

# Обслуживайте с ТОЛКОМ

Внедрите ТОЛК (Точка Лояльности Клиентов) и повышайте лояльность клиентов при каждом контакте

Повышайте  
клиентоориентированность фронт  
персонала и лояльность клиентов

**Проявите заботу о клиентах!**



Добавьте в сенсорные терминалы АУДИОАНАЛИТИКУ, исключая необходимость прикасаться к экрану.



- Предоставьте клиентам удобную возможность оставлять обратную связь, не уходя из офиса обслуживания.
- Изучайте ожидания, предпочтения и восприятие клиентов на основе опросов по репрезентативной выборке.
- Контролируйте соблюдение фронт персоналом стандарта обслуживания без Тайных Покупателей.

**86%** перестали сотрудничать с компанией по причине плохого клиентского сервиса\*.

**95%** делятся своим негативным опытом с друзьями и коллегами.

**96%** недовольных клиентов не жалуются, а «голосуют ногами».

**55%** становятся клиентами по рекомендации.

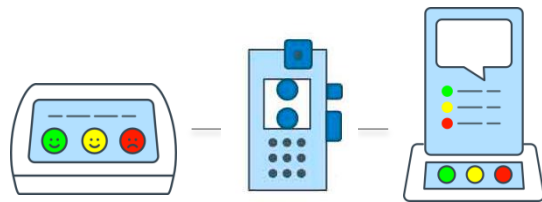
**86%** признаются, что готовы заплатить больше за качественный сервис\*\*.



Выход из офиса  
обслуживания

На выходе из офиса обслуживания устанавливается автономный **Объединенный Пост Качества**, с помощью которого клиенты могут оставлять различные виды обратной связи: спонтанные отзывы «доволен»/«недоволен», структурированные сообщения о причинах своего недовольства или восхищения, регистрировать жалобы и предложения в соответствии с требованиями 152 ФЗ. Его также можно использовать для предоставления клиентам возможности выполнять различные действия на корпоративном сайте.

Периодически, при участии промо персонала, с помощью **Объединенного Поста Качества** проводятся РЕПРЕЗЕНТАТИВНЫЕ опросы клиентов. В этом случае используется специальная технология, позволяющая без потери качества результатов получать близкий к 100% уровень отклика и не смещенную выборку.



Точка обслуживания клиентов

В точках обслуживания клиентов устанавливается **аудио-регистратор (или диктофон-бейдж)** и **Кнопка Лояльности**. **Аудио-регистратор** записывает речь фронт персонала. **Кнопка Лояльности** обеспечивает клиентам возможность оставлять спонтанные отзывы о работе фронт персонала: «доволен»/«недоволен». Специальная система позволяет оценивать речь фронт персонала на соответствие принятого стандарта обслуживания и продаж. Эта же система используется для определения причин недовольства обслуживанием, которое клиенты выражают с помощью **Кнопки Лояльности**.

1. В различных точках офиса размещаем таблички с просьбой поделиться отзывом на Объединенном Посту Качества, установленном на выходе.
  - a. В сценарии Объединенного Поста Качества, используемого для получения негативных отзывов, максимально облегчаем клиенту возможность сообщить причину своего недовольства (голосом, текстом, выбором из списка и т.д.). **Негативные отзывы «закрываем» на службу качества (не выносим «сор» из избы)**, систематизируем причины недовольства, устраняем «узкие места».
  - b. **Позитивные отзывы транслируем в Сеть**. В сценарии Объединенного Поста Качества, используемого для получения ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ отзывов, выводим на экран QR-код, ведущий на страницу компании на Яндекс Картах или других ресурсах Сети.
2. В стандарт обслуживания (где стоят аудио-регистраторы и Кнопки Лояльности), добавляем регламент реагирования на спонтанные отзывы клиентов, получаемые с помощью Кнопки Лояльности:
  - a. Если клиент оставляет ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ отзыв, менеджер должен принести свои извинения и задать один или несколько вопросов, из ответов на которые должна быть понятна причина недовольства. Трек записи разговоров, сделанный с помощью аудио-регистратора или диктофона, автоматически пересылается в службу качества, которая систематизирует причины недовольства и устраняет «узкие места».
  - b. Если клиент оставляет ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ отзыв, менеджер должен улыбнуться и поблагодарить клиента, и если ситуация позволяет, в тактичной форме предложить клиенту оставить отзыв о работе офиса на Объединенном Посту Качества, установленном на выходе.
3. В матрицу KPI фронт менеджеров включаем показатель **Выполнение Стандарта Продаж**. Для этого ежемесячно выборочно прослушиваем определенное число записей их разговоров с клиентами. На основе результатов прослушивания заполняем чек листы, на основе которых автоматически рассчитывается KPI «Выполнение Стандарта Продаж». Дополнительно ВСЕ записи могут автоматически обрабатываться Текстовым Анализатором на наличие запрещенной лексики и выполнение специальных требований: предложение товаров по акции, карт лояльности, сопутствующих товаров и т.п. Заполнение соответствующих чек листов и расчет дополнительных KPI выполняются автоматически.

Внедрение ТОЛК позволит:

1. Улучшить качество клиентского сервиса.
2. Повысить лояльность клиентов.

Вы всегда будете знать, где сейчас "узкое место", в какую точку в условиях ограниченности ресурсов нужно сейчас направить силы и средства, какую задачу там сейчас нужно решать.

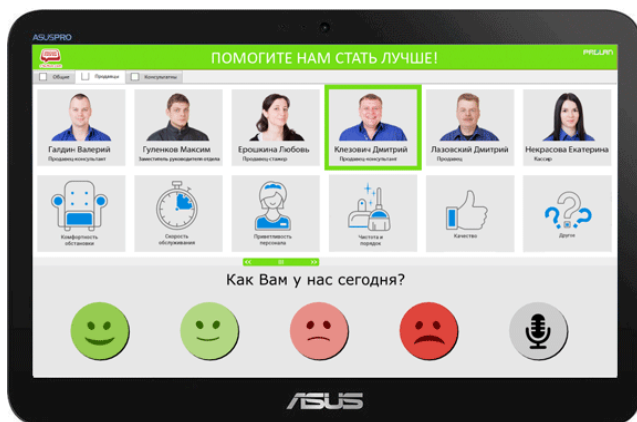
Лояльность клиентов — ценный ресурс. Для эффективного управления лояльностью необходима эффективная обратная связь от клиентов. Система обратной связи офиса обслуживания должна поддерживать 4 вида коммуникаций, каждая из которых предназначена для решения отдельной задачи:

1. **Спонтанные отзывы «доволен/недоволен»** по каждому виду услуги и по каждому работнику передней линии. Такие отзывы просто оставлять, поэтому их обычно много, и они позволяют сразу увидеть, ГДЕ СЕЙЧАС ПЛОХО. Быстрое реагирование предотвращает жалобы и голосование «ногами».
2. **Информативная обратная связь** по каждому виду услуги и по каждому работнику передней линии. Клиенты должны иметь возможность, не оставляя своих контактов, сообщать о причинах своего недовольства. Это ценнейшая информация, используемая в первую очередь, для определения «узких мест» в обслуживании.
3. **Инструментальные жалобы и обращения**, соответствующие требованиям 152 ФЗ, с помощью которых клиенты обращаются к администрации офиса обслуживания за помощью в решении какой-то проблемы. Если клиента «не услышать» в офисе, то его жалоба с большой вероятностью появится в социальных сетях или в вышестоящей организации.
4. **Периодические опросы клиентов** с целью изучения их ожиданий, предпочтений и восприятия получаемых услуг. Такие опросы, проводимые по случайной (не стихийной) управляемой репрезентативной выборке являются необходимым элементом эффективного управления лояльностью клиентов.

Система обратной связи офиса обслуживания должна поддерживать 4 вида коммуникаций с клиентами, каждая из которых предназначена для решения отдельной задачи:

1. **Спонтанные отзывы «доволен/недоволен»** - оценки качества обслуживания (нажатия смайликов) без конкретизации причин. Используются, во-первых, как датчик наличия системных сбоев в обслуживании клиентов, во-вторых, для локализации «узких мест» и «слабых звеньев», в-третьих, для мотивации менеджеров оставлять у клиентов положительный эмоциональный след.
2. **Информативная обратная связь** – анонимные оценки качества полученных услуг с конкретизацией причин недовольства. Используется для определения действий, которые необходимо предпринять для расширения «узких мест» и усиления «слабых звеньев».
3. **Инструментальные жалобы** - оценки качества полученных услуг с конкретизацией причин недовольства и контактами для обратной связи. Используются для «возвращения» недовольных и мобилизации лояльных клиентов, уменьшения числа жалоб в регулирующие органы, уменьшение негатива и увеличение позитива в Сети (улучшения репутации).
4. **Органическая обратная связь** - речь клиента в точке контакта после спонтанного отзыва «недоволен» и последующего за ним вопроса менеджера: "Что я могу сделать, чтобы ..." Используется для "возвращения" недовольных клиентов и предотвращения выхода негатива за периметр офиса

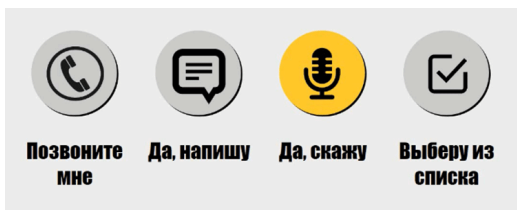
На выходе из офиса устанавливается [Объединенный Пост Качества](#), поддерживающий технологию голосового управления [VoiceTouch](#), который интегрируется с сайтом компании, [системой видеонаблюдения](#) и решает следующие задачи:



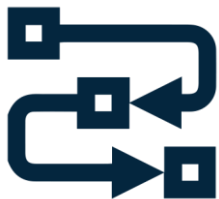
[Объединенный Пост Качества](#)

1. Получение от клиентов спонтанных оценок «доволен/недоволен» услугой, информативной обратной связи, инструментальных жалоб.
2. Проведение репрезентативных опросов клиентов, в частности, NPS-опросов. Опросы проводятся периодически, не чаще 1 раза в 6 месяцев, с участием промо персонала.  
  
Используемая технология опросов позволяет без потери качества результатов обеспечить близкий к 100% уровень отклика и несмещенную выборку.
3. Выполнение клиентами действий на сайте компании, например просмотр нормативно-справочных документов и т.п.





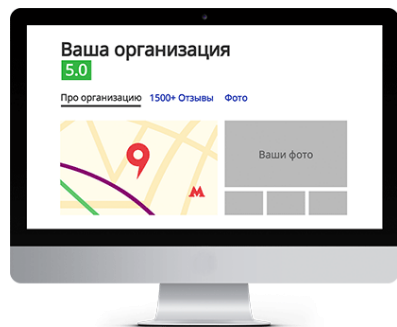
Разные способы оставить обратную связь с помощью ОПК



Управление недовольством службой качества



QR-код на экране ОПК



Поощряйте менеджеров, «приносящих» положительные отзывы на Яндекс Карты

## Возвращение недовольных

Негатив клиентов «закрывается» на службу качества.

1. Установите Объединенный Пост Качества (ОПК) в таком месте, чтобы оставлять обратную связь было удобно.
2. Обеспечьте, чтобы сообщать о причине недовольства было просто.
3. «Замкните» информацию о недовольстве на службу качества. Старайтесь устранять негатив по горячим следам и на месте.

## Мобилизация лояльных

Позитив клиентов транслируется на Яндекс Карты и т.п.

1. Если клиент выражает на ОПК позитив, автоматически выводите на экран QR-код, ссылающийся на вашу страницу на Яндекс.Картах.
2. Поощряйте администрацию офиса за положительные отзывы на Яндекс Карты.

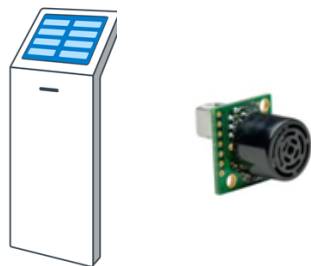
Соблюдение фронт персоналом стандарта обслуживания обеспечивает высокое **воспринимаемое** качество обслуживания (работы фронт персонала), которое является важным фактором лояльности клиентов.

Для этого необходимо:

1. Разработать «работающий» стандарт обслуживания, основанный на концепции, что важными драйверами лояльности клиентов являются **эмпатия** и **экспертность** менеджеров.
2. Эффективно управлять соблюдением стандарта персоналом. Такое управление включает:
  - a. Получение репрезентативной и достоверной информации о соблюдении стандарта, которую можно увязывать с системой мотивации без риска демотивировать персонал. **Традиционные Тайные Покупатели источником такой информации не являются.**
  - b. Внедрить систему мотивации персонала, основанную не только на показателях результативности, но и показателях соблюдения стандарта.



Аудио-регистратор или диктофон-бейдж



Модуль интеграции с СУО или Датчик Присутствия



Кнопка Лояльности (контактная, бесконтактная, проводная, беспроводная)

В точках обслуживания клиентов устанавливается [Электронный Тайный Покупатель](#), включающий:

1. Аудио-регистратор или диктофон. Используются для автоматической записи речи фронт персонала во время обслуживания клиентов.
2. Модуль интеграции с СУО или Датчик Присутствия. Используются для автоматического определения периода времени, когда клиент был в точке обслуживания.
3. Кнопка Лояльности. Используется для получение от клиентов спонтанных оценок качества работы фронт персонала: «доволен»/«недоволен».

[Электронный Тайный Покупатель](#) позволяет:

1. Определять и оцифровывать причины недовольства клиентов, соответствующие спонтанным оценкам «недоволен».
2. Оценивать и оцифровывать все коммуникации с клиентами на соответствие стандартов.
3. Анализировать выполнение персоналом стандартов в привязке к показателям результативности его работы.

## ЧТО ВНЕДРЯЕМ

**Получение от клиентов обратной связи по всем оказываемым услугам и всем работникам передней линии.**

1. На выходе из офиса устанавливаем [Объединенный Пост Качества](#). Классифицируем возможные причины недовольства клиентов. Разрабатываем и внедряем регламент реагирования на жалобы.

**Контроль соблюдения фронт персоналом стандарта обслуживания клиентов.**

2. В каждой точке обслуживания устанавливаем [Электронный Тайный Покупатель](#), включающий Кнопку Лояльности и аудио-регистратор или диктофон. Разрабатываем и настраиваем чек листы для оценки соблюдения фронт персоналом стандарта обслуживания.

**Проведение репрезентативных опросов клиентов об их ожиданиях, предпочтениях и восприятии получаемых услуг.**

3. Устанавливаем на планшет систему проведения опросов по управляемой выборке с контролем уровня отклика ([Сенсор Анкетер](#)). Разрабатываем и настраиваем факторную модель удовлетворенности клиентов получаемыми услугами.

## РЕЗУЛЬТАТ

**Возможность всегда знать, где сейчас "узкое место", в какую точку нужно сейчас направить силы, какую задачу там сейчас нужно решать.**

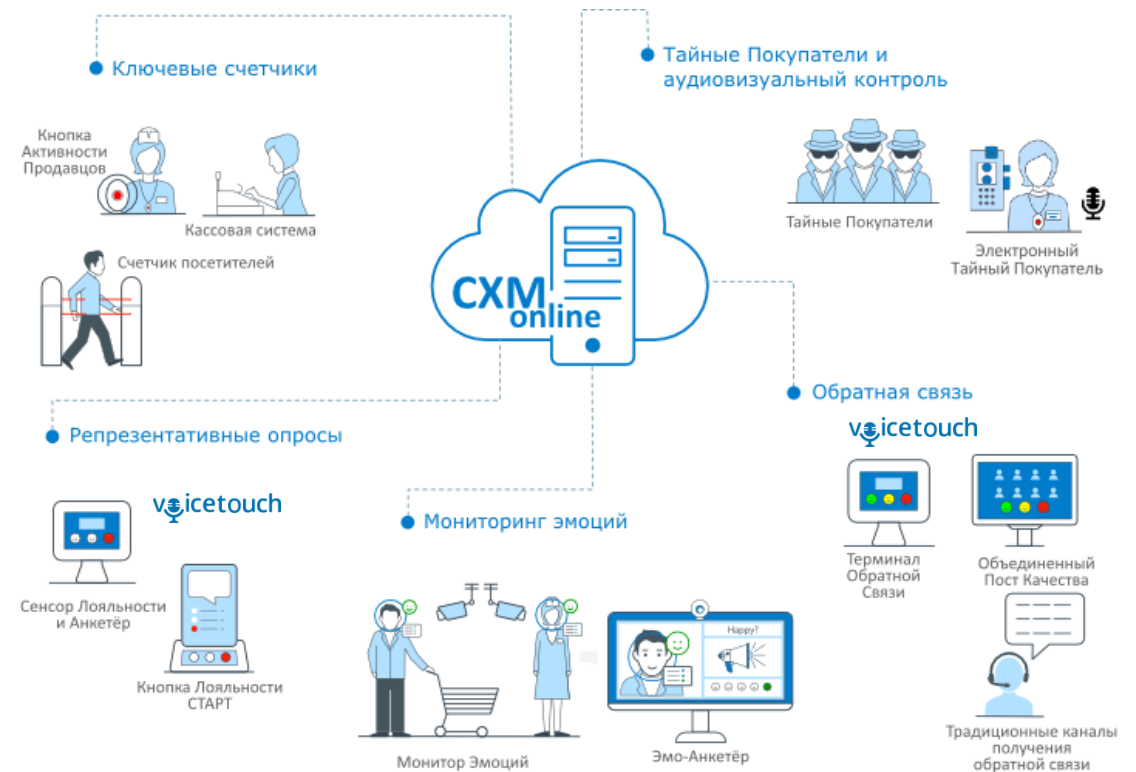
**Возможность эффективно управлять клиентоориентированностью фронт персонала.**

**Возможность развивать услуги и улучшать качество клиентского сервиса с учетом ожиданий, предпочтения и текущего восприятия клиентами получаемых услуг.**

Отличительные преимущества ТОЛК:

1. **Системный подход.** ТОЛК - классическая система управления, в которой целевой функцией является лояльность клиентов, а основным драйвером - соблюдение фронт персоналом стандартов.
2. **Комплексность решения.** ТОЛК – это комплексное решение, «из коробки» поддерживающее множество способов получения информации; см. рисунок. Внедряя ТОЛК, вы получаете всё и сразу.
3. **Открытость платформы.** ТОЛК прозрачно интегрируется с другими системами. Это касается как источников информации (счетчики посетителей, кассовые системы), так и аналитических систем.

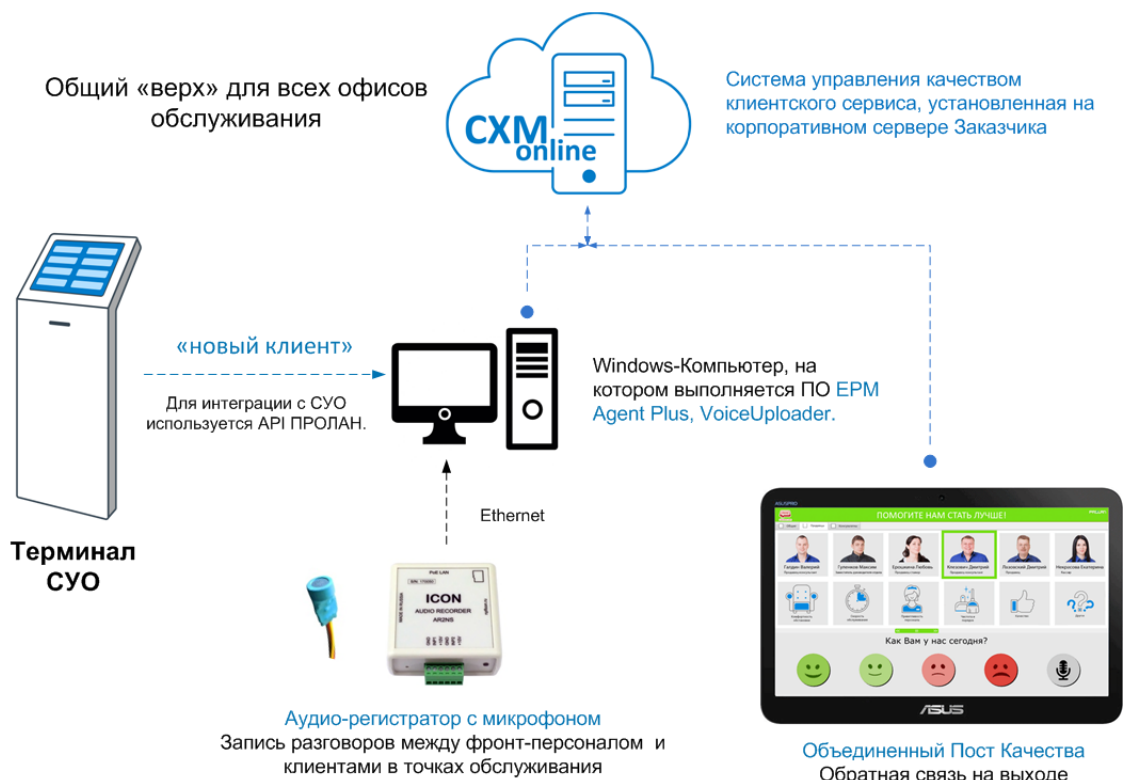
Смотрите на слона целиком



ТОЛК – решение для повышения лояльности клиентов. Экономический эффект от внедрения ТОЛК зависит от эффективности соответствующих бизнес процессов. В рамках пилота мы можем не только развернуть технические средства, но и выполнить следующие работы:

1. Разработать факторную модель удовлетворенности клиентов и автоматизировать процесс оценки удовлетворенности клиентов по факторам модели.
2. Разработать регламент реагирования на жалобы клиентов (для управления недовольством).
3. Классифицировать возможные причины недовольства клиентов качеством обслуживания и автоматизировать систематизацию причин недовольства (для определения «узких мест»).
4. Разработать и настроить чек листы для оценки соблюдения фронт персоналом стандарта обслуживания (на основе записей разговоров).
5. Разработать и внедрить экспертизы текстовой аналитики для автоматизированного определения в речи фронт персонала признаков конфликта с клиентами, для оценки речи фронт персонала на наличие и/или отсутствие определенной лексики.
6. Прослушать определенное число записей разговоров с клиентами, и оценить их на соответствие стандарта обслуживания.

Стоимость пилота определяется после согласования ТЗ



На выходе из офиса устанавливается [Объединенный Пост Качества](#), с помощью которого клиенты ПО КАЖДОМУ РАБОТНИКУ ПЕРЕДНЕЙ ЛИНИИ могут оставлять различные виды обратной связи: спонтанные отзывы «доволен»/«недоволен», структурированные сообщения о причинах своего недовольства или восхищения, регистрировать жалобы и предложения в соответствии с требованиями 152 ФЗ. Периодически, при участии промо персонала, с помощью [Объединенного Поста Качества](#) проводятся РЕПРЕЗЕНТАТИВНЫЕ опросы клиентов.

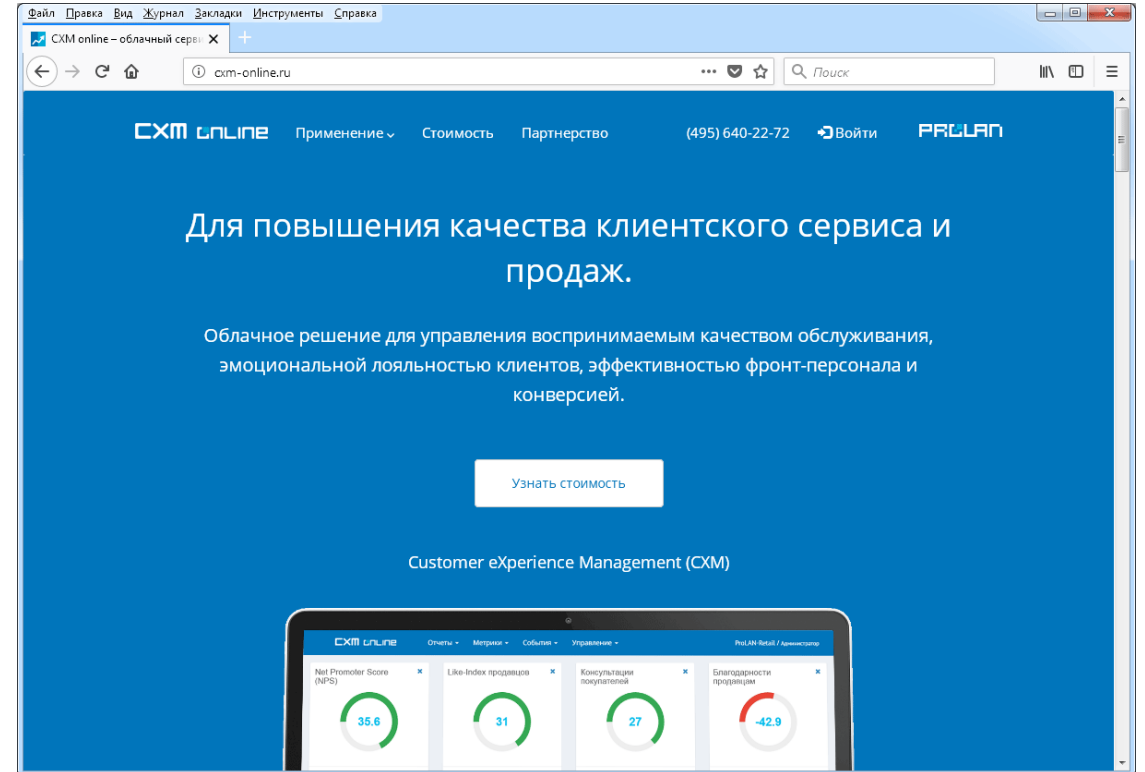
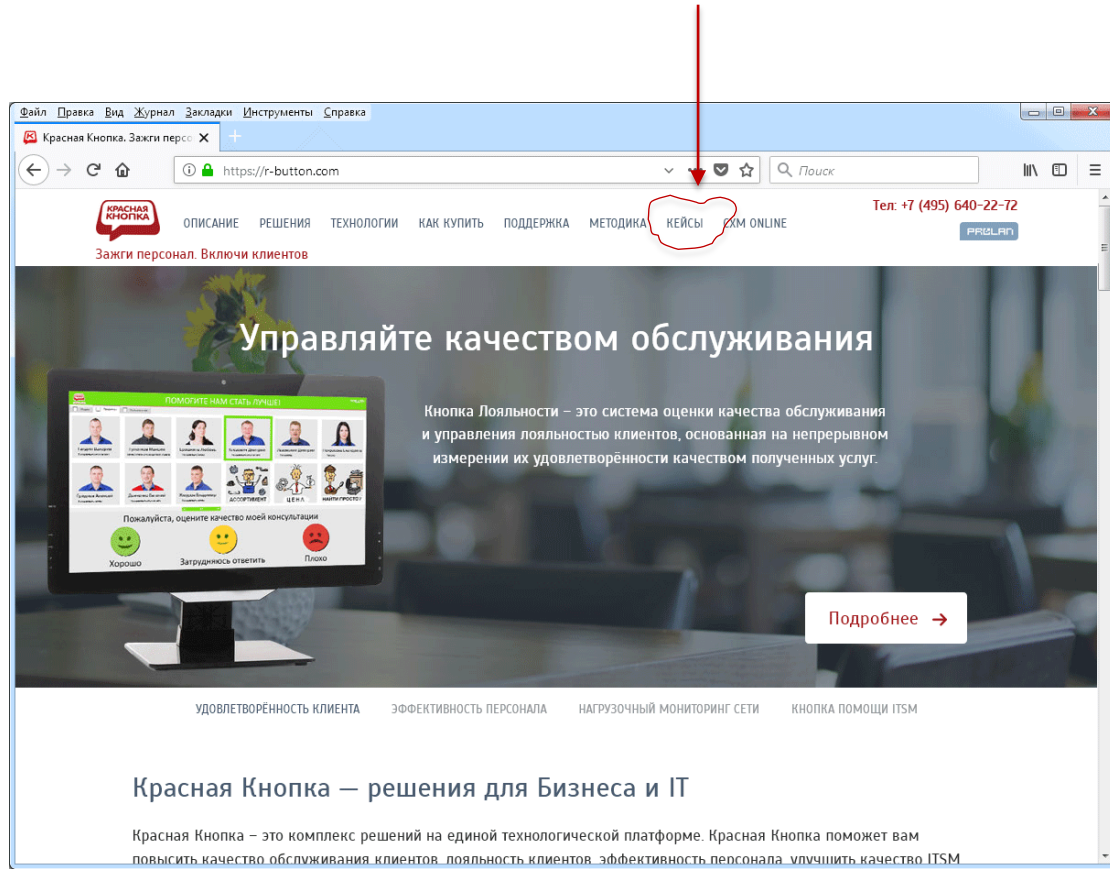
Терминал СУО, с использованием API, интегрируется с входящим в состав ТОЛК приложением [EPM Agent Plus](#), и в режиме реального времени передает [EPM Agent Plus](#) информацию о вызове клиента к определенному окну обслуживания (работнику передней линии).

В каждом окне обслуживания устанавливается аудио-регистратор, который автоматически записывает все диалоги работников передней линии с клиентами на встроенную sd-карту.

Входящая в состав ТОЛК программа [VoiceUploader](#) в автоматическом режиме подключается к каждому аудио-регистратору и «вырезает» из sd-карт голосовые треки, соответствующие:

1. Времени присутствия клиента в точке (окне) обслуживания.
2. Времени, когда клиент оставил негативный отзыв о работе определенного работника с помощью Объединенного Поста Качества (например, минус 15 минут до момента оставления отзыва).

Вырезанные треки автоматически передаются для обработки и анализа в облачный [сервис CXM-Online](#). Подробнее см. [Электронный Тайный Покупатель](#).



На рынке с 1991 года



**P.S. Берегите клиентов**





## Внедрите голосовое управление сенсорными устройствами:

1. Уменьшите риск заражения клиентов вирусными инфекциями.
2. Обеспечьте клиентам удобства поиска и ввода информации в сенсорные терминалы.
3. Обеспечьте людям с ограниченными возможностями дополнительное удобство при использовании сенсорных устройств.

Сегодня большинство современных домов оснащены пандусами для инвалидов. В подъезде может не быть ни одного инвалида, но пандус там все равно есть, т.к. это проявление заботы о жильцах.

Голосовое управление - это "пандус" для клиентов, испытывающих дискомфорт от прикосновения к экранам сенсорных терминалов в общественных местах. [Даже если таких клиентов меньшинство, голосовое управление должно быть, т.к. проявление заботы о клиентах.](#)



[Подробнее ...](#)

Возможность выполнять операции, **не прикасаясь к экрану**