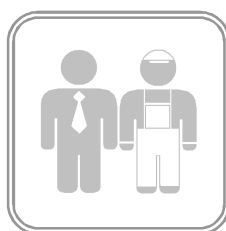




Контроль уровня качества и удовлетворенности клиентов сервиса

Коммерческое предложение от компании «СЕРВИСМЕН»



АСА Автомобильная
Сервисная
Ассоциация

МИНСК 2012



Профессиональный телефонный опрос клиентов сервиса на регулярной основе

коммерческое предложение

Телефонный опрос на системной и профессиональной основе в сочетании с мероприятиями по оперативному устранению выявленных недостатков – мощный инструмент в борьбе за клиента и его лояльность! Телефонный опрос – своего рода реклама и она служит таковой для укрепления и сохранения привязанности клиента.

Постсервисный телефонный опрос клиентов – один из ключевых процессов автосервиса, это важный инструмент управления качеством работы и лояльностью клиентов

Ваша ощутимая выгода зависит от того, насколько компетентно и последовательно Вы проводите телефонный опрос, насколько грамотно оцениваются результаты опроса и каким образом Вы используете результаты.

Как это работает?

Клиент, который ощущает, что даже после проведения расчета с его мнением считаются и который видит профессиональный подход к работе жалобами и недостатками – это клиент, которого Вы убедили! Он будет рекомендовать Вас своим знакомым. Согласно статистики недовольный клиент поставит в известность о Ваших недостатках 13 человек, а расскажет о Ваших достоинствах только пяти. У Вас есть шанс избежать антирекламы!

Кого опрашивать?

Как правило выбор клиентов осуществляется случайным образом. Для того, чтобы результатам опроса можно было доверять, средняя по размеру станция должна опрашивать от 30 до 50% своих клиентов.

Рекомендуется повторно связываться с клиентами при среднем ремонте – частично, при ремонте агрегатов – всегда. Также следует обеспечить, чтобы один клиент опрашивался один раз при первичном опросе и один раз при рассмотрении выявленных проблем и недовольств.

Когда опрашивать?

Звонить следует в рабочие дни с понедельника по пятницу с 10 до 19 часов

Как опрашивать?

Узнать мнение клиента: тщательно подготовить телефонный разговор, пользоваться специальным регламентом, добавить к стандартным вопросам дополнительные. При разговоре по телефону проявить максимум тактичности. Записывать похвалу и критику высказываемую клиентом. Полученную информацию максимально быстро передать ответственному лицу предприятия автосервиса.

Кто должен выполнять эту работу?

Есть ли у Вас время для этой работы или Вы готовы выделить средства на отдельного специалиста, которому нужно платить зарплату и которого сначала нужно научить?

Готово ли Ваше предприятие на постоянной и системной основе самостоятельно проводить опрос, дифференцировать претензии и работать с ними, создавать и анализировать отчетность по качеству?

Удобнее и экономически выгоднее передать это дело в руки профессионалов.

Специалисты колл-центра компании «СЕРВИСМЕН» квалифицированно выполнят опрос клиентов Вашего сервиса по вопросам качества обслуживания и оперативно предоставят Вам информацию о результатах опроса. Также Вы сможете прослушать аудиозаписи переговоров с Вашими клиентами.

Минимум затрат – максимум эффективности!



Почему опрос следует доверить компании «СЕРВИСМЕН»? Взвесим все за и против!

Что и как делаем	Силами автосервиса	Операторы компании «Сервисмен»
Как часто делаем тел.опрос?	От случая к случаю (нерегулярно)	Регулярно по расписанию
Кто делает опрос?	Чаще всего работник сервиса (мастер-приемщик, начальник СТО, инженер по качеству или администратор)	Профессиональный оператор колл-центра
Подготовка звонящего. Где гарантия, что с клиентом правильно и корректно поговорят?	У человека выполняющего звонки клиентам нет специальной подготовки. Некогда учиться. Нет гарантии, что разговор будет построен правильно.	Специальная подготовка, курсы телефонных переговоров, специальная подготовка в соответствии с международными стандартами постсервисных опросов. Еженедельный разбор сложных переговоров по записям. Периодическое обучение звонящих, Ведется запись разговоров.
В какое время делаются звонки клиентам?	В любое удобное для звонящего время, между дел т.к. нет отдельной штатной единицы только для этих дел	В течение каждого рабочего дня в удобное для клиентов время (в соотв. со стандартом)
О чем и как спрашивают клиентов сервиса?	Как сложится. Нет единого подхода, чаще всего нет регламента звонка	В строгом соответствии с регламентом, чтобы не испугать клиента, чтобы получить корректную и доверительную информацию. Заказчик может ознакомиться с регламентом.
Как регистрируются звонки?	«Как придется» или как приказал начальник	Звонки регистрируются в электронной базе/ журнале. Претензии дифференцируются по видам (работа с техникой, работа с людьми, сроки, объемы, стоимость, прочие) Информация о претензиях поступает заказчику не позднее 1 часа после ее регистрации
Как анализируется информация	На усмотрение звонящего или руководителя	Заказчик получает подробный отчет/ базу с результатами обзвона, отчет цифровом и графическом представлении не только о доле удовлетворенных и неудовлетворенных клиентов с дифференцированием по видам претензий, но и динамика показателей во времени (за квартал, год и др.период)
Можно ли узнать, что конкретно говорил клиент и на что жаловался?	Только со слов человека выполнявшего звонок.	Можно посмотреть журнал обзвона, а также прослушать аудиозапись нужного разговора
Сколько клиентов попадают в обзвон?	Когда как. Нет контроля за долей выборки позволяющей достичь заданной достоверности	В стандарте выполняется обзвон от 30% до 50% клиентов сервиса. Оператор выполняет обзвон 100% представленной выборки.
Какие клиенты попадают в выборку	Клиентов знаем в лицо, а потому скандальным клиентам и тем кому «накосячили» предпочитаем не звонить, чтобы «не нарваться...»	Выборка производится случайным характером. Обзвон производится по всем клиентам попавшим в выборку.
Что имеет заказчик в итоге	Необъективную выборку, мнения «удобных клиентов» попавших в обзвон, достоверность выборки под сомнением (один раз опросили 100 чел, другой 30 чел). В целом – нерегулярная информация (от случая к случаю) не дающая достоверную картину для принятия решений.	Непредвзятую оценку ситуации, оперативный отчет о всех недовольствах, с возможностью прослушивания записи. Регулярный опрос с заданной достоверностью или опрос всей предоставленной выборки клиентов. Отчет в согласованной сторонами форме в установленные сроки. Достоверную картину об уровне удовлетворенности клиентов в динамике, позволяющая принять правильное

		управленческое решение. Информация позволяющая оперативно отреагировать на жалобы и замечания клиентов и решить проблемы имеющие судебную перспективу на стадии переговоров. Заказчик получает возможность повысить уровень лояльности клиентов, увеличить доходность производства и сократить потери и издержки компании по решению конфликтов с клиентами или по причине потери клиентов.
Что делает заказчик по результатам опроса	Радуетя красивому отчету. Если отчет не красивый, то работники получают выговор или лишение премии. Недовольные клиенты попавшие в отчет потеряны за редким исключением. Специалист сервиса выполнявший обзвон делает выводы и следующий раз рисует красивый отчет.	Оперативно реагирует на недовольства клиентов, решает вопросы, разбирается с потенциально-опасными ситуациями. Увеличивает долю удовлетворенных и постоянных клиентов сервиса. Повышает доходность и имидж предприятия.
Что получает Клиент попавший в опрос	Необъективного собеседника защищающего честь мундира предприятия, на котором работает. Звонок, после которого клиент ждет решения проблемы, но часто ничего не происходит. Раздражение если звонящий формально подходит к делу, не умеет правильно и корректно разговаривать, не слышит клиента и не желает решать его проблемы.	Возможность решить проблему, если таковая существует. Участие и благодарность за мнение и информацию.
В каких условиях выполняется опрос (оснащение) ?	В рабочей обстановке с переговорами, шумом и прочими обстоятельствами отвлекающими звонящего. Оборудование – телефон.	Специальное помещение с индивидуальной кабиной, оснащенное ПК, гарнитура с микрофоном и наушниками, адаптер телефонной линии, специальное программное обеспечение позволяющее вести учет и запись звонков. Оператор работает в тишине с базой и журналом обзвона, где подробно фиксирует результаты.
Цена вопроса и как это можно решить	Зарплата отдельного обученного специалиста от 2,5 млн. рублей. При среднем кол-ве клиентов сервиса 600-700 клиентов администратор выполняет порядка 10 звонков в день и больше ему нечем заняться. Тогда эту функцию передают администратору сервиса выполняющему предварительную запись или в лучшем случае инженеру по качеству (ЗП 4- 5 млн рублей) который занимается производственным контролем, работой с жалобами и прочим. Эти специалисты не могут регулярно по стандарту заниматься телефонным опросом и при этом быть независимыми от мнения работников сервиса.	Для автосервиса обслуживающего около 700 клиентов в месяц, достоверная выборка (min 30%) составит порядка 200 клиентов, которые будут опрошены не позднее 3-5 дней после ремонта или обслуживания. Отчет о недовольствах будет предоставлен заказчику в течение 1 часа после получения информации о недовольстве. Отчет о результатах обзвона с аналитическим представлением информации заказчик получает в сроки оговоренные сторонами. Стоимость услуги колл-центра при этом составит 1200000 рублей в месяц (цена действительна на июнь-август 2012).
Какие гарантии, что информация о клиентах заказчика и о результатах опроса не попадет конкурентам или в СМИ ?	Как правило, нет гарантий, особенно в случае увольнения сотрудника выполнявшего обзвон.	Есть гарантии подтверждаемые договором о конфиденциальности заключаемые сторонами. Передача информации осуществляется в сжатом и закрытом паролем виде через персональную почту. Информация полученная операторами составляет служебную тайну компании оператора. Операторы выполняющие обзвон подписали внутреннее положение о не разглашении информации полученной в процессе работы. Работа операторов контролируется руководителем предприятия с помощью записи переговоров и видеонаблюдения.
Что еще можно сделать для	Попросить знакомых заехать и обслужиться у Вас на сервисе, а потом	Обратиться в компанию «СЕРВИСМЕН», подготовленный представитель которой

<p>проверки уровня удовлетворенности и контроля качества?</p>	<p>рассказать как все прошло или устроить «день открытых дверей» для клиентов, анкетировать клиентов или ждать замечаний и предложений. Внедрим должность инженера по качеству.</p> <p>- знакомый скорее всего плохо знает процессы сервиса и не заметит части проблем или акцентирует внимание только на тех вещах, которые понимает, - на «день открытых дверей» приедут постоянные клиенты заинтересованные в хорошем отношении к ним со стороны персонала, следовательно оценки будут скорее всего по дружески положительными или не критическими. - заполнять анкету клиенту не всегда хочется, критиковать предприятие которому отдал свой любимый автомобиль также не хочется и так проблем хватает. - 80% неудовлетворенных клиентов не пожалуются, а просто исчезнут навсегда. - инженер по качеству это хорошо, он вероятно даже сможет проверять соблюдение работниками технологии работ, культуру производства и ряд других параметров, но скорее всего он не сможет оценить процессы, квалификацию персонала, аналитические показатели эффективности производства, уровень метрологического обеспечения производства, планировочные решения по размещению оборудования, рабочих зон, стоянок, качество документооборота, соблюдение требований законодательства, а также прочие и прочие вопросы влияющие на качество организации процессов производства.</p>	<p>запишется на ремонт или обслуживание, придет в качестве клиента на Ваш сервис. После обслуживания Вы получите подробный аналитический отчет о работе бюро заказов с предложениями по необходимым изменениям. Стоимость услуги – оговаривается индивидуально с каждым заказчиком.</p> <p>Для проверки производства на уровень и качество его организации, для поиска возможностей для развития можно заказать кадровый и производственный аудит у компании «СЕРВИСМЕН». По результатам работ вы получите структурированный отчет содержащий не только поле выявленных проблем, но и рекомендации по их квалифицированному решению.</p> <p>Стоимость услуги – оговаривается индивидуально с каждым заказчиком и зависит от целей и задач аудита, а также от объемов производства и кол-ва персонала компании заказчика.</p>
---	--	--

В каких городах действует услуга? Кто может ей воспользоваться?

В настоящее время услуга предоставляется для автосервисов находящихся в Республике Беларусь. Услугой может воспользоваться автосервис любой категории выполняющий любые виды работ фиксирующий контакты своих клиентов.

Как получить дополнительную информацию или заказать услугу?

Позвонить в любое время по номеру 8 (044) 77-88-907
или отправить на E-mail: info@serviceman.by заявку в свободной форме.

Мы дарим уверенность в будущем нашим Клиентам!

С Уважением и надеждой на сотрудничество компания «СЕРВИСМЕН»

Справки и консультации по телефонам:
Тел./факс: (017) 290-20-35; +375(29) 153-34-43; +375(44) 77-88-907 (Velcom)
Компания «СЕРВИСМЕН» г. Минск, ул. Некрасова д.5, оф 201, 202
www.serviceman.by