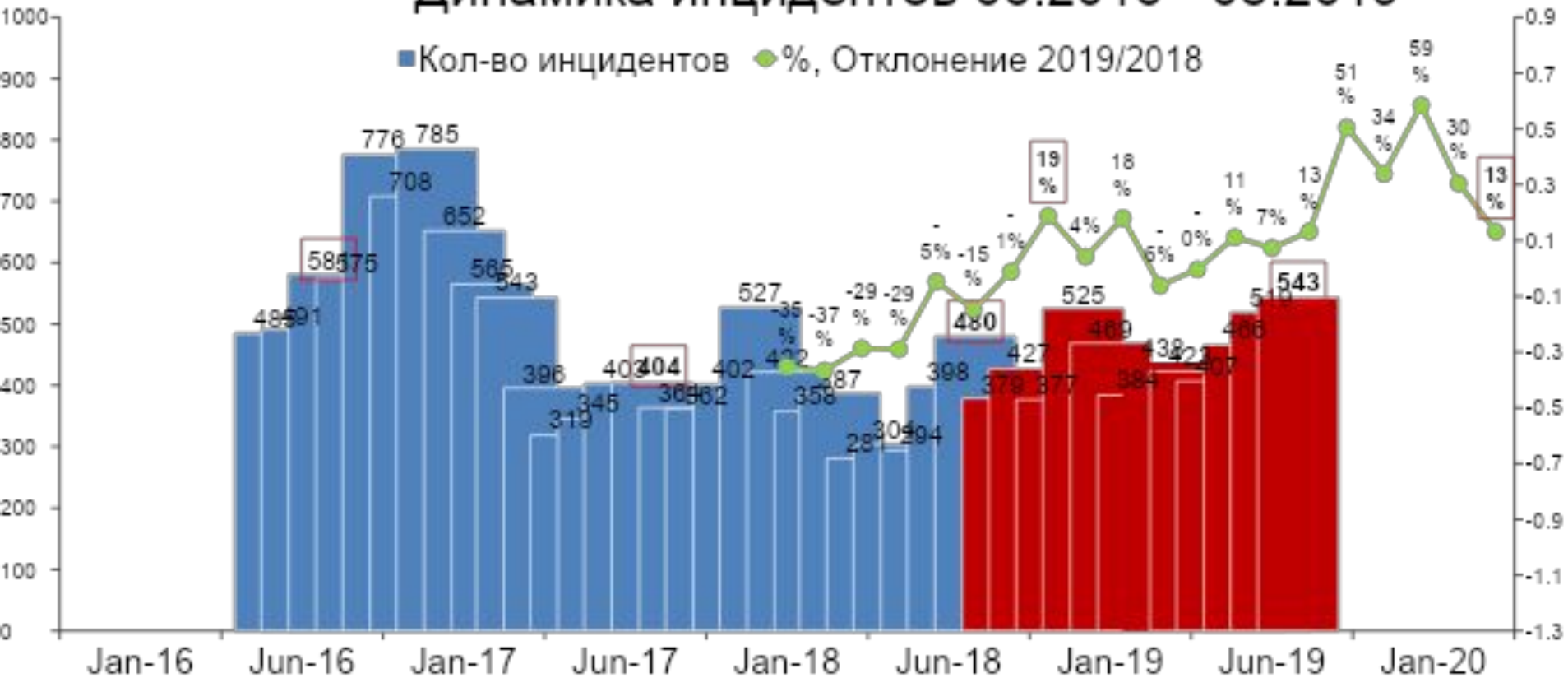


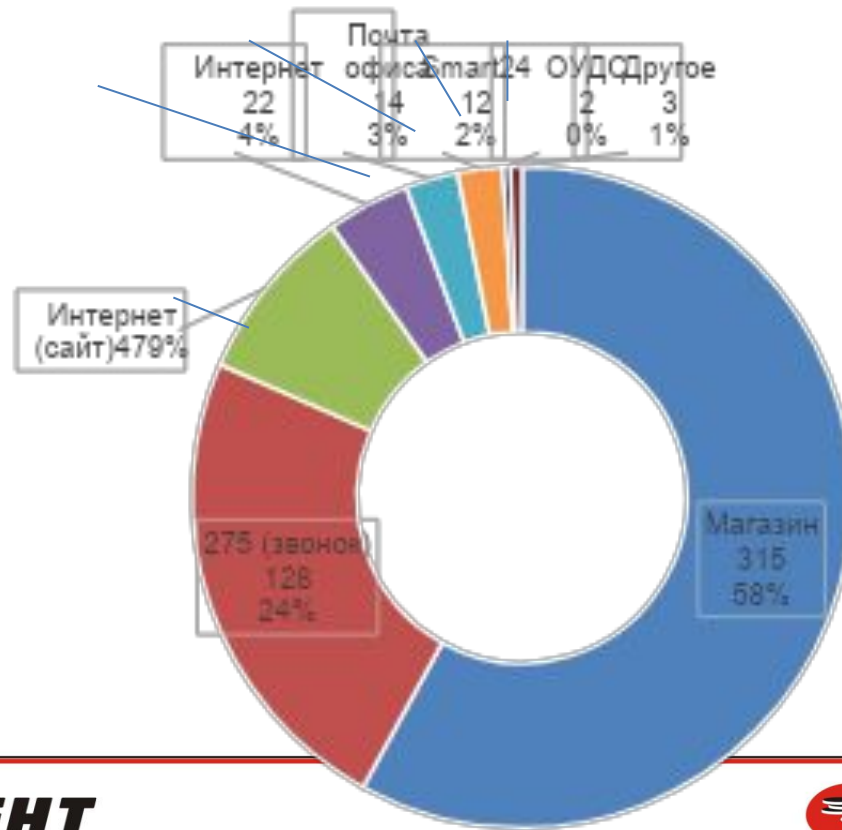
# CUSTOMER SERVICE



# Динамика инцидентов 06.2016 - 08.2019



# Каналы обращений (август 2019)

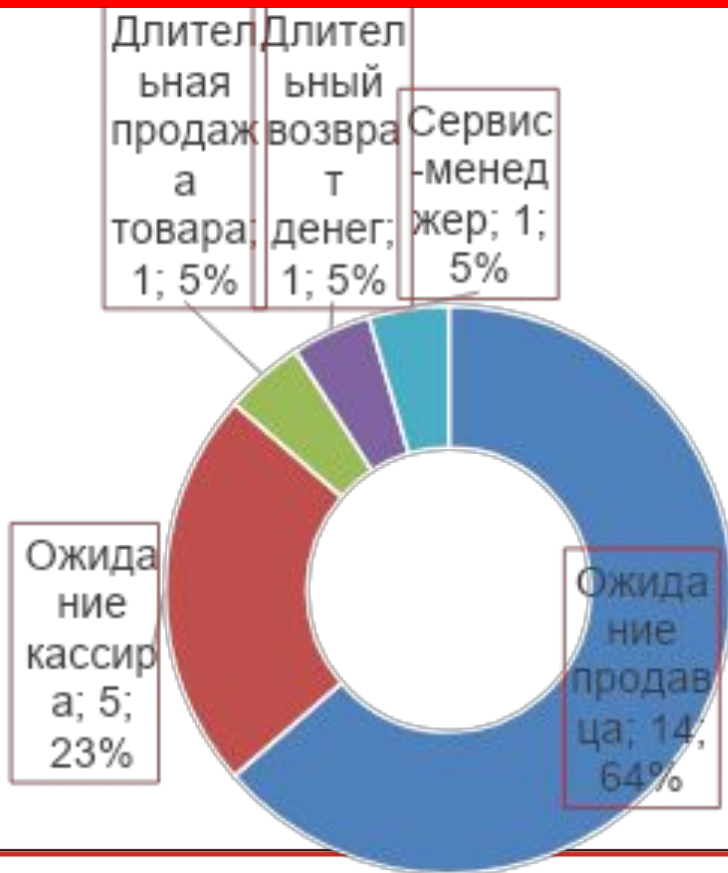


# «Обслуживание» август 2019

Всего инцидентов 147,



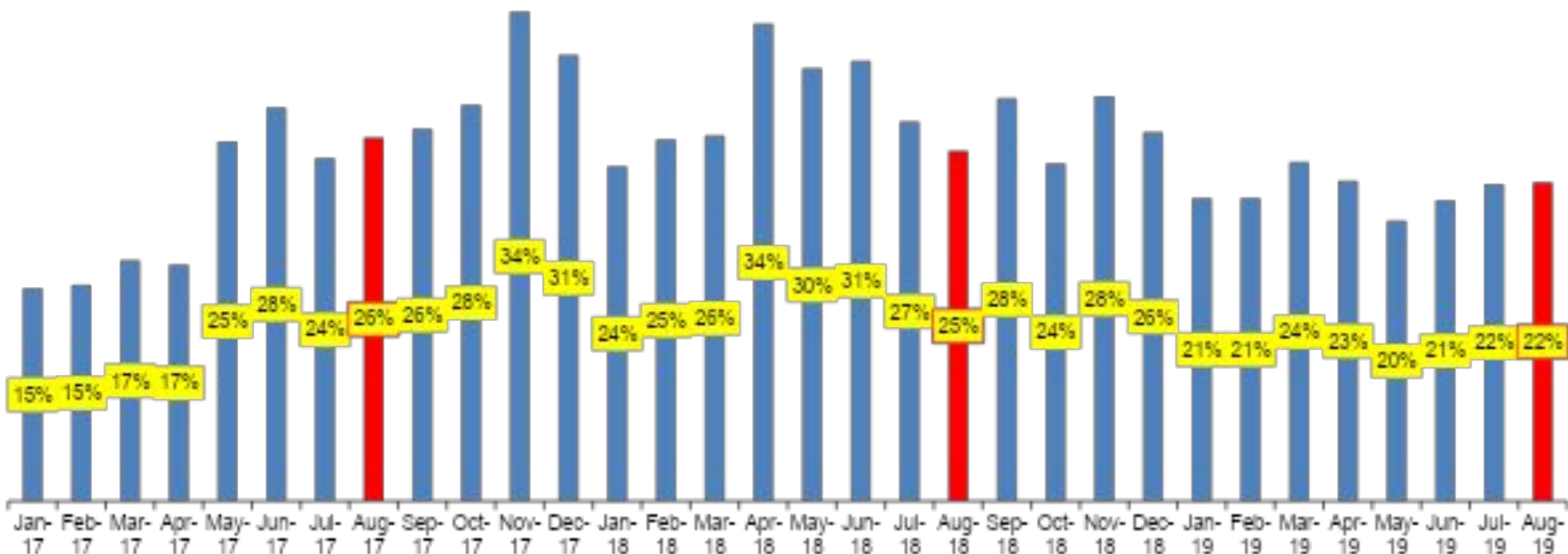
# Причины длительного обслуживания (август 2019)



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



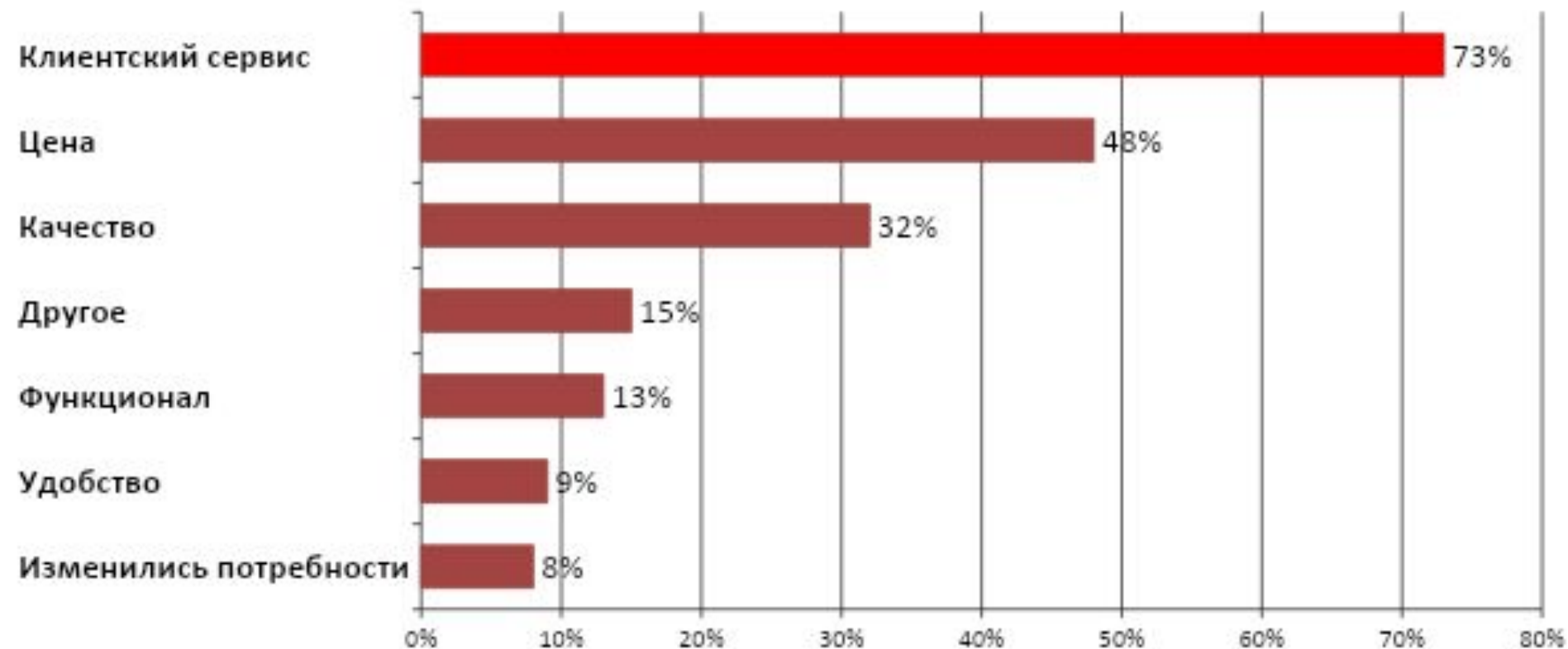
ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО  
ТОВАРОВ



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



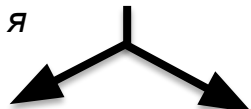
# ЦЕЛИ СОЗДАНИЯ СЛУЖБЫ

Удержание Клиентов от перехода к конкурентам по причине некачественного обслуживания.

Оптимизация расходов, связанных с клиентскими сервисами



Предупрежда  
я



Снижение  
усилий  
Клиента

**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



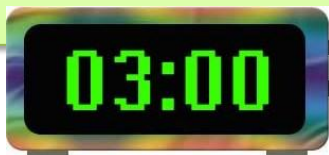
# Ошибки взаимодействия

- 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' written in large, white, bold, sans-serif capital letters. The banner is slightly wrinkled and has small metal fasteners at the corners.

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!**

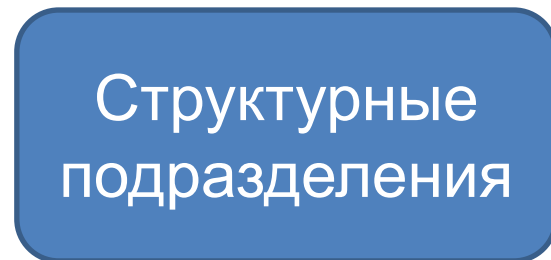
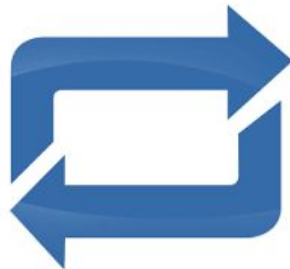
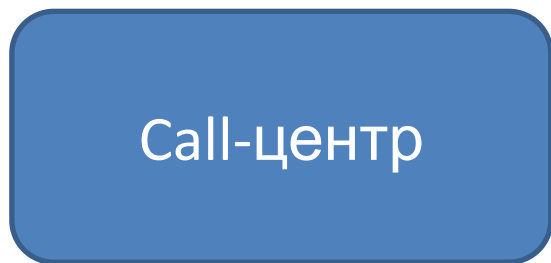


**Customer\_Service@patio-minsk.by**

# 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

