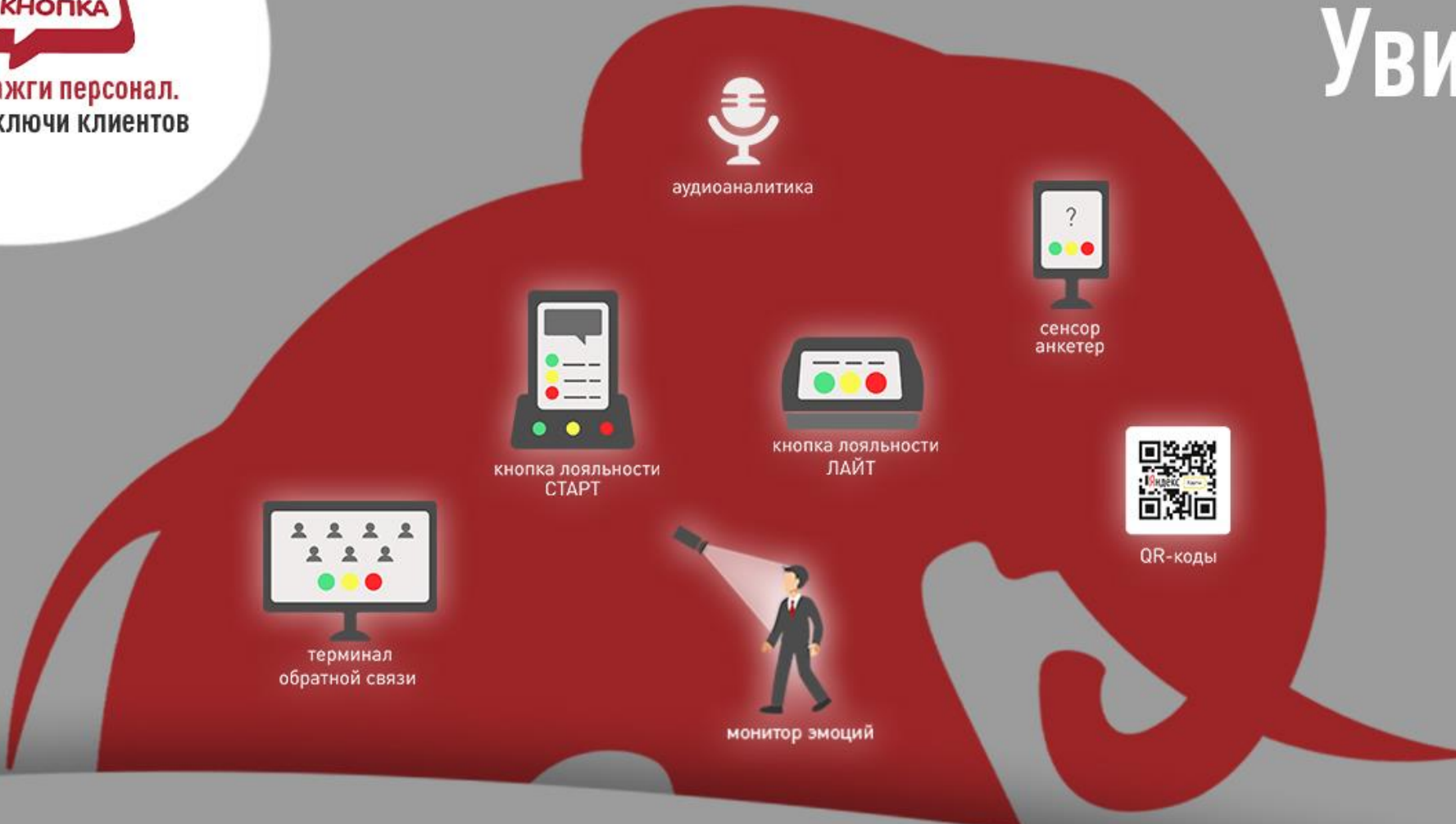




Зажги персонал.
Включи клиентов

Увидеть слона целиком



аудиоаналитика

сенсор
анкетер

кнопка лояльности
СТАРТ

кнопка лояльности
ЛАЙТ

QR-коды

терминал
обратной связи

монитор эмоций

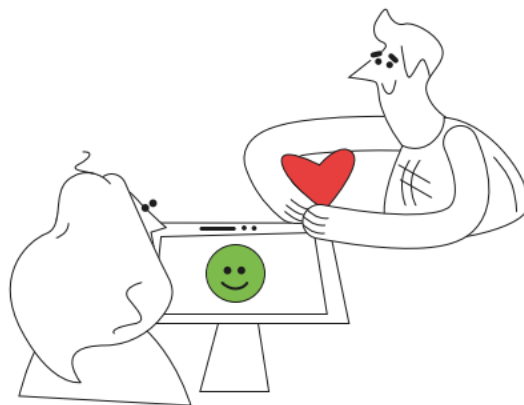


Системное управление клиентским опытом в клиентоцентричных компаниях

Три части **эффективного** управления клиентским опытом



Управление **воспринимаемым** качеством обслуживания и услуг; **см. стр. 3, 4**



Управление **качеством** процесса оказания услуг: Электронный Тайный Покупатель, Сервис с Улыбкой

3.

2.



Управление **ресурсностью** фронт персонала: Вовлеченность без Выгорания



Решения для управления воспринимаемым **качеством услуг***

 Цель	 Технология	 Решение (продукт)
I. Уменьшение доли клиентов, проявляющих открытое недовольство качеством получаемых услуг	Систематизация обратной связи, оставляемой клиентами по собственной инициативе	a. <u>Легкая Обратная Связь</u> b. <u>Сенсорный Фронт Мотиватор</u> c. <u>Объединенный Пост Качества</u>
II. Увеличение доли клиентов, получающих ожидаемое качество сервиса	Проведение репрезентативных опросов на основе Факторной модели	a. Любой продукт, поддерживающий решение <u>Кнопка Анкетёр</u> b. Любой продукт, поддерживающий решение <u>Сенсор Анкетер</u>
III. Увеличение доли эмоционально вовлеченных клиентов	Объединение рациональных оценок, получаемых с помощью опросов, с эмоциональными оценками, получаемыми распознаванием эмоций	a. Решение <u>Эмоциональный NPS</u> b. Решение <u>Двойной ТОЛК</u>

* **Качество услуг** – все элементы процесса оказания услуги, включая работу фронт персонала

Решения для управления воспринимаемым **качеством обслуживания***



Цель



Технология



Решение (продукт)

I. Уменьшение доли клиентов, проявляющих **открытое недовольство обслуживанием**

- a. Мотивация фронт персонала не совершать действий, которые могут вызывать клиентский Негатив
- b. Диагностика и устранение корневых причин клиентского Негатива

Любая модель Кнопки Лояльности в комплектации Мотиватор Персонала

Любая модель Кнопки Лояльности в комплектации Менеджер Качества

II. Увеличение доли клиентов, получающих **положительный эмоциональный опыт**

- a. Демонстрация клиентам доверия со стороны других клиентов (использование Эффекта подражания)
- b. Мотивация фронт персонала оставлять у клиентов положительный эмоциональный след

Любая модель Кнопки Лояльности в комплектации Катализатор Лояльности

Любая комплектация продукта Сервис с Улыбкой

* **Качество обслуживание** – это только работа фронт персонала

Рациональные и эмоциональные оценки клиентского опыта



Три категории показателей, используемых для управления ...

1. Цель (результат)

Целевые показатели

Рациональные оценки



Воспринимаемое качество услуг, удовлетворенность клиентов

Кнопка Лояльности

Объективные оценки



Производительность продаж

Менеджер Качества

Эмоциональные оценки



Эмоциональная вовлеченность клиентов

Монитор Эмоций

2. Организация процесса

Процессные показатели



Выполнение вербальной части Стандарт обслуживания

Электронный Тайный Покупатель

Включите

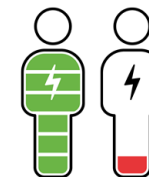


Выполнение эмоциональной части Стандарт обслуживания

Сервис с Улыбкой

3. Ресурсы

Показатели ресурсного потенциала



Психоэмоциональное состояние персонала

Вовлеченность без Выгорания



Вовлеченность персонала

Вовлеченность без Выгорания



Эффективность стандарта обслуживания

Систематизация Опыта Обслуживания и Продаж

Внедрение **системы управления** клиентским опытом

Коррекция процесса и/или вовлеченности (ресурсности) персонала



Разработка и **верификация**
Стандарта обслуживания



Организация процесса оказания услуг
по Стандарту и обеспечение
вовлеченности (ресурсности) фронт
персонала



Внедрение **реактивного**
управления клиентским
опытом **по результату**



Внедрение **проактивного**
управления клиентским опытом
по изменениям

Оптимизация Стандарта

Управление клиентским опытом по результату

I. Оценка результата



Кнопка Лояльности,
Терминал Обратной Связи
Сенсор/Кнопка Анкетёр
Монитор Эмоций

II. Оценка процесса



Электронный Тайный Покупатель
Речевая аналитика VoiceTrigger
Сервис с Улыбкой
Сенсор/Кнопка Анкетёр

III. Определение «узких мест» процесса



Клиентинг без Выгорания
Опросы PastPoll
POS Таксометр
Опросы Напрокат

IV. Устранение «узких мест» процесса



Реактивное управление клиентским опытом по результату



Проактивное управление клиентским опытом по изменениям



1. Контроль **вовлеченности** фронт персонала (автоматизированные опросы фронт персонала).
2. Контроль выполнения фронт персоналом **стандарта обслуживания** (обратная связь + речевая аналитика + мониторинг эмоций)
3. Контроль воспринимаемого **качества услуг** (обратная связь + автоматизированные опросы клиентов)
4. Контроль **эмоционального опыта** клиентов (мониторинг эмоций клиентов)
5. Контроль **эмоционального выгорания** фронт персонала (обратная связь + автоматизированные опросы персонала)



Предложение

Внедрим «под ключ» **эффективную** систему управления клиентским опытом и производительностью продаж, позволяющую **видеть слона целиком**