

КОМПАНИЯ И РЫНОК

КЛИЕНТ ВСЕГДА ПРАВ?

Клиентский сервис – дело тонкое. В данной статье разбираемся, что же такое качественный клиентский сервис, из чего он состоит и что мы можем сделать, чтобы избавиться от проблем (которые признаться, в той или иной мере есть в любой компании) и изменить не только сервис, но и себя.



Клиентский сервис – это самая сложная часть бизнеса, реализуемого в нашей стране, я даже могу сказать, что у нас не принято ментально организовывать клиентский сервис. Очень много у нас осталось с Советский времен и, к сожалению, мы так и везем этот багаж. И если одна часть нашей страны активно борется и развивает сервис, то другая отстывает назад.

Давайте вместе разберемся, что же такое качественный клиентский сервис, из чего он состоит и что же мы можем сделать, чтобы избавиться себя от «наследия» и изменить не только сервис, но и себя.

Клиентский сервис сам по себе - это не обслуживание, не продажа, не поддержка (технологическая, техническая) и уж точно не про акции и спецпредложения, это в первую очередь удовлетворение потребности клиента на каждой ступени работы с ним.

Клиентский сервис - это сердце компании, функционирующее как и в организме человека. В него входят люди (без них клиентский сервис невозможен), инструменты (чем эти люди будут пользоваться, чтобы выстроить качественную работу), процессы (как и во всем должны быть четкие алгоритмы работы) и обратная связь (без этой, очень главной составляющей невозможно качественно развивать сервис). Рассмотрим каждую категорию подробно.

ЛЮДИ

Люди занимают важнейшее место, именно в них, в их развитие и обучение компания должна вкладывать ресурсы. Нужно опережать потребности клиента и его запросы, а это может делать только сплю-

ченная команда профессионалов, где каждый понимает зачем он здесь. Ситуации бывают разные и не всегда с положительным результатом, поэтому в первую очередь необходимо, чтобы сотрудники, работающие с клиентами не терялись, а действовали

оценивали и проявляли смекалку при любых, иногда даже кажущихся безвыходными ситуациях.

ИНСТРУМЕНТЫ

Инструменты, которые мы даем нашим сотрудникам для качественного обслуживания клиентов. Они должны непрерывно пополняться и дорабатываться, быть удобными в использовании, располагаться удобно и «под рукой», для того, чтобы ваш сотрудник мог легко и быстро воспользоваться ими и минимизировать время поиска нужной информации. Мы сейчас живем в эру технологий, когда время - один из самых ценных ресурсов. Поэтому необходимо предоставлять как можно больше каналов, по которым клиенты могут получить информацию, связаться с сотрудниками и для этого сейчас существует огромное количество мессенджеров.

ПРОЦЕССЫ

Процессы - здесь нам на помощь приходят различные стандарты, скрипты, правила. Мы все должны понимать, как и по какой логике совершаются те или иные операции. Но как говорится «правила существуют, чтобы их нарушать». И это возвращает нас к моменту бесстрашности нашей команды. Но ко всему нужно относиться с умом, именно форс-мажорные ситуации и развивают компанию, позволяя работать и грамотно дорабатывать свои правила, положения, скрипты.

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Обратная связь - это очень интересная часть любого сервиса. Мы должны приучить себя к тому, что самый ценный для развития сервиса компании, это недовольный клиент. Именно от него мы можем получить определенный фидбек с указанием на слабые места нашего сервиса. Нужно учиться собирать отзывы, смотреть на себя со стороны, своих конкурентов и корректировать действия и процессы. Сейчас есть масса способов собрать информацию о компании и сервисе со стороны. Каких только сервисов нет, от тайного покупателя и отзывов в соцсетях, до старых-добрых книг жалоб и предложений. Также не стоит забывать про сарафанное радио, которое тоже вносит определенную лепту в развитие компании.

Именно клиентский сервис зарабатывает баллы компании. Какой бы хороший продукт у Вас ни был, какие цены бы мы ни давали, но если мы упираемся в некачественный сервис, все наши усилия разобьются, как Титаник об айсберг.

Мне кажется самое важное в нашей работе - это вникнуть в проблемы и потребности клиента и не просто продать краску, нет, это не про нас, а помочь ему реализовать свое дело.

