
Контакт-центр автодилера: чего ждут от нас наши клиенты?

Результаты опросов
клиентов компании
апрель-май 2011

Руководитель
контакт-центра
MUSA-MOTORS
Добривечер Е.

Сегодня MUSA MOTORS :



- Более 16 000 проданных автомобилей и более 50000 обслуженных в сервисе
- Более 1500 автомобилей и 55 000 запасных частей в постоянном наличии на складе
- 14 автосалонов, 13 сервисных центров, 3 кузовных центра
- 40 региональных представительств
- Более 1500 высокопрофессиональных сотрудников
- С 2008 года входит в группу INCHCAPE



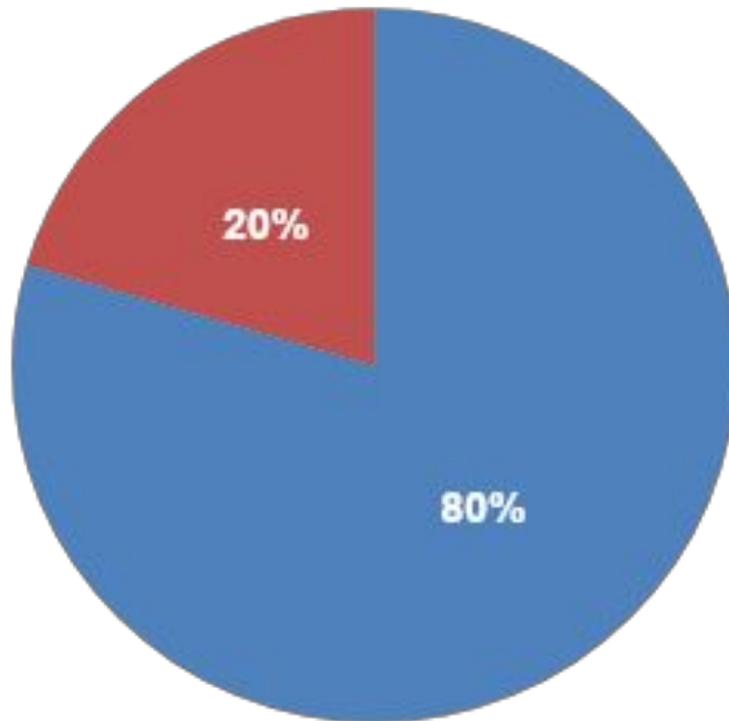


Call-центр MUSA MOTORS :

- С 1996 г.
- support - подразделение
- Корпоративный (In-house)
- До 50 чел
- Звонки: входящие (reception) и исходящие (анкетирование)
- 8-21 x 7
- 2 скиллсета
- Находится в Москве

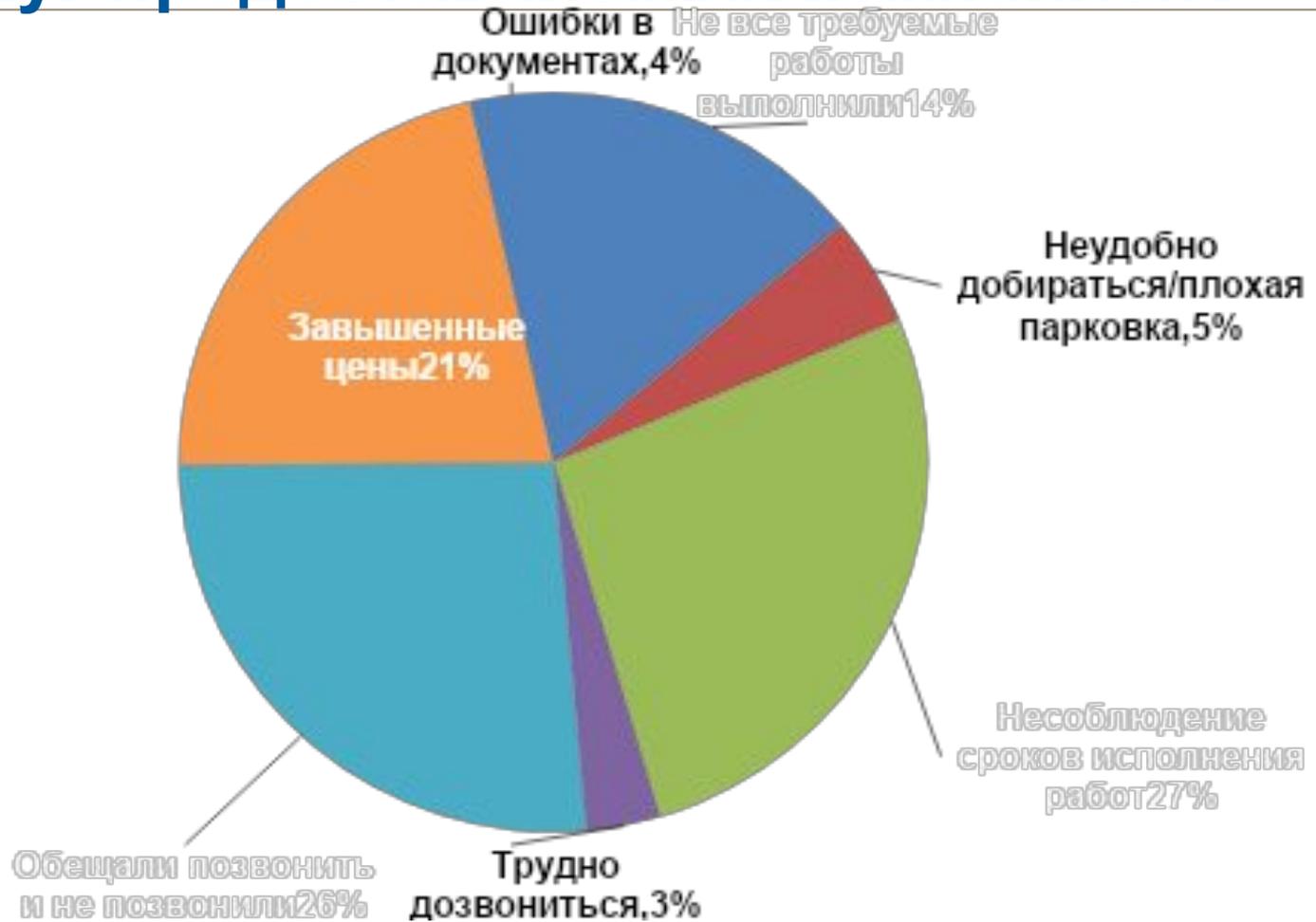
-
- **Опрос удовлетворенности клиентов качеством товаров и услуг компании**
 - **Опрос по удовлетворенности клиентов работой call-центра компании**

Есть ли у Вас замечания по качеству товаров и услуг предоставляемых компанией?



■ нет замечаний и пожеланий
■ есть замечания

Какие у Вас замечания по качеству товаров и услуг предоставляемых компанией?

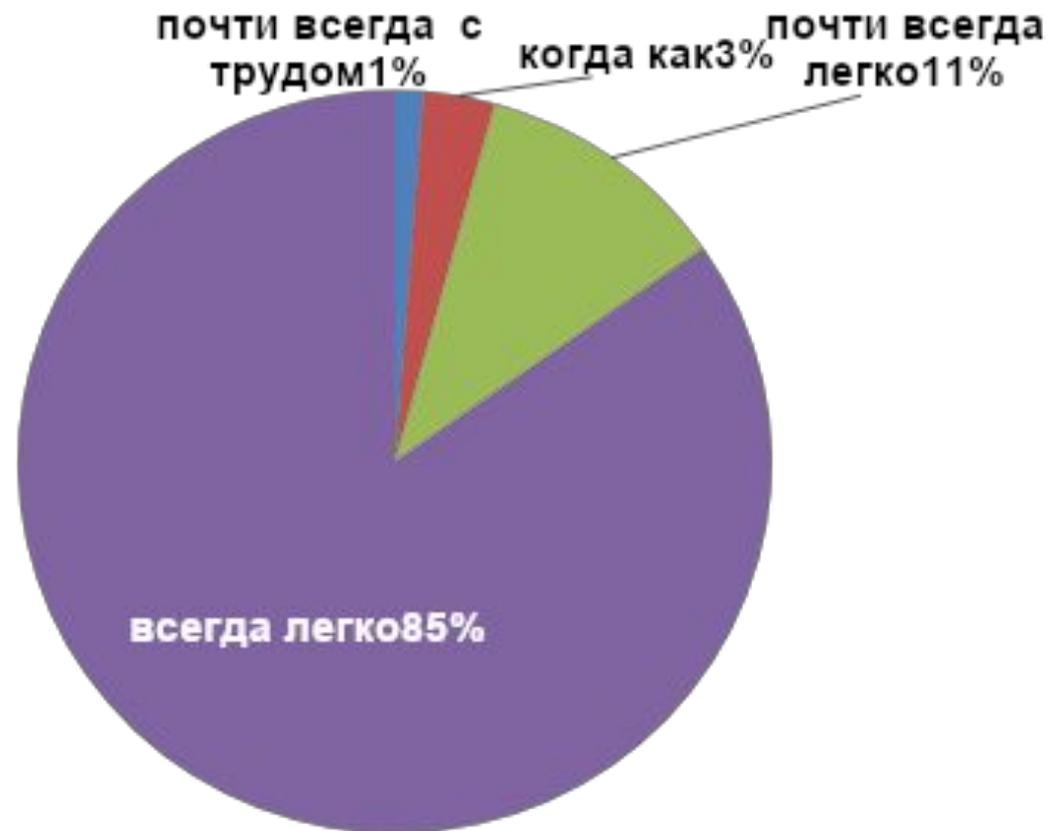


Берем на заметку:

- ✓ 20% клиентов не были удовлетворены работой компании, и 3% от общего количества замечаний относились к трудностям с дозвоном.

Т.е. трудности с дозвоном отметили **0,6%** респондентов

Легко ли Вам дозвониться в компанию?



Берем на заметку:

✓ 4 % клиентов не были удовлетворены доступностью call-центра компании

Т.е. трудности с дозвоном отметили 4% респондентов

Сравниваем:

Опрос по качеству услуг компании

- ✓ 20% опрошенных клиентов не были удовлетворены работой компании, и 3% от общего количества замечаний относились к трудностям с дозвоном.

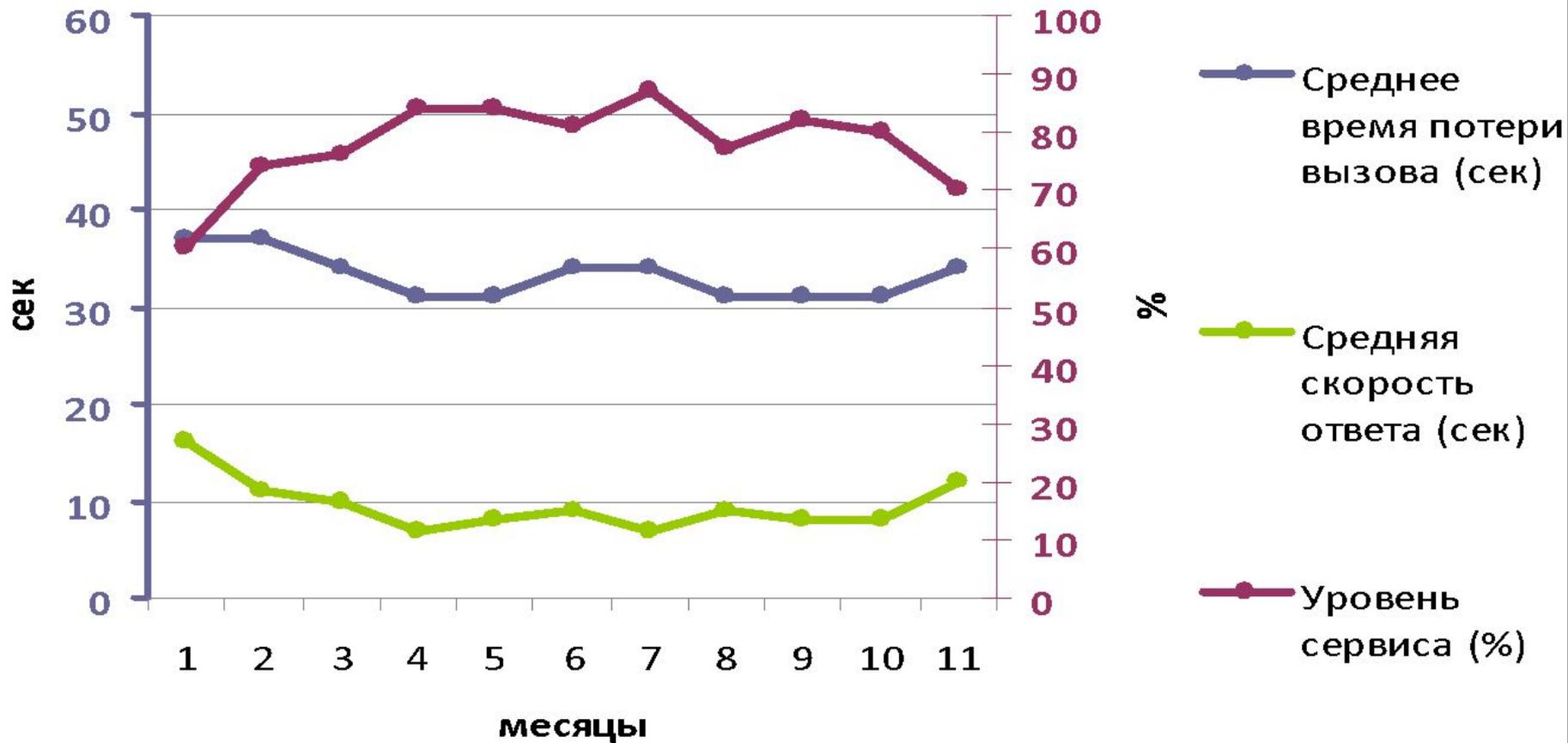
Т.е. трудности с дозвоном отметили **0,6%** респондентов

Опрос по доступности call-центра

- ✓ 4 % опрошенных клиентов не были удовлетворены доступностью call-центра компании

Т.е. трудности с дозвоном отметили **4%** респондентов

А что показали приборы?



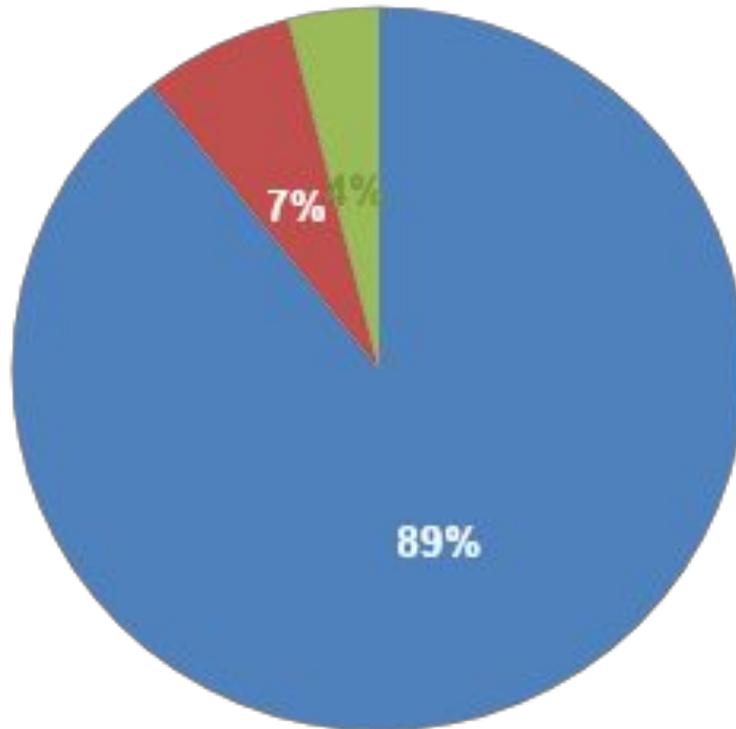
Вопрос 1:

Почему, несмотря на объективное наличие трудностей с дозвоном, только 0,6% респондентов отметили это как фактор, снижающий их удовлетворенность работой компании?

Вопрос 2:

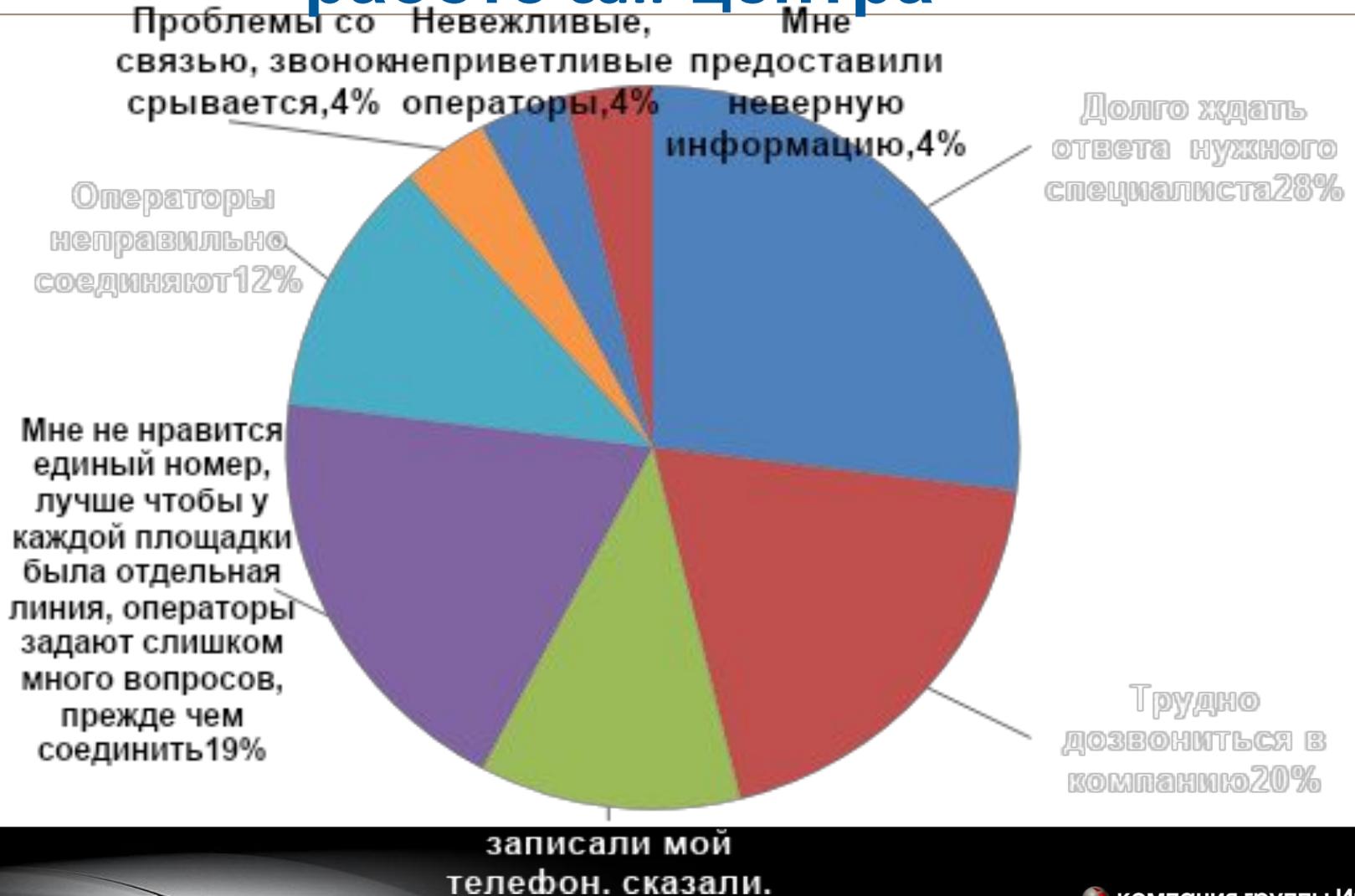
Можно ли предположить, что значимость телефонной доступности для клиента мала по сравнению с другими показателями качества обслуживания?

Есть ли у Вас замечания или пожелания по работе call-центра?

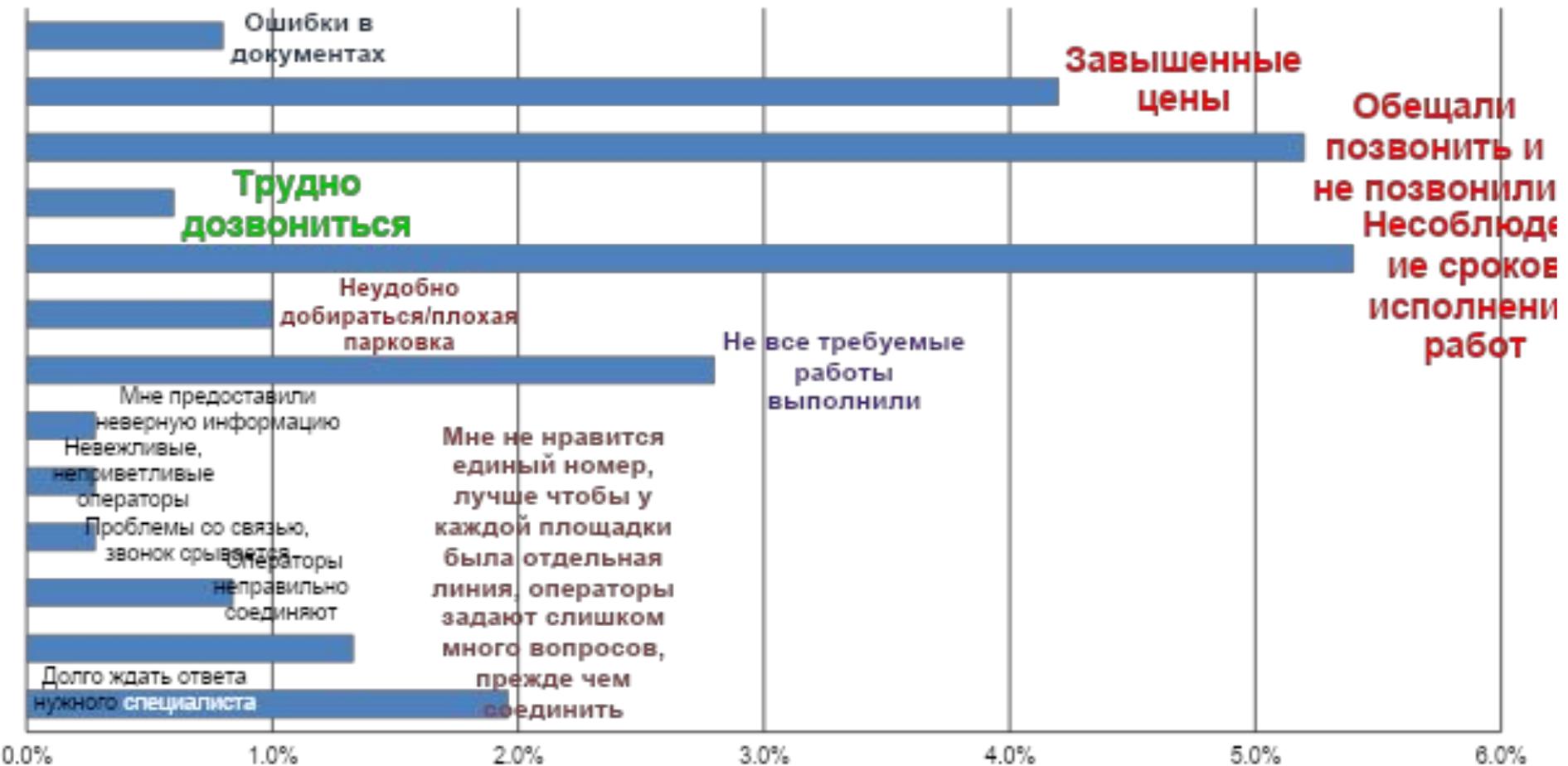


- нет замечаний и пожеланий
- есть замечания к другим отделам
- есть замечания к работе call-центра

Замечания и пожелания клиентов по работе call-центра



Основные причины недовольства клиентов работой компании.



Наблюдение 1:

В категории «Коммуникация с клиентом», среди факторов, снижающих клиентскую оценку, отмечены:

- невыполнение обещания перезвонить (более 5%)
- долго ждать ответа специалиста (почти 2%)
- много вопросов задает оператор перед тем, как соединить (1,5%)
- не туда соединили (0,8%)
- трудно дозвониться (0,6%)
- Невежливость операторов, обрывы связи, неверное информирование (по 0,3%)

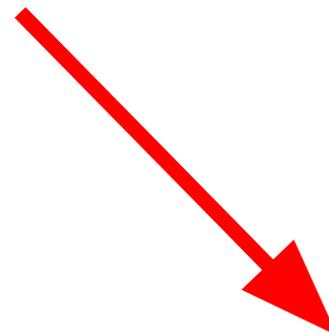
Вопрос 3:

**Может ли данное соотношение
служить указателем «веса» каждого
из этих показателей в клиентском
восприятии качества обслуживания?**

Качество работы компании



Качество услуги



Комфорт потребления

Рекомендации самим себе:

- **Определить, какие параметры отражают качество собственно услуги, а какие – комфорт потребления услуги.**
- **Определить пропорцию между степенью влияния параметров качества и параметров комфорта на удовлетворенность клиентов.**
- **Учитывать эту пропорцию при постановке целевых показателей и при принятии решений о выделении средств и ресурсов, для улучшения каких-либо показателей .**



А как Вы думаете?

- **Отдача от усилий и средств, вложенных в достижение каких-либо показателей или параметров, характеризующих качество работы или комфорта потребления, находятся в зависимости от значимости этого показателя с точки зрения клиента.**



Спасибо за внимание!