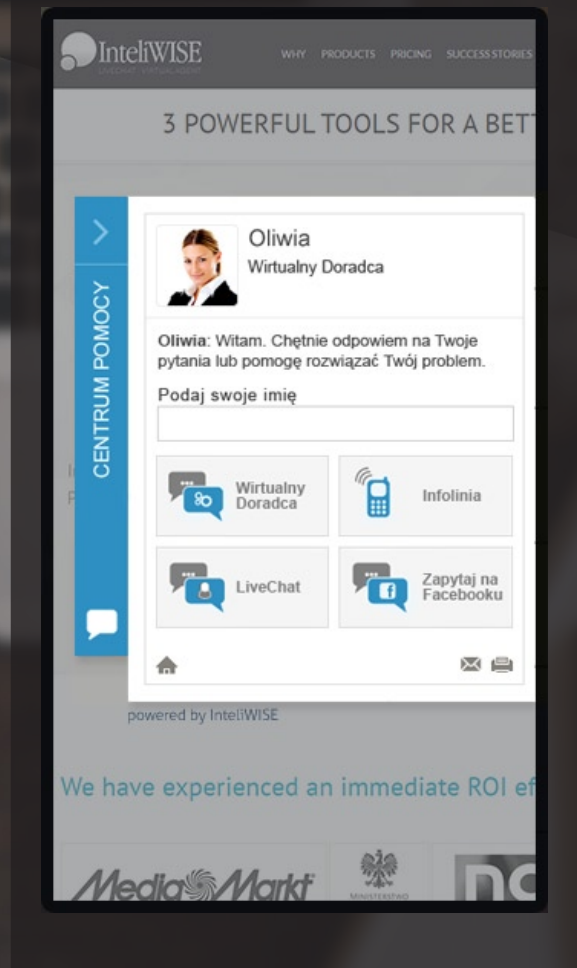


3 kroki do Obsługi Klienta, która gwarantuje wzrost lojalności i sprzedaży on-line

Na następnych 4 stronach sprawdź:

- Jak skutecznie obsługiwać klientów, by wracali, kupując więcej, a jednocześnie by ograniczać koszty?
- Jak ograniczyć rozdrażnienie klientów, które prowadzi do niechęci a potem krytyki marki?
- Jak powstrzymać wzrost kosztów obsługi klienta, w tym infolinii?
- Dla kogo jest wyszukiwanie, infolinia, formularz, dla kogo live chat?



Przyzwyczajenie do komunikacji w „czasie realnym”, masowe czatowanie czy sms-owanie wielu dzisiejszych klientów sklepów internetowych i portali firmowych zmusza firmy do fundamentalnych zmian w obsłudze klienta.

Niegdyś akceptujący „wiszenie na infolinii” klienci są dziś znacznie bardziej wymagający, jeśli chodzi o szybkość, konkret i jakość obsługi. Chcąc zwiększyć powtarne wizyty, sprzedaż czy nowe rejestracje firmy muszą dziś także bronić się przed lawinowym wzrostem kosztów obsługi klienta.

3 nowe zasady przedstawione poniżej są wynikiem analizy przypadków sukcesów, zarówno w średnich firmach jak i dużych przedsiębiorstwach. Co najistotniejsze, efektem było nie tylko znaczące obniżenie kosztów obsługi, ale także zwiększenie zadowolenia klientów oraz wzrost sprzedaży, zwłaszcza wśród powracających klientów.

Codziennosc obsługi klienta dla tysięcy polskich firm prowadzących sklep internetowy, sprzedających usługi lub obsługujących klientów przez internet, to dziesiątki tysięcy e-maili bądź telefonów miesięcznie i koszty idące nawet w miliony złotych rocznie.

Jeśli prowadzisz sklep internetowy lub firmę albo zarządzasz marką i masz podobne problemy:

3-5 minut

czas oczekiwania na połączenie

kilkadziesiąt tysięcy
kilkaset tysięcy
million złotych
rocznie

koszt utrzymania obsługi klienta
(infolinii i call center)

Churn > 5%

Odpływ klientów spowodowany
brakiem pomocy / asysty

Analitycy rynku, obserwując opinie konsumentów o wiodących markach, wskazują wspólne cechy działań firm, wprowadzających skuteczne rozwiązania optymalizujące obsługę klientów. Firmom tym udaje się połączyć wysoki poziom „doskonałości obsługi klienta” z „oszczędną i ekonomiczną” obsługą.

Poniżej przedstawiono 3 proste kroki, prowadzące do lepszej, przyjaznej obsługi, których zastosowanie gwarantuje jednocześnie zwiększenie lojalności, konwersji i sprzedaży.

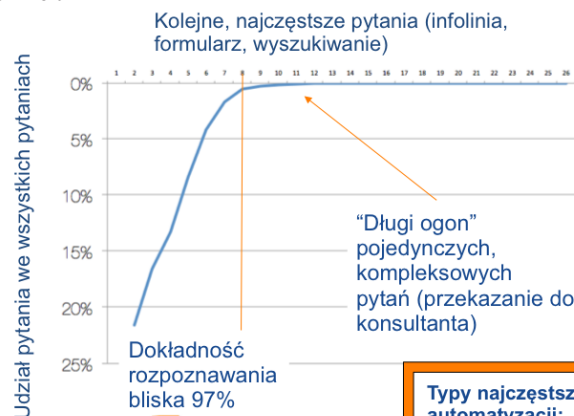
KROK 1. Zdefiniuj „punkty bólu”. Zrozum, gdzie dokładnie Twoi klienci zatrzymują się w procesie zakupu, rezerwacji, logowania.

Dla wielu, nawet międzynarodowych organizacji, 30-40% wszystkich problemów zgłaszanych do obsługi klienta jest związana zaledwie z kilkoma, newralgicznymi miejscami.

Skutkuje to zwykle wysokimi wskaźnikami:

- rezygnacji z rejestracji i logowania,
- opuszczeń koszyka, porzuceń zakupu,
- ilości telefonów na infolinię.

Analiza priorytetowych problemów to zdefiniowanie rezerwy oszczędności rzędu setek tysięcy, bądź milionów złotych rocznie.



“Długi ogon” pojedynczych, kompleksowych pytań (przekazanie do konsultanta)

Typy najczęstszych pytań do automatyzacji:

“jak mogę ...” 27-43%
Odzyskiwanie hasła 20-35%
“nie działa usługa” 12-25%

Ponad 72% klientów przyznaje, iż nie wróci do sklepu on-line albo strony www, która nie jest optymalna pod kątem Obsługi Klienta – to wyniki ankiety wiodącego zespołu analityków rynku w USA

4 wskazówki „jak to zrobić”:

1. Dokonaj analiz statystyk internetowych (np. Google Analytics) związanych z Top5 miejscami na stronie przzerwania transakcji

2. Sprawdź, co wpisują użytkownicy w wyszukiwarce na Twojej stronie

3. Poproś administratora Call Center o rozkład tematów zapytań telefonicznych

4. Przeprowadź profesjonalne badanie satysfakcji z analitykami zewnętrznymi

KROK 2. Automatyzuj. Proste, często występujące problemy rozwiąż natychmiast, bez obciążania konsultantów infolinii i call center.

3-5-7 złotych – trudno uwierzyć, ale nawet tyle kosztuje dziś polskie firmy obsługa pojedynczego problemu klienta, przy wykorzystaniu infolinii lub e-maila. Wielu decydentów, nie kalkulując całkowitego kosztu obsługi, nawet nie zdaje sobie sprawy z poziomu kosztów, jakie ponoszą.

Obniżenie kosztów jest możliwe dziś dzięki wykorzystaniu nowych technologii, automatyzujących dostarczanie odpowiedzi na 30% - 50% z wszystkich pytań klientów.

Rosnąca liczba nawet małych i średnich firm wykorzystuje inteligentne rozwiązania, takie jak inteligentne bazy wiedzy i FAQ, Wirtualny Asystent, czy rozpoznawanie mowy, które dostarczają odpowiedzi na powtarzające się pytania w mniej niż 1 sekundę.

Dopiero bardziej skomplikowane pytania są przekazywane do konsultantów, którzy są w stanie przeznaczyć nawet kilkanaście minut na ich skuteczne rozwiązanie.

Przykładowy koszt rozwiązania pojedynczego problemu klienta przy wykorzystaniu kanałów

Infolinia,
call center



3-10
złotych

E-mail,
formularz



2-7
złotych

Czat



0.5-2
złotych

Wirtualny Asystent,
wyszukiwanie



poniżej
0.5 zł

3 wskazówki „jak to zrobić”:

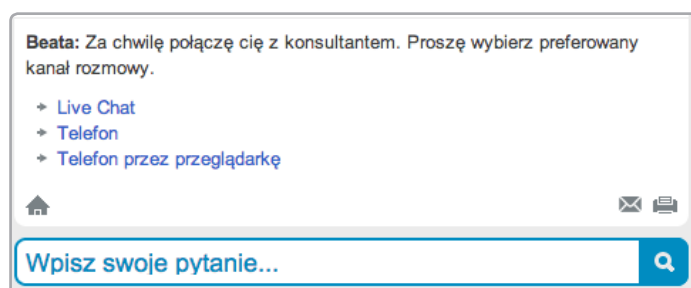
1. Sprawdź czy IVR na infolinii oraz wyszukiwarka na stronie rozwiązuje „automatycznie” top 5 – top 10 z listy problemów z jakimi zwracają się klienci firmy

2. Zweryfikuj działanie wyszukiwarki na stronie pod kątem znalezienia odpowiedzi na pytania wpisywane przez klientów

3. Przetestuj wykorzystanie inteligentnego wyszukiwania z wirtualnym doradcą

KROK 3. Daj klientowi wybrać, w jaki sposób chce rozwiązać swój problem.

Infolinia wciąż funkcjonuje dobrze, jednak coraz mniej klientów wybiera ją jako kanał komunikacji. Badania pokazują, iż co najmniej 33% klientów woli dziś czatować albo “zapytać” wyszukiwarkę, niż “wisieć” na telefonie.



Udostępnienie wielu kanałów oznacza możliwość optymalizacji finansowej – umożliwia to efektywne zarządzanie kosztami obsługi oraz czasem konsultantów. Udział technologii inteligentnych, umożliwiających automatyzację obsługi rośnie dynamicznie, ponieważ koszt rozwiązania pojedynczego problemu użytkownika jest nawet 10-krotnie niższy, niż przy obsłudze przez email czy infolinię.

Z jakich kanałów korzystają dziś klienci:

Kanały tradycyjne

- Wyszukiwarka na podstronie POMOC
- Infolinia
- eMail / formularz / system ticketowy
- Live chat
- Fora dyskusyjne

Technologie inteligentne

- Wirtualny Doradca | Wirtualny Asystent
- Wyszukiwanie głosowe
- Automatyczny czat
- Inteligentny IVR
- Współdzielenie ekranu (co-browse)
- Wideo-rozmowa

5 wskazówek „jak to zrobić”:

- | | | | | |
|--|--|---|---|---|
| 1. Zrównaj wagę połączenia telefonicznego oraz „tekstowego” – obok infolinii uruchom live chat, forum lub inteligentny formularz | 2. Dotychczasowy numer do infolinii na stronie zastąp boksem „Kontakt”, w ramach którego użytkownik może wybrać połączenie telefoniczne albo czatowe | 3. Cele jakościowe dla konsultantów powinny być identyczne (czas odpowiedzi i jakość obsługi) | 4. Doceń „młodych”, bardziej otwartych klientów i przetestuj z nimi innowacyjne technologie (co-browse, wirtualny asystent) | 5. Używaj czata i wysyłaj linki do promowanych produktów, prowadząc klienta do „koszyka” zakupowego |
|--|--|---|---|---|

O nas

InteliWISE S.A. dostarcza całościowe, efektywne rozwiązania Contact Center oraz wykwalifikowanych konsultantów. Ministerstwa, miasta / gminy i setki firm w Polsce, USA i na świecie korzystają z nowej generacji oprogramowania optymalizującego obsługę klienta: Live Chat, Wirtualny Doradca, Contact Center. Rozwiązania są w 100% wytwarzane w Polsce i zostały opatentowane w USA.

Oceny z przykładowych wdrożeń:

100%	bardzo dobrych i dobrych ocen użytkowników (Live Chat)
83%	bardzo dobrze i dobrze ocenia Wirtualnego Urzędnika
80%	ponownie skorzystałoby z Interaktywnego Centrum Pomocy (Wirtualny Urzędnik i Live Chat)

Systemy Obsługi Klienta: Infolinia | Wyszukiwanie | FAQ | Pomoc | Live Chat Web Self Service Wirtualne Contact Center | <http://www.inteliwise.pl>

- ✓ **Przeprowadź audyt swojej obsługi klienta.**
- ✓ **Zweryfikuj działanie kanałów.**
- ✓ **Przetestuj innowacyjne rozwiązania.**
- ✓ **Skontaktuj się z nami.**

info@inteliwise.com

telefon: 503 007 654

kod QR

