

Клієнтський сервіс

Шлях і поведінка споживача





Дар'я Лещенко

Керуюча партнерка у SupportYourApp,
співзасновниця й едвайзерка в
Label Your Data та Outstaff Your Team

- 14 років досвіду у сфері клієнтської та технічної підтримки
- Випускниця Школи управління імені Джона Ф. Кеннеді та Академії корпоративного управління
- Авторка публікацій в Entrepreneur, Sifted, Crunchbase, FinExtra, CustomerThink, The Next Web та HackerNoon
- Наставниця в UNEW

Inc.
Female200
Founders
2023


CCA
cca-global.com
Women in Leadership Awards 2023
ACCOMPLISHED LEADER


2022
GLOBE AWARDS GOLD WINNER
Customer Service and Success
Woman of the Year

 **мрій та досягай**

Ви дізнаєтеся про:

- шлях споживача і як від нього залежить успіх бізнесу;
- якісний клієнтський сервіс та як його організувати;
- те, чому не варто відкладати цей процес на потім.

Шлях споживача

Що таке шлях споживача?

Шлях споживача — це **весь процес взаємодії клієнта з вашою компанією.**



До нього входить:

- позиціювання вашого бренду — реклама, сайт;
- спілкування з відділом продажів — здійснення покупки;
- користування продуктом чи послугою;
- звернення до служби підтримки;
- повернення товару чи грошей за послугу.

У кожному із зазначених сегментів у клієнта має залишитись позитивне враження, тому що **на будь-якому з цих етапів ми можемо його втратити.**



Цікаві факти

Наразі близько **52 % клієнтів**, не вагаючись, підуть від вас до конкурентів **після одного неприємного враження** про ваш сервіс чи продукт.

Натомість **86 % готові доплачувати** за відмінний сервіс.

Що таке клієнтський сервіс?

Клієнтський сервіс — це ...

**надання допомоги клієнтам
або користувачам** продукту чи
послуги.

Його мета — швидко й
ефективно розв'язати проблеми
клієнтів та **забезпечити
високий рівень їхньої
задоволеності.**



**Які завдання вирішує
клієнтський сервіс?**

Клієнтський сервіс:

- Перетворює нових клієнтів на постійних, утримує їх та спонукає повертатися саме до нашого продукту чи сервісу.
- Вирішує проблеми клієнтів, допомагає їм до, під час та після здійснення покупки.
- Допомагає пересвідчитись, що після взаємодії з нашою компанією у клієнта залишаються приємні враження, а якщо не все було ідеально, запитати в нього, що можна покращити.
- Зміцнює та розвиває взаємодію з клієнтами, перетворюючи тих, хто прийшов до нас вперше, на прихильників нашого бренду.
- Дає можливість збирати зворотний зв'язок від користувачів, щоб покращувати якість наших послуг.

Створення клієнтського сервісу високої якості

Створення клієнтського сервісу високої якості

Щоб забезпечити якісний клієнтський сервіс:

- зробіть так, щоб з вашим бізнесом було просто й доступно взаємодіяти, а також щоб вас було легко знайти;
- використовуйте всі можливі канали зв'язку;
- надайте можливість зв'язатися з клієнтською підтримкою 24/7;
- спілкуйтеся з клієнтом дохідливою для нього мовою: чітко і зрозуміло.

Клієнти мають знати, що вам **важливі їх звернення** і що вони можуть на щось вплинути.

Споживачі повинні **відчувати підтримку та розуміння.**



Користь від якісного сервісу

Професійна клієнтська підтримка може **позитивно впливати на репутацію** компанії та **збільшити число лояльних користувачів**.

Крім того, вона може сприяти **збільшенню продажів**.

Приклади та історії успіху



Історія успіху № 1

**Вчасна доставка
+
повернення коштів за
замовлення**

Історія успіху № 2

**Різноманітні методи (види)
комунікації
+
повернення товару без
уточнюючих питань**

The Amazon logo is displayed in white on a solid reddish-brown background. It consists of the word "amazon" in a lowercase, sans-serif font, with a white curved arrow underneath that starts under the letter 'a' and ends under the letter 'n', pointing to the right.



Історія успіху № 3

**Можливість звернутися
через чат або телефон, щоб
тут і зараз розв'язувати
складні технічні питання**



THE RITZ-CARLTON

Історія успіху № 4

**Додатковий бюджет на
враження**

Історія успіху № 5

**Повне обслуговування
“під ключ”**



Міфи про клієнтський сервіс

Міфи

1. **"Клієнтська підтримка — це лише витрата для компанії"**.
2. **"Клієнти не скаржаться — значить, все в порядку"**.
3. **"Організувати клієнтський сервіс — це дорого, це лише для великих компаній"**.



Організація сервісу: мінімум витрат, максимум ефективності



Інструменти та помічники

1. Чатботи
2. База знань
3. Аутсорс
4. Технічне забезпечення

CRM-системи та як обрати кращу?

Види CRM-систем

- операційні;
- аналітичні;
- колабораційні;
- комбіновані.

Усі CRM-системи діляться на:

- локальні;
- хмарні.



In-house команда чи аутсорсинг?

5 ознак того, що вам потрібен аутсорс клієнтського сервісу

1. Ви не встигаєте опрацьовувати всі запити користувачів.
2. Вам потрібно швидко знайти багато працівників, які вміють надавати послуги з підтримки.
3. Ви відчуваєте потребу в зовнішній експертизі.
4. Не вдається запустити новий продукт чи послугу, не нехтуючи вже існуючими.
5. Важко виконувати певний тип задач.



Як обрати аутсорсингову компанію

- Обирайте провайдера, який розуміє ваш ринок.
- Звертайте увагу на рекомендації.
- Ставтеся серйозно до захисту даних.
- Обирайте гнучкого партнера.
- Будьте залучені в процес інтерв'ю.

Зворотний зв'язок

Для чого потрібен зворотний зв'язок?

Зворотний зв'язок від клієнта — рушійна сила до змін самого продукту чи послуги, адже частіше за все саме **клієнти говорять компанії, що треба змінити.**

Лояльні користувачі можуть створювати спільноти та групи для обговорення компанії, розміщують **рекомендації** у своїх соц. мережах, що ще більше **підвищує упізнаваність бренду.**





Що потрібно робити?

- Прислухатися до своїх клієнтів.
- Розуміти, що саме з цієї купи інформації важливо для нас .
- Починати працювати над унесенням змін.

Що далі?

- Комунікуємо з клієнтами.
- Розповідаємо про наші зміни.
- Повідомляємо про новий продукт чи послугу, а також про новий розділ на сайті.

Можемо це зробити через соцмережі або email-розсилку.



Підсумок

Підсумок

1. Дізналися, що таке шлях споживача.
2. Зрозуміли, що таке клієнтський сервіс.
3. Визначили, які завдання вирішує клієнтський сервіс.
4. Розібралися, як створити якісний сервіс.
5. Почули історії успіху.
6. Позбавились від поширених упереджень щодо клієнтського сервісу.
7. Розібрались, які інструменти можна використовувати, щоб ще на початкових етапах розвитку бізнесу організувати якісний сервіс.
8. Дізнались, як працювати зі зворотним зв'язком, щоб розвивати бізнес.

Домашня робота

Завдання

Звернутися до клієнтської служби вашого улюбленого бренду та стати вимогливим користувачем продукту або послуги.

Зверніть увагу на такі моменти:

- Як вони відреагують?
- Як швидко знайдуть рішення?
- Наскільки це рішення вас влаштовує?

Орієнтуючись на принципи, про які ми сьогодні говорили, **запишіть**, як би ви змінили відповіді ваших клієнтів. Якби це був ваш бренд, то що б ви відповіли?


Завдання *

Спробуйте зв'язатися із цією ж компанією через декілька днів та зазначте що вам відповів уже інший представник.

Зверніть увагу на такі моменти:

- Чи відрізнялись підходи та дії різних представників компанії?
- Як би ви описали стиль роботи з клієнтами цієї компанії?
- Чи відповідає стиль комунікації консультантів служби підтримки стилю, який вони використовують у соціальних мережах, медіа, рекламі?

Дякую за увагу

 Daria Leshchenko

 daria@supportyourapp.com