



Внутренняя культура как основа клиентоориентированности



Служба клиентского сервиса IVI



- 100 000 обращений в месяц через чат, почту, звонок
- 25 000 обращений и комментариев соц. Сетях
- 90 сотрудников
- 10 точек контакта



Комментарии в социальных сетях, обращения в «личку», директ

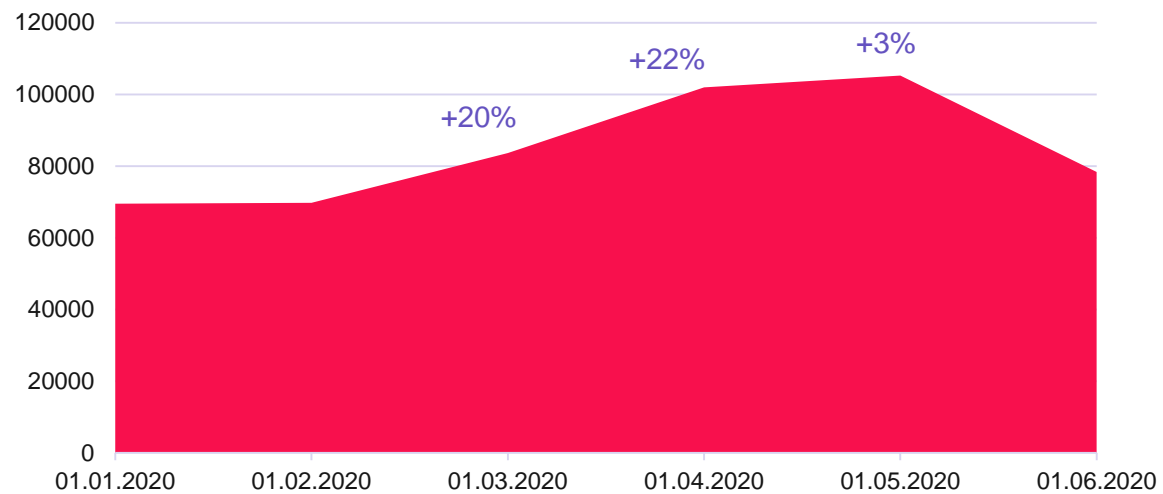


Отзывы в store

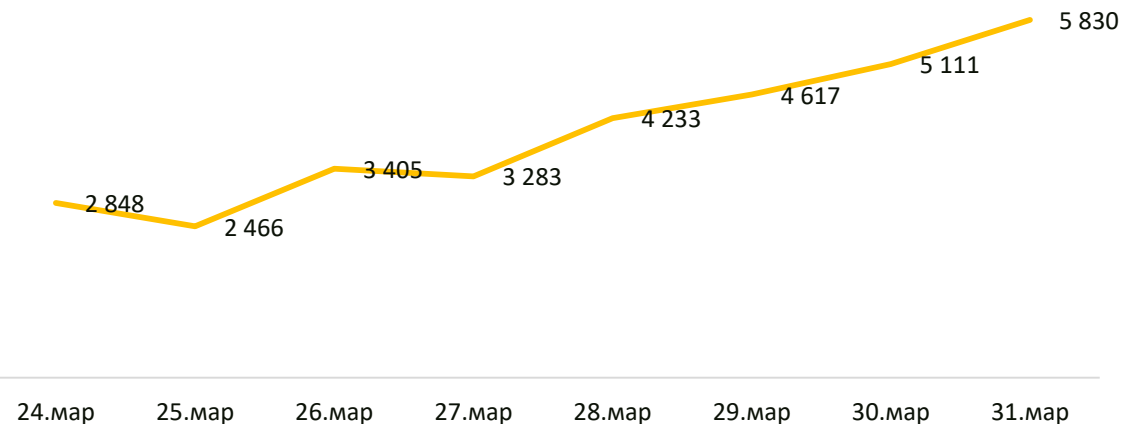
Обращения на почту, в чат, звонок

Самоизоляция

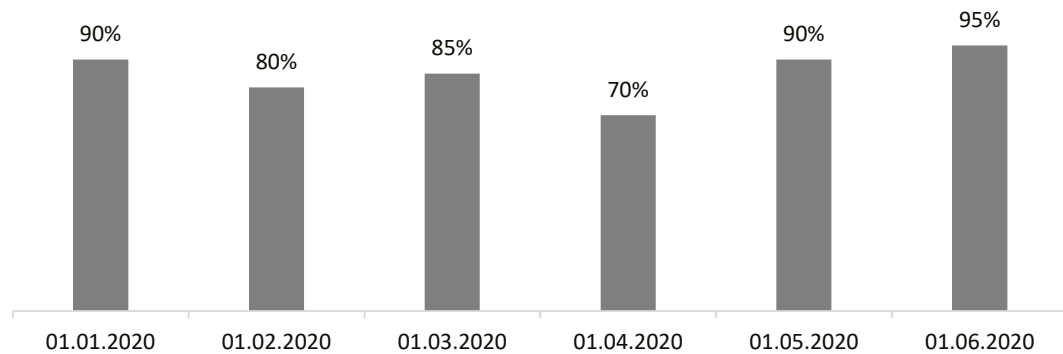
Количество обращений



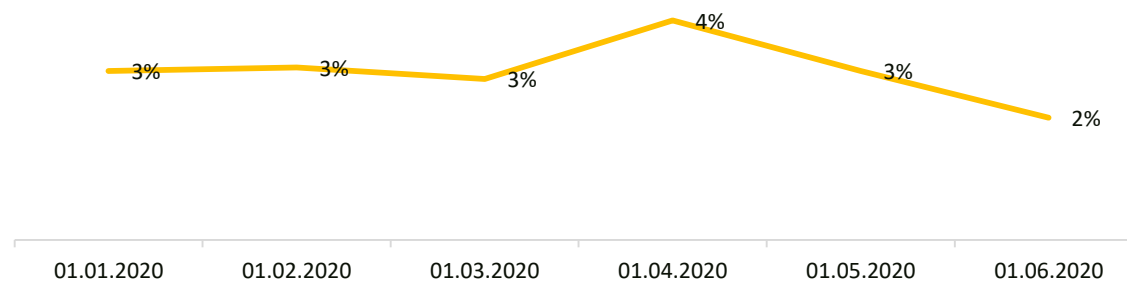
Количество обращений в последние дни марта



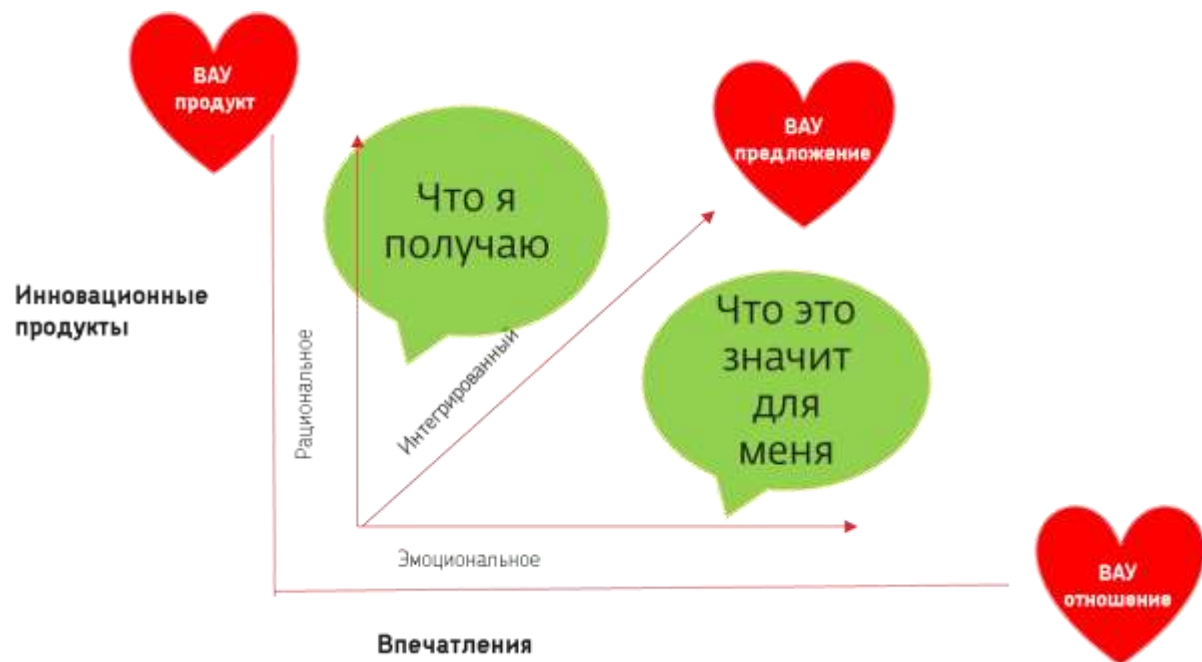
SL



Доля низких оценок, CSI



Забудется все!
Запомнятся ТОЛЬКО ЭМОЦИИ



2 кита Клиентского опыта

Что? Какой продукт получает Клиент

Как? Какой сервис получает Клиент

Развитие внутренней культуры

Счастливый сотрудник – довольный Клиент

Этапы формирования культуры:

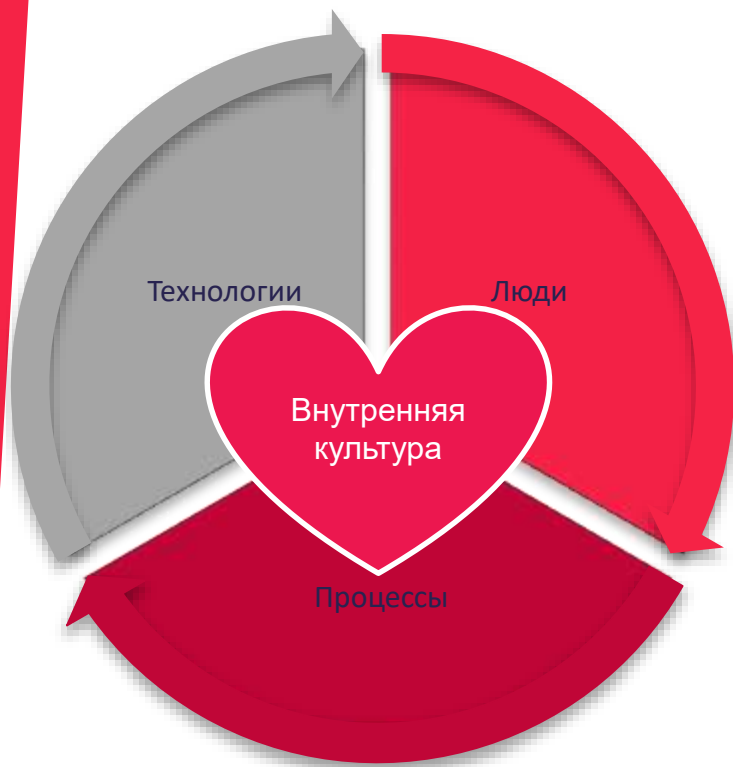
Ценности бренда:

Tone of voice

- Добрый друг
- Эксперт в кино
- Доброжелательный помощник



Клиентоориентированная культура



Фокус сотрудника

1. Стандарты сервиса в центре, которых стоит клиент, созданные вместе с сотрудниками
2. Отказ от шаблонного общения
3. Создание Tone of Voice вместе с сотрудниками
4. Оценка качества в центре, которой CSI
5. Service Recovery

Фокус руководителя

1. Ответственность за сотрудника, начиная с найма
2. Ответственность за климат и контекст в команде
3. Обучение, адаптация
4. Качество сервиса - CSI
5. Качество обратной связи в подразделениях компании
6. Постоянное вовлечение
7. Работа с низкими оценками, отзывами и претензиями

Персональный
подход

Скорость и качество решения
вопроса с первого обращения

Ответственность за
клиента

Tone of Voice

Tone of voice

- Добрый друг
- Эксперт в кино
- Доброжелательный помощник

- Вовлекли вместе с маркетингом в тональность бренда и ценности сервиса
- Расписали типовые кейсы обращений клиентов
- Устроили конкурс на лучшие ответы, сотрудники сами голосовали
- Выбрали лучшие и на основе них поменяли все базовые ответы
- Провели обучение как правильно и как нет

Service Recovery

- Сотрудник может продлить подписку, начислить деньги на личный счёт, вернуть деньги
- Сотрудник сам принимает решение для начисления бонуса клиенту
- Никогда не критикуем за начисленные подарки, только если не начислил, а нужно было

Руководитель и наставники группы

Руководитель Team Lead – командный лидер, транслирует ценности бренда, это управленец и мотиватор для своей команды



Задачи:

- Выполнение KPI группы
- Найм сотрудников
- Обучение и адаптация новых сотрудников
- Удержание людей
- Качество работы сотрудников
- Удовлетворённость клиента CSI
- Обучение и развитие сотрудников на основе обратной связи от клиента
- Мотивация зависит от оценки клиента (CSI) и SL

Наставник – помогает транслировать ценности внутри команды, лидер мнений

Наставником может стать сотрудник со сроком жизни более 6 месяцев, с долей низких оценок менее 1% и с оценкой качества 99%



Задачи:

- Является наставником для новичков
- Кандидат в кадровый резерв
- Мотивация зависит от оценки клиента (CSI) и SL

Специалист по обслуживанию

Свобода



Ответственность

За клиента

За обратную связь

За качественную
передачу багов

За сервис



Качественный продукт

Имидж бренда



Контакты:
Губанова Анна
anna.gubanna@gmail.com