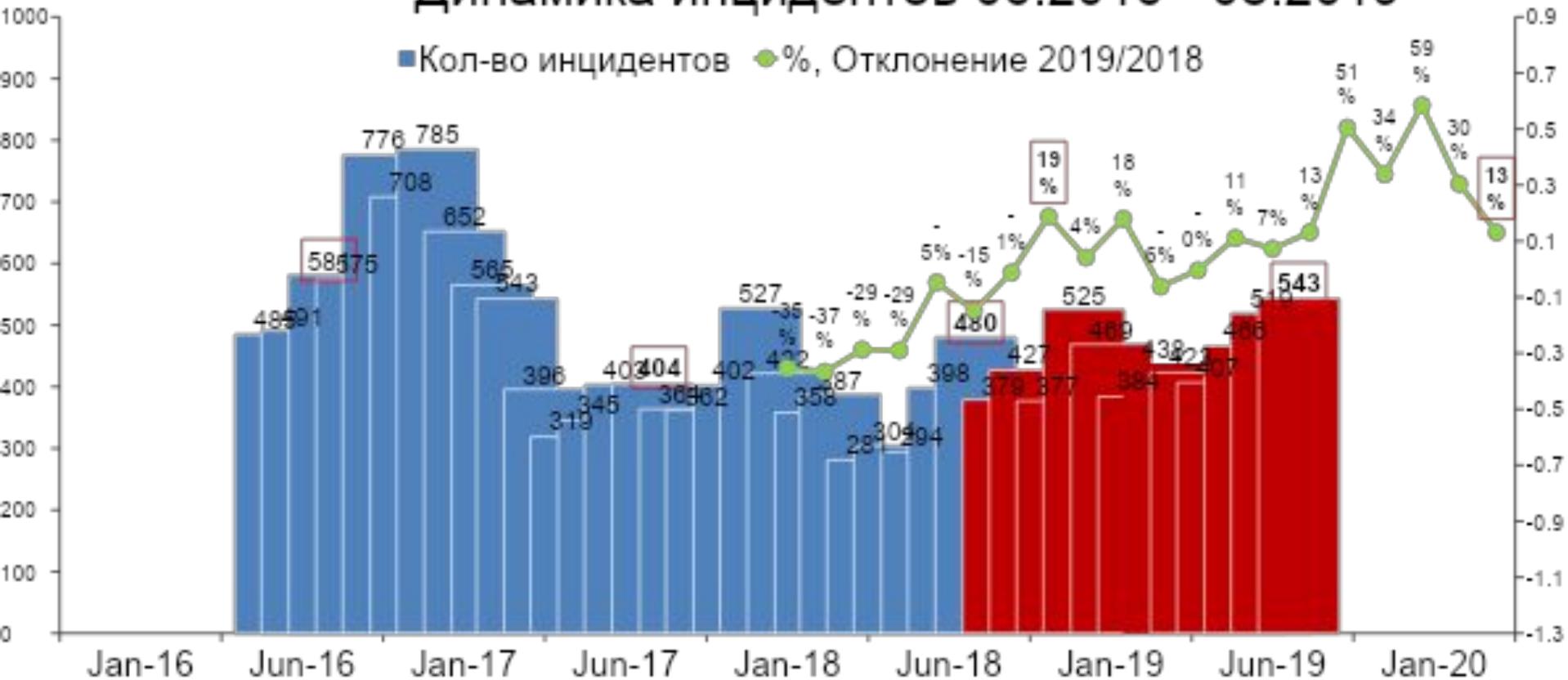


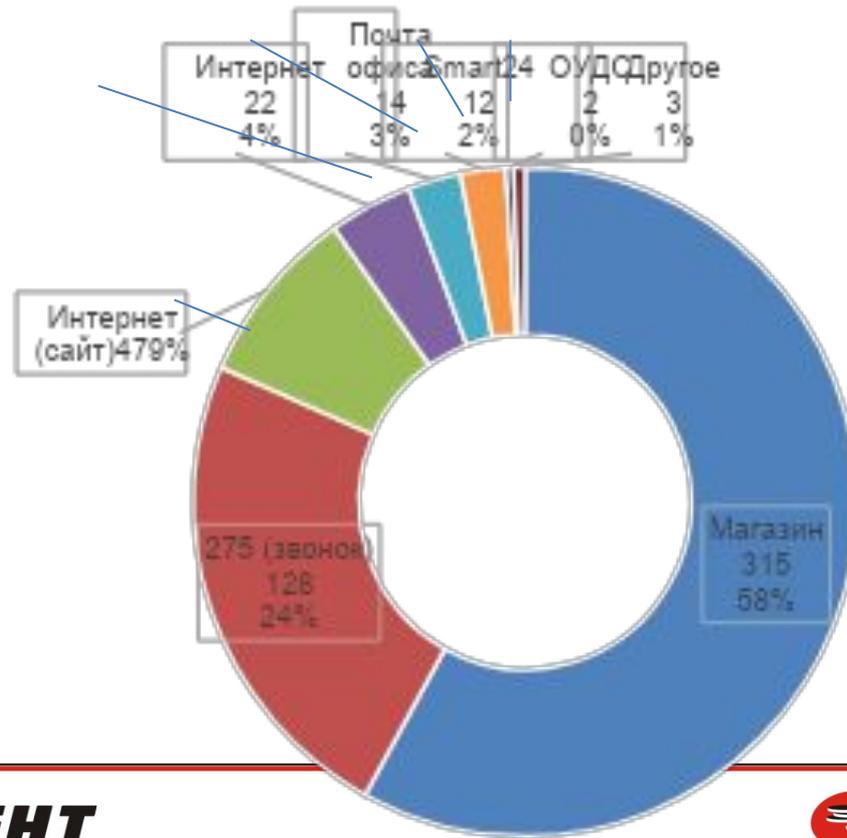
CUSTOMER SERVICE



Динамика инцидентов 06.2016 - 08.2019

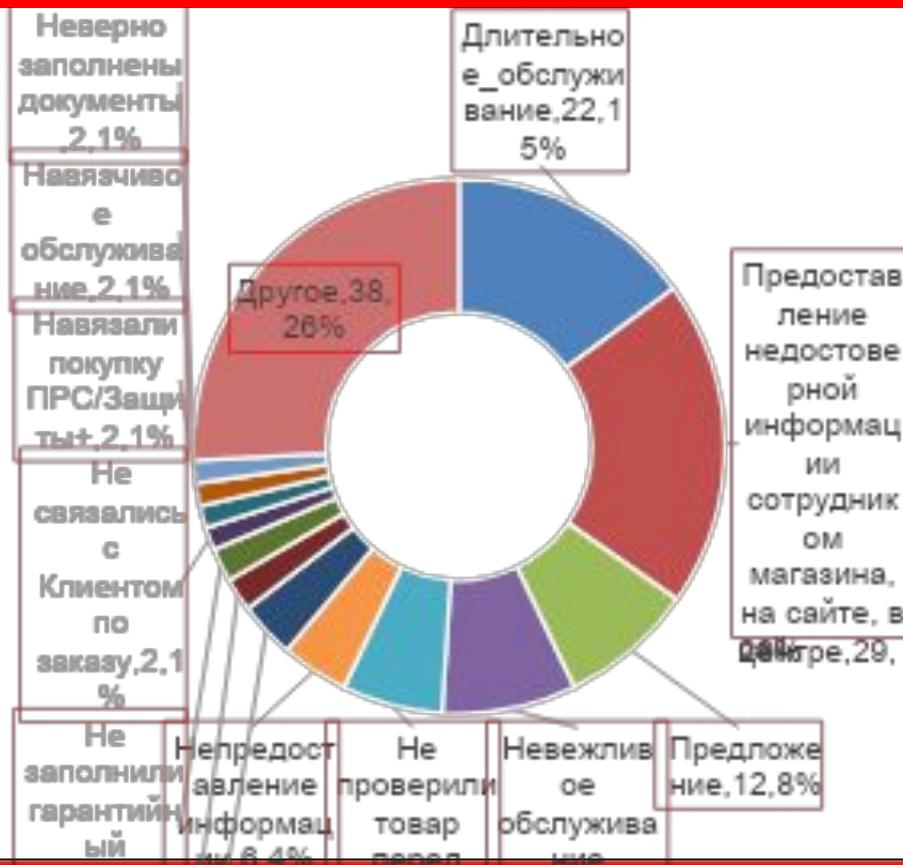


Каналы обращений (август 2019)

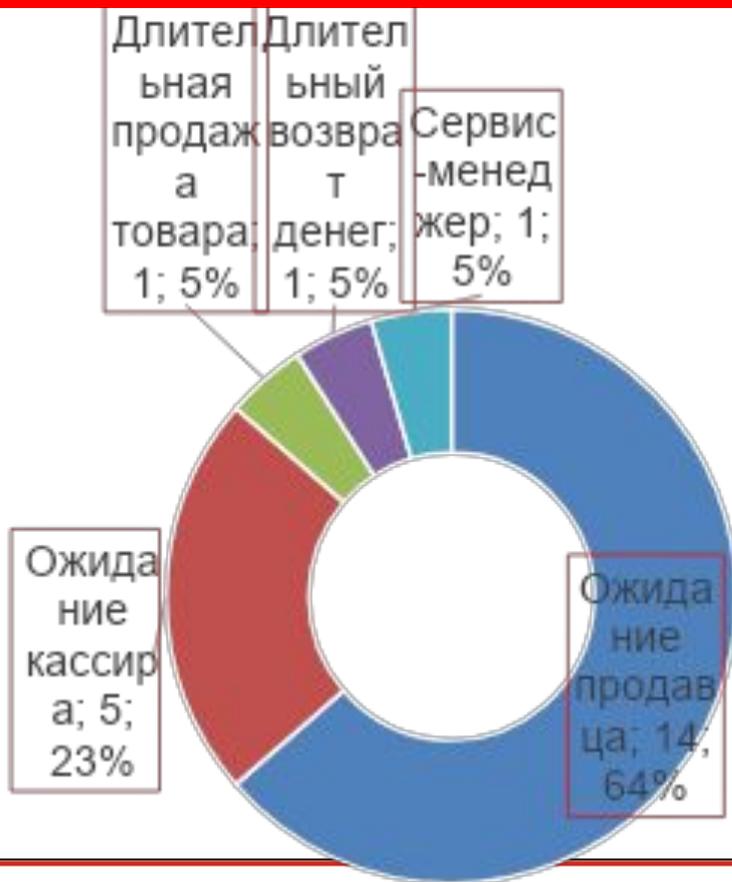


«Обслуживание» август 2019

Всего инцидентов 147,



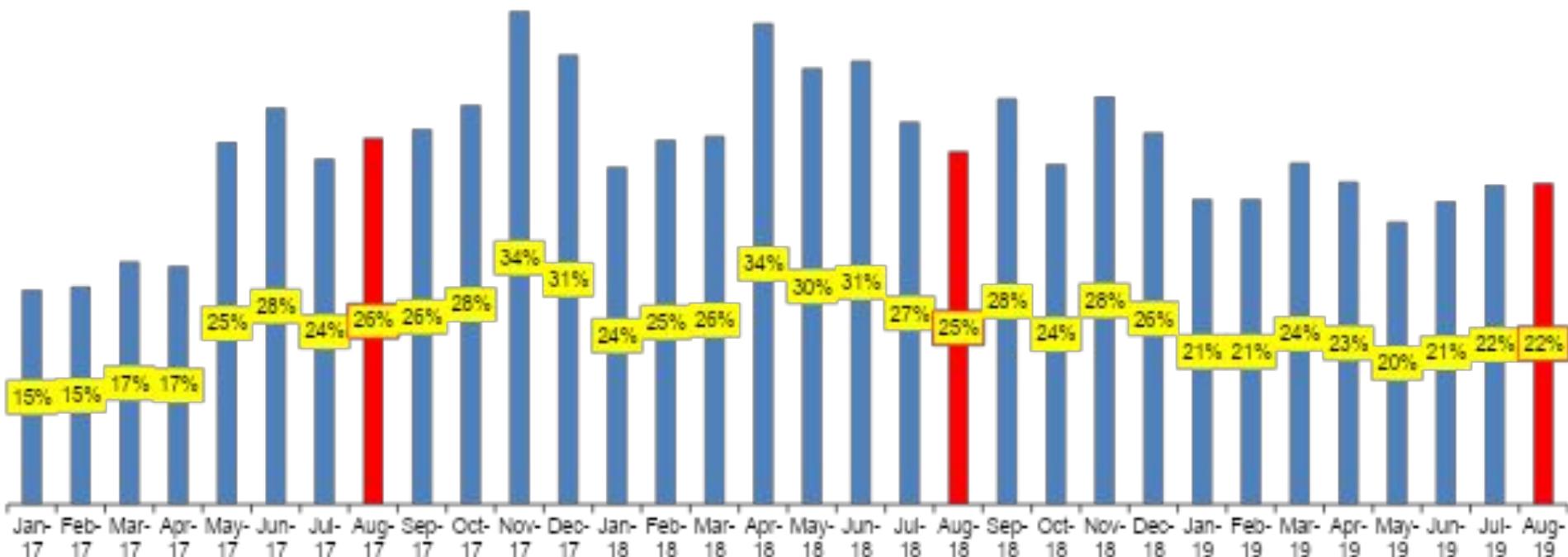
Причины длительного обслуживания (август 2019)



Всего инцидентов **22,**
15%



% Благодарностей в общем количестве обращений 01.2017 - 08.2019



Клиентоориентированность

Способность Компании создавать дополнительный поток Клиентов и дополнительную прибыль за счет глубокого понимания и удовлетворения потребностей Клиентов.



«Эффект недовольного клиента»



1. Клиент пишет негативные отзывы на специализированных сайтах
2. Отзывы читают потенциальные Клиенты



ПРИВЛЕКАТЕЛЬНАЯ
ЦЕНА



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ
КОНСУЛЬТАЦИИ



ШИРОЧАЙШИЙ
ВЫБОР

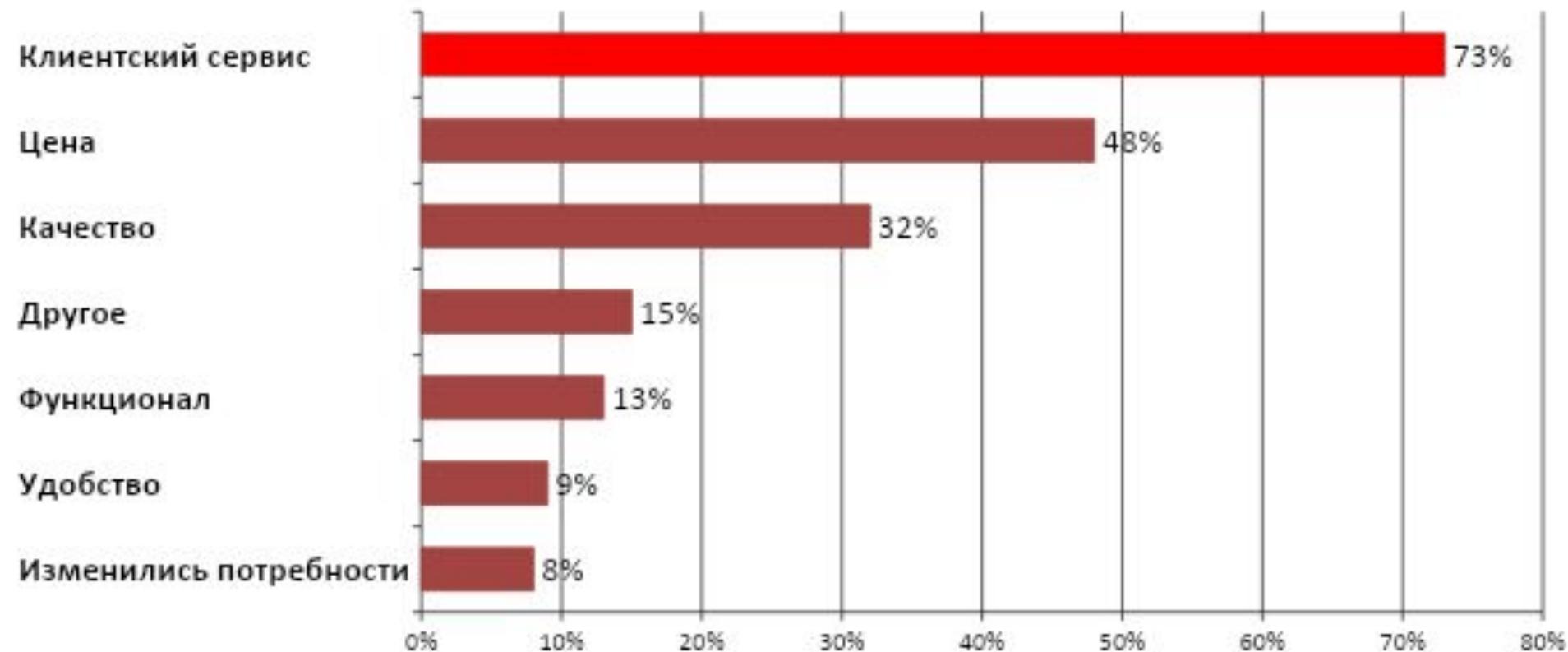


ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО
ТОВАРОВ



УСЛУГИ И
РЕШЕНИЯ

Почему уходят Клиенты?



Преимущества постоянных Клиентов

Готовы тратить на 67%
больше

Менее чувствительны к уровню
цен

Создают репутацию для
Компании

С большей вероятностью захотят
попробовать новые продукты и
услуги

Не реагируют на рекламные акции
конкурентов



ЦЕЛИ СОЗДАНИЯ СЛУЖБЫ

Удержание Клиентов от перехода к конкурентам по причине некачественного обслуживания.

Оптимизация расходов, связанных с клиентскими сервисами

Снижение усилий Клиента

Предупрежда
я

Массовый отток Клиентов

(за счет анализа трендов и раздражающих факторов; предоставления качественного сервиса)

Частный отток Клиентов

(развитие клиентской политики, точечная и оперативная работа с обращениями)

Отказ от покупки

Косвенные потери

(Клиент не совершает покупки, распространяет отзывы)

Денежные ресурсы компании

(Затраты труда, сложность процессов, участие в судах)

Функции Customer Service

Создание и поддержание Клиентской политики

Мониторинг ключевых процессов взаимодействия Компании и Клиентов

Исследование индексов удовлетворенности

Решение инцидентов, Клиентская поддержка



Наиболее критичные точки для приобретения / потери лояльности клиента*



56% - 2013
59% - 2014

Цели Клиентской политики

Формирование Клиентоориентированной идеологии

Завоевание максимальной степени доверия и лояльности Покупателей

Повышение качества обслуживания Покупателей на всех этапах взаимодействия с Компанией

Формирование положительного имиджа Компании



Цели каждого сотрудника в области Клиентской

Полезность для Покупателя

Обеспечение хорошего впечатления от взаимодействия с Компанией

Снижение потребительских усилий



Стандарт обслуживания покупателей в «5»

Решение его проблемы



Правило «на шаг впереди» (важно всегда идти на шаг впереди потребностей Клиентов, не только соответствовать, но и превосходить их ожидания)



Лояльный Клиент = ожидание

- +1 дополнительная улыбка.
- +1 дополнительный предмет.
- +1 дополнительный личный контакт.
- +1 дополнительная минута вашего времени.
- +1 дополнительная проверка, чтобы убедиться, что все в порядке.
- +1 телефонный звонок, чтобы убедиться, что клиент доволен.
- +1 что-либо еще, что порадует вашего клиента.



Каждый

инцидент и
благодарность
отправляется в
Customer Service



Сроки и каналы передачи инцидентов в Customer

Подразделение	Ответственный	Максимально е время передачи	Канал передачи информации
Розничный магазин	Сервис-менеджер либо заведующий магазином (заместитель)	3 рабочих часа	Email/СЭД
Call-центр (email)	Заместитель начальника отдела	3 рабочих часа	Email
Call-центр (звонок)	Оператор текущего звонка	Немедленно	Телефон
Служба управления документацией	Начальник службы	3 рабочих часа	СЭД
Сервисный центр Патио	Начальник сервисного центра	3 рабочих часа	Email
Услуги (ПРС, ИТ-сервис, Установка)	Руководитель направления	3 рабочих часа	Email
Другие	Начальник отдела	3 рабочих часа	Email



Инцидент?

- Претензия по условиям акции
- Некачественная консультация при совершении покупки
- Конфликтная ситуация, связанная с качеством товара
- Клиент просит предоставить сертификат качества на товар
- Некачественное оказание услуги



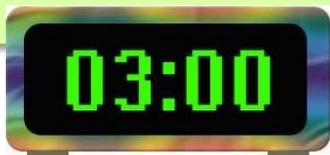
Ошибки взаимодействия

- Магазин присылает не все документы
- Отсутствие комментария при отправке инцидента
- Не заполнен порядковый номер замечания
- Неразборчивые ФИО Клиента
- Scan с низким разрешением
- Длительная реакция на запрос



Завершение инцидента

При получении дополнительной информации по инциденту и при его завершении - ответственный сотрудник магазина сообщает об этом в Customer Service в течение 3-х рабочих часов магазина (посредством отправки email сообщения).



FINISH

A red banner with the word 'FINISH' in large, white, bold, sans-serif capital letters. The banner is slightly wrinkled and has small metal fasteners at the ends.

Например:
*«Клиент приходил, обмен товара
произвели»*



Клиент обратился с инцидентом к продавцу в

Сотрудник приглашает ответственное лицо, тем самым подчеркивая важность каждого обращения для Компании.



Как связаться с Customer Service

Клиента



8 (017) 359 59 59



275@5element.by



Как связаться с Customer Service

Магазин



8 (029) 285 08 12
Не для клиентов!

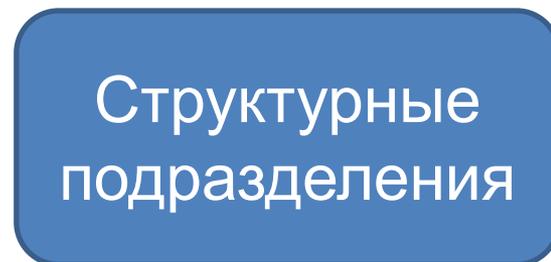
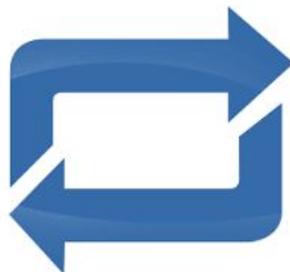
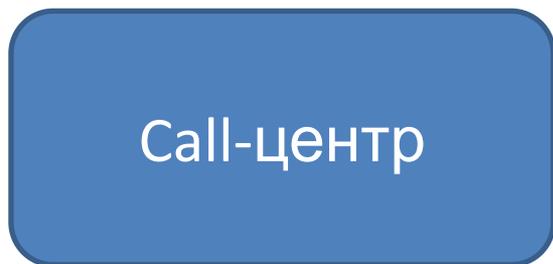


Customer_Service@patio-minsk.by

Политика информационной поддержки

Хорошая информированность Покупателя – прямой путь к формированию доверия и лояльности

- **Изменения, связанные с обслуживанием Клиентов, ответственное подразделение сообщает в call-центр и CS в течение 3**





Thank you

