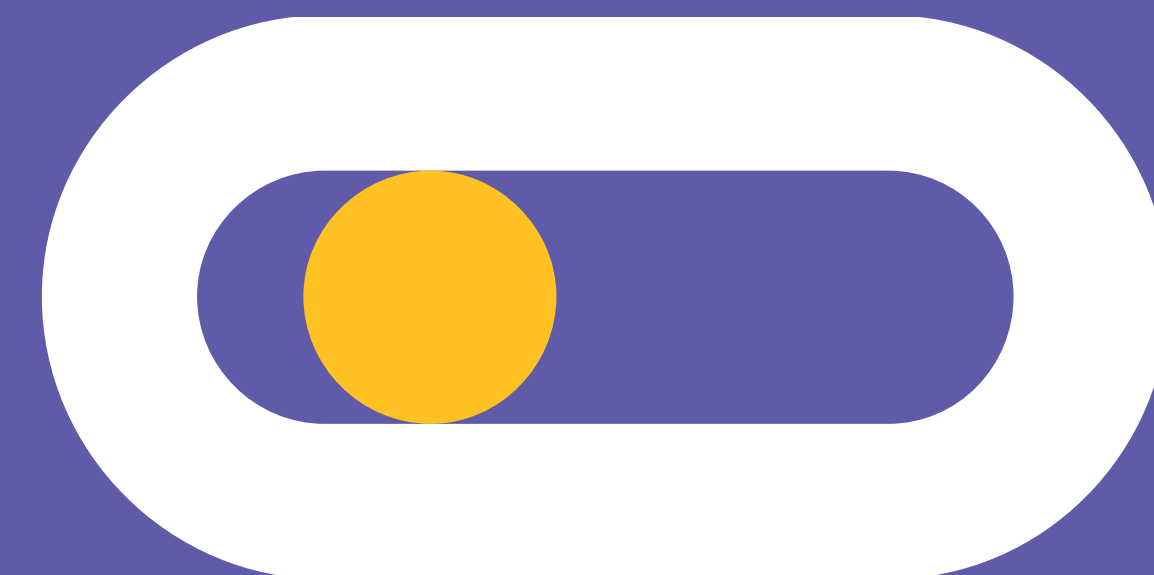




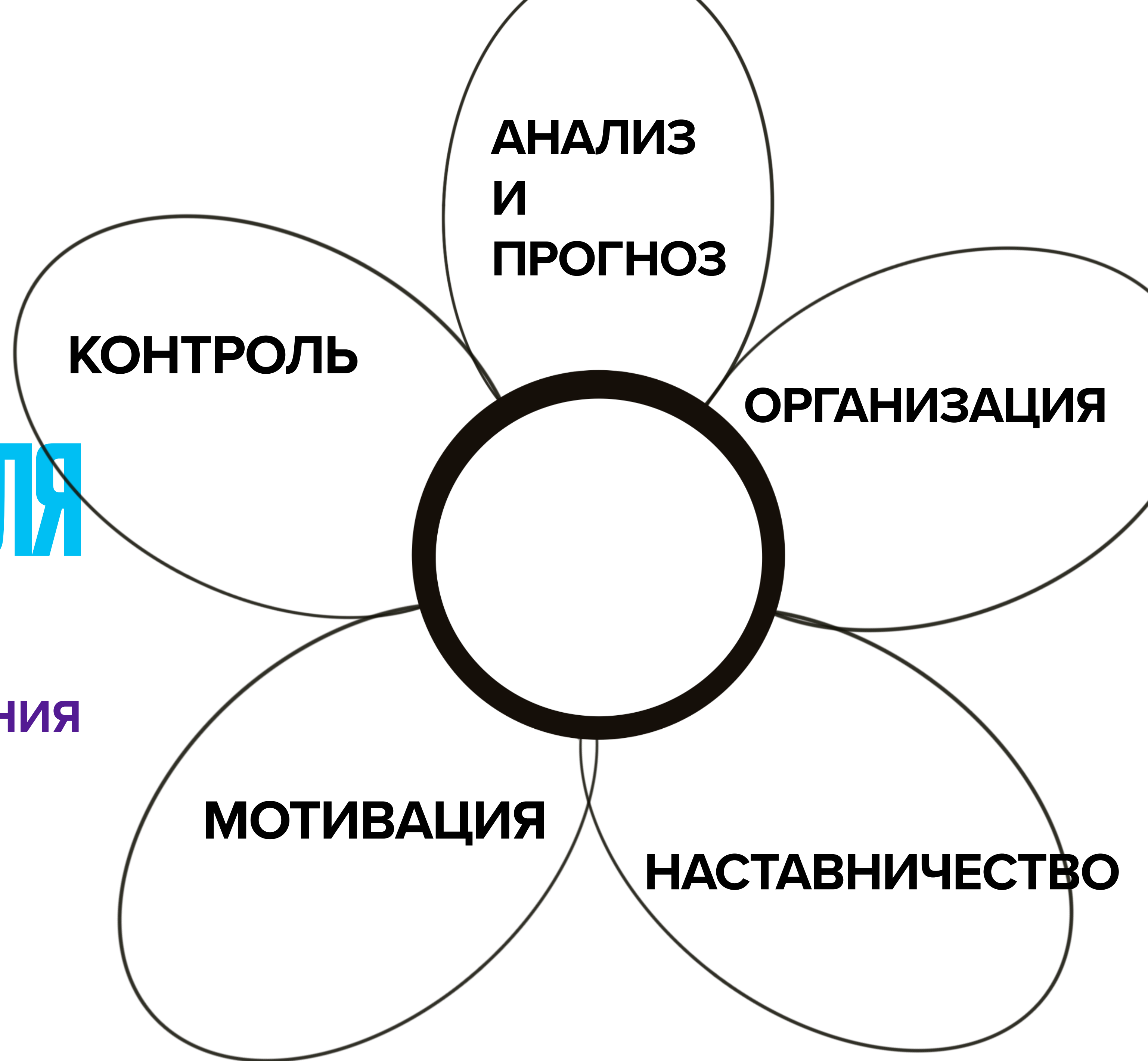
ИНСТРУМЕНТЫ МОНИТОРИНГА качества обслуживания клиентов по телефону и в текстовых каналах

Оксана Рапацевич, 2024



ФУНКЦИЯ КОНТРОЛЯ

В СИСТЕМЕ
ОПЕРАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ



ФУНКЦИЯ КОНТРОЛЯ

В СИСТЕМЕ ОПЕРАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ



**КОНТРОЛЬ
ВОРОНКИ ПРОДАЖ**

**КОНТРОЛЬ
КОММУНИКАЦИЙ**

CRM

?

ЧТО ДЕЛАЕМ

КАК ДЕЛАЕМ

КАК: ИНСТРУМЕНТЫ КОНТРОЛЯ КОММУНИКАЦИЙ

А. Тайный покупатель

Б. Чек лист

В. Исследование лояльности (NSP)

Г. Обратная связь клиентов

ЧЕК ЛИСТ

ЧЕК ЛИСТ

- A. Это стандарты в ключевых тезисах**
- B. Не заполняется по часам-пик**
- C. Требует этапа синхронизации**
- D. Новички: каждый день в первую неделю**
- E. В декабре - январе оставьте людей в покое!**
- F. Результат в грейды!**

КРИТЕРИИ СТАНДАРТОВ ПОД ДРУГИМ УГЛОМ

#1

**Про
Культуру**

#2

**Про
Дисциплину**

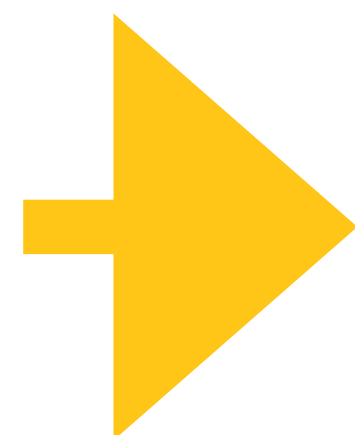
#3

**Про
Продажи**

ЧЕК ЛИСТ

#1

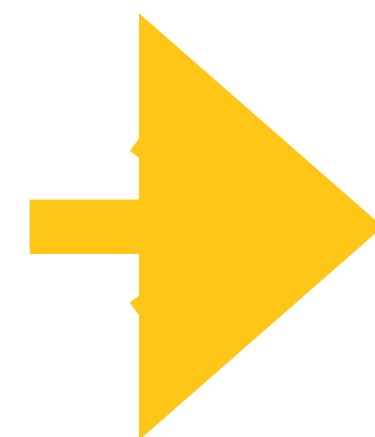
ТРАНЗАКЦИОННЫЕ ПРОДАЖИ



Да - Нет

#2

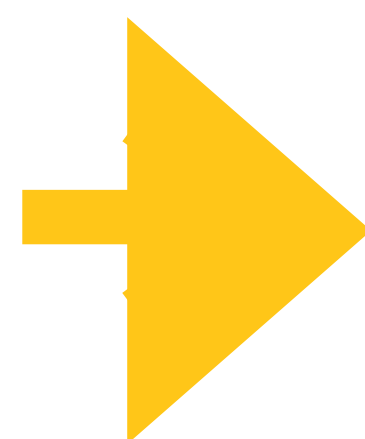
КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ ПРОДАЖИ



1-4/ 1-5/ 1-10

#3

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРОДАЖИ



НЕ ВСЕ ВАШИ СТАНДАРТЫ ПРАВЯТСЯ ВАШИМ КЛИЕНТАМ

Приветственные боты

Агрессивные до-продажи

Требование «Сначала ценности, потом цена»

Звонки, где можно сообщить в переписке

ТАЙНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬ

ТИПОВЫЕ ВОПРОСЫ

A. Предупреждать или нет?

B. Зачем подрядчику стандарты?

C. Чек лист и Чек лист ТП?

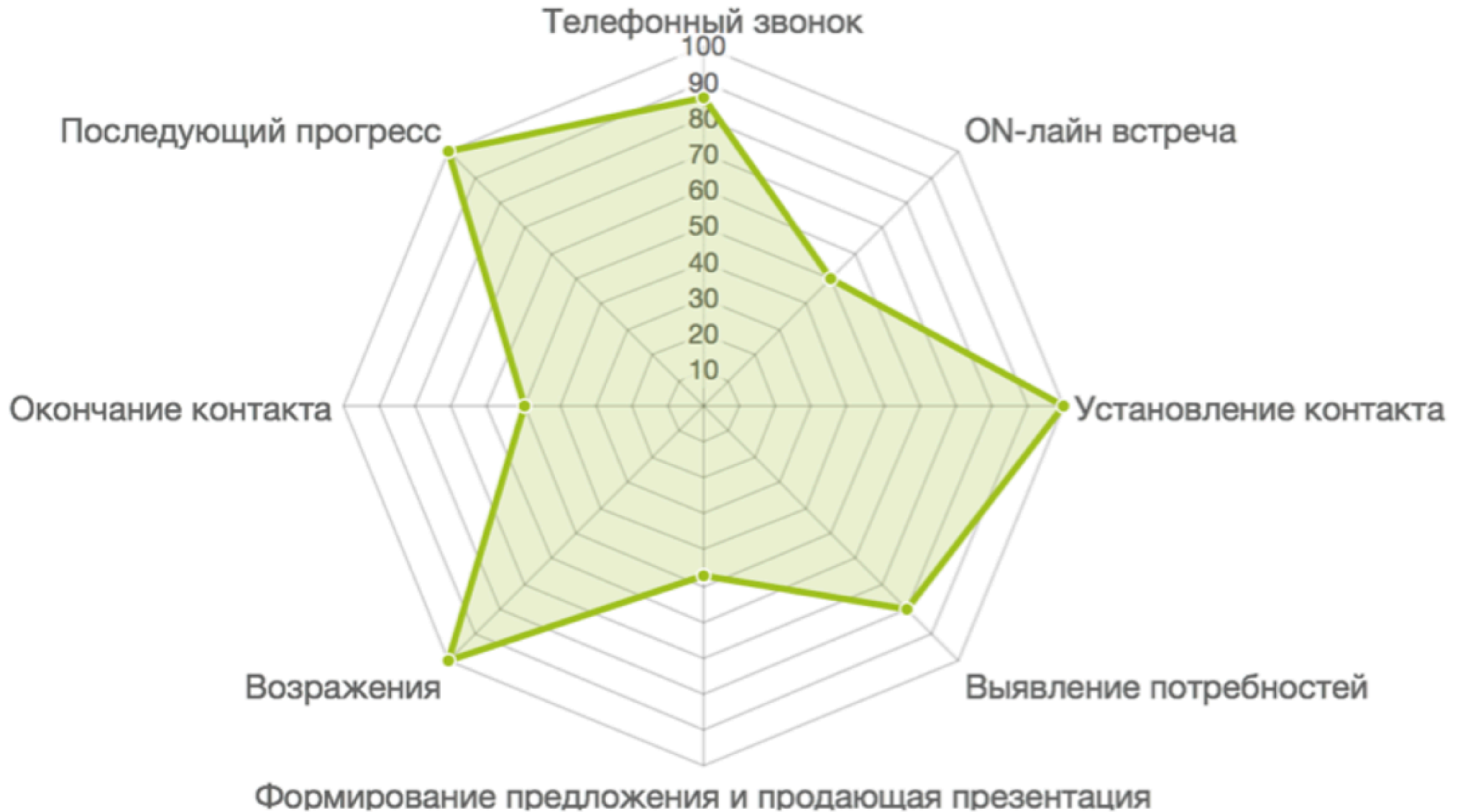
D. Да-Нет или 1-2-3-4?

ЕСТЬ НЮАНСЫ...

ТП для премиального сегмента ?

ТП в декабре и январе ?

Доведение результатов?



NPS

ВЫ В КАКОЙ ГРУППЕ?

- 1. Никогда не считали**
- 2. Пробовали, но не поняли**
- 3. Посчитали один раз, у нас все гуд, разместили на сайте!**
- 4. Системно считаем, крі маркетинга, продажи просто в курсе**
- 5. Системно считаем, крі маркетинга, крі продаж**

ОСТАВЬТЕ МЕТОДИКУ КАК ЕСТЬ!

Все по классике

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Пятерка наше все

1 2 3 4 5

Упрощаем задачу



NPS – NET PROMOTER SCORE

#НеПанацея

NPS и Тайный Покупатель

NPS и CSAT

NPS и CSI

**Системная работа с обратной
связью - критерий устойчивой системы**

КАК ДОНЕСТИ NPS ПЕРВОЙ ЛИНИИ

~~NPS = % КРИТИКОВ - % ПРОМОУТЕРОВ~~

КОЛИЧЕСТВО КРИТИКОВ * СРЕДНИЙ ЧЕК КОМПАНИИ

О ЧЕМ ГОВОРИТ ДОЛЯ НЕЙТРАЛОВ?

МОЖНО СДЕЛАТЬ NPS ПЕРСОНАЛЬНЫМ

*«У каждой проблемы
свое ФИО»*

~~ПОЧЕМУ ТАКАЯ РЕКОМЕНДАЦИЯ?~~

**В СЛЕДУЮЩИЙ РАЗ ВЫ ХОТЕЛИ БЫ,
ЧТОБЫ ВАС ОБСЛУЖИВАЛ ЭТОТ СОТРУДНИК?**

РЕШЕНИЯ НА ОСНОВАНИИ NPS

#1

HR

#3

ПРОДАЖИ

#2

МАРКЕТИНГ

#4

КЛИЕНТИНГ

РЕШЕНИЯ НА ОСНОВАНИИ NPS

ПРОДАЖИ И ОБСЛУЖИВАНИЕ

- Система мотивации
- Изменения в стандартах обслуживания
- Изменения в программе обучения
- Анализ удовлетворенности сотрудников

РЕШЕНИЯ НА ОСНОВАНИИ NPS

МАРКЕТИНГ

- **Мотивация на отзыв от довольных клиентов**
- **Предложение дополнительных позиций
довольным покупателям**
- **Поздравление с первой покупкой**

РЕШЕНИЯ НА ОСНОВАНИИ NPS

МАРКЕТИНГ

- Напоминание через год
- Tone of voice компании в точках контакта
- Опрос NPS только при возврате продукта
- Список критериев впечатления для каждого раздела оценок

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

НЕ ДОСТАТОЧНО ПРОСТО СПРОСИТЬ У КЛИЕНТОВ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ

- A. Большинство клиентов не горят желанием что-то нажимать и оценивать**
- B. Какая доля игнора?**
- C. Какая доля игнора М-Ж**
- D. Доля критической обратной связи**

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ С ЗАМЕЧАНИЯМИ

1 жалоба * коэффициент (6-10) =

реальная картина компании

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ С ЗАМЕЧАНИЯМИ

#1

**Про
Общение**

#2

**Про
Процесс**

#3

**Про
Товар/Услугу**



БЛАГОДАРЮ ВАС
ЗА ВАШУ ~~РАБОТУ~~ ЗАБОТУ!

Оксана Рапацевич

https://www.instagram.com/oksana_rapatsevich/

