

Случай клиента[©]

Метод развития клиентского опыта

О методе

- Создан в «полевых условиях» развития клиентского опыта
- Простой и практичный
- Конкретные решения для конкретных участков опыта клиента
- Позволяет вовлекать сотрудников и строить культуру развития клиентского опыта

Идея

- Чтобы узнать потребности клиента, необязательно проводить сложные и дорогие исследования - информацию можно получить из клиентских отзывов
- Каждый случай показателен. Требуется анализа и решений
- Непрерывно работая с поступающими отзывами, имеем систему постоянного развития клиентского опыта

Алгоритм

1. Находим клиентские отзывы
2. Отбираем подробные
3. Уточняем детали у клиента
4. Удаляем эмоции
5. Выделяем проблемы (фокус цели)
6. Анализируем причины (фокус области)
7. Ищем решения

Рекомендации

- Не отбрасывайте единичные отзывы в пользу популярных
- Формулируйте проблемы «от клиента», но не словами клиента
- Не фокусируйтесь на «самых важных» проблемах, решайте все
- Избегайте больших причин, они требуют больших решений
- Не прыгайте через этапы. «Быстрое» решение не оптимально
- Мышление ассоциативно. Не теряйте фокус цели
- Не ищите виновных, нужен позитивный настрой
- Работайте с положительными отзывами, усиливайте преимущества
- Учитесь на чужих ошибках, работайте с отзывами конкурентов
- Работайте регулярно, чтобы поддерживать навыки и настрой

Случай клиента[©]

Пример разбора клиентского отзыва

1. Находим отзывы

Добрый день. Не понравилось отношение к клиентам, Сотрудники и сервисный центр не имеют информацию, где у них штатный дизайнер по кухням. Стояли минут 30-ть в ожидании чуда. Сотрудники магазина просто хихикали и пожимали плечами. Когда дошло дело до сервисного центра и в ответ нам сказали "девушка не из нашего отдела, мы не знаем". Мое терпение лопнуло. На вопрос, читают ли сотрудники жалобную книгу - никто мне не ответил. В книгу жалоб, оставила свое возмущение и недовольство, как по мне не приемлемое отношение сотрудников к клиенту. Сложилось впечатление, что всем на все... Делают впечатление, что работают, но никакого участия не принимают. Каким то чудесным образом дождались дизайнера по кухням. За что отдельное спасибо сотруднику, который связался с ней по мобильному телефону. Пожалуйста обратите большое внимание, как у Вас работает персонал. Остались очень не довольны. Спасибо заранее за понимание.

2. Отбираем подробные

3. Уточняем детали

4. Удаляем эмоции

В отделе кухонь отсутствовал дизайнер кухонь. Стояли минут 30. На вопрос, где дизайнер, сотрудники магазина хихикали и пожимали плечами. В сервисном отделе сказали, что дизайнер «не из нашего отдела».

5. Выделяем проблемы

- Клиент не знал, когда появится дизайнер
- Клиент потерял время, ожидая дизайнера
- Клиент не смог выяснить у сотрудников, когда появится дизайнер
- Клиента обидело равнодушие сотрудников

6. Анализируем причины

- Не было информации о времени работы
- Не было «сценария» на случай отсутствия дизайнера
- Не было контактов дизайнера, по которым можно его найти
- Не было контактов, у кого можно уточнить информацию
- Сотрудники отдела не имели контактов дизайнера
- Сотрудники отдела не могли выполнять функцию дизайнера
- Сотрудники не знали, что делать в ситуации

7. Ищем решения

- Объявление о часах работы дизайнера
- Объявление об отсутствии дизайнера до... указанного времени
- Объявление с указанием телефона, чтобы пригласить дизайнера
- Кнопка вызова дизайнера
- Дизайнер будет информировать сотрудников отдела о времени возвращения
- Сотрудники отдела должны знать телефон дизайнера
- Сотрудники отдела должны сами связываться с дизайнером
- Сотрудники отдела должны иметь навыки дизайна кухни
- Сделать типовые дизайны кухонь с расчетом стоимости