ПЕРЕЛОМНЫЙ МОМЕНТ В ЦИФРОВИЗАЦИИ

Как малый и средний бизнес может быстрее достигнуть успеха в обслуживании клиентов в 2021 году?

zendesk

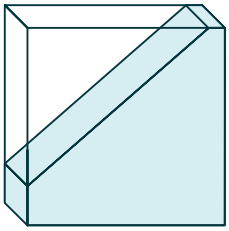
Забудьте о многолетних планах по переходу на цифровые технологии — настало время действовать!

В 2020 году компании кардинально изменили подход к ведению бизнеса, поскольку последствия пандемии в одночасье привели к изменению ожиданий клиентов и динамики рабочих мест. Будучи прежде всего цифровыми, а во многих случаях и только цифровыми, компании были вынуждены оперативно осваивать новые технологии для охвата клиентов и установления связи с разрозненными командами.

Согласно отчету Zendesk о тенденциях в области клиентского опыта за 2021 год

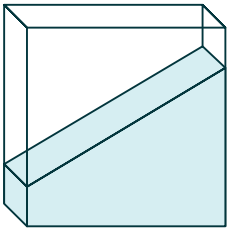
67 %

компаний малого и среднего бизнеса (предприятия с менее чем 100 сотрудниками) внедрили новые инструменты или процессы



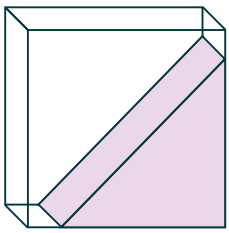
50 %

руководителей малого и среднего бизнеса заявляют, что коронавирусная инфекция COVID-19 привела к ускорению внедрения технологий



34 %

компаний малого и среднего бизнеса ожидают, что в 2021 году у них будет больше инвестиций в технологии по обслуживанию клиентов



Те, кто отдавал приоритет обслуживанию клиентов еще до пандемии, уже имеют преимущество. Организации, более продвинутые в вопросах обслуживания клиентов, имеют более чем в шесть раз больше шансов превзойти поставленные цели по удержанию клиентов. И хотя компаниям приходится работать в рамках своих возможностей, чтобы внедрить новые технологии и процессы, по мере роста ожиданий клиентов существует риск отставания от более эффективных коллег.

К счастью, многие ожидают, что в 2021 году бюджет станет более гибким.

Цифровые инструменты теперь предназначены не только для крупных корпораций. Малый бизнес сталкивается по меньшей мере с таким же давлением, как и предприятия.

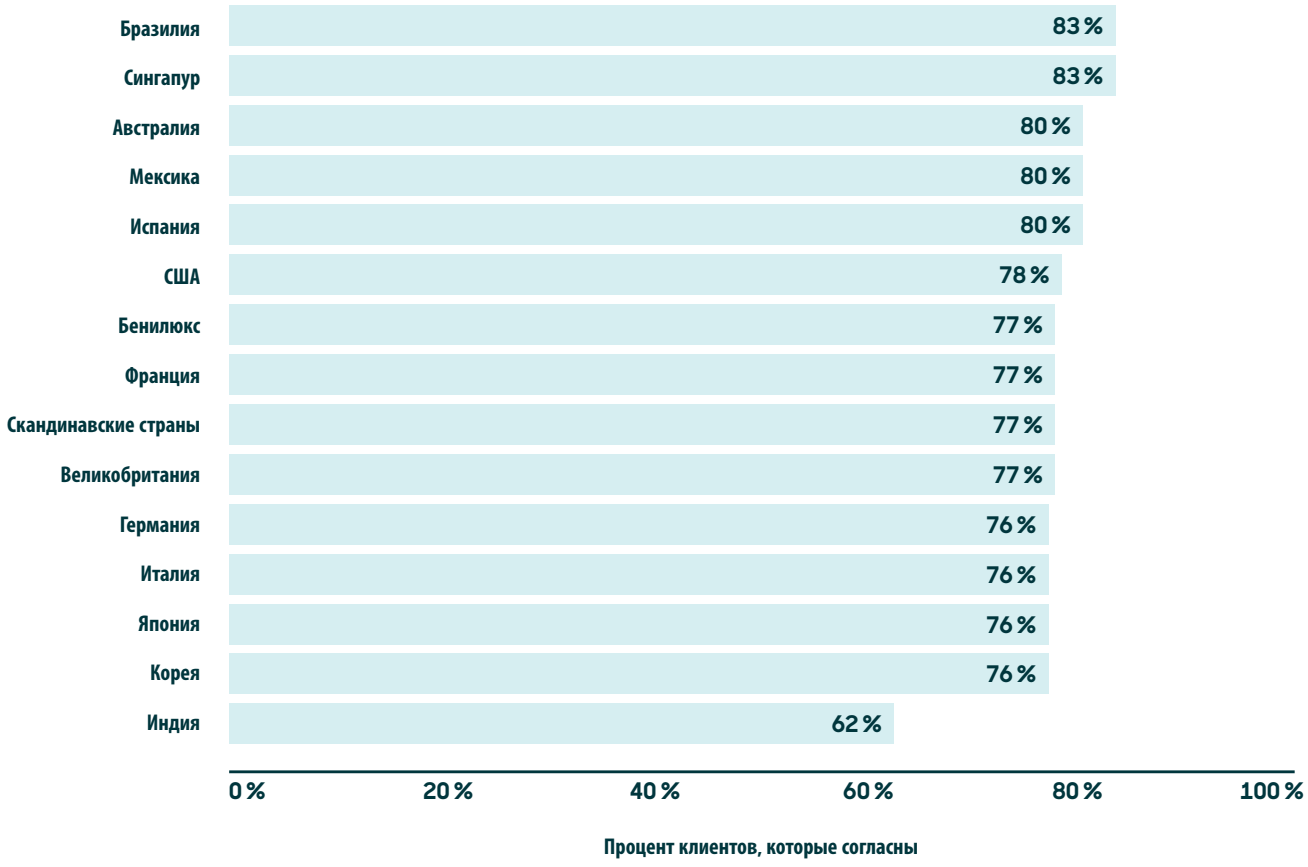
Инвестиции в клиентов окупятся, а вот расстановка приоритетов может оказаться более сложной задачей. Чтобы облегчить ее, наша команда экспертов проанализировала данные предприятий, использующих Zendesk по всему миру. Вот 8 лучших примеров передового опыта для достижения высокого качества обслуживания — пришло время действовать!

01

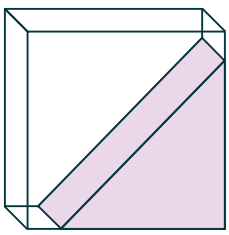
Облегчайте жизнь клиентов

ПРИОРИТЕТ #

Клиенты не стали более снисходительными, несмотря на пандемию – 80 % пойдут к конкуренту после повторившегося случая плохого обслуживания.



В 2021 году клиенты хотят без усилий получать обслуживание в Интернете на то же уровне, что и при личном общении, или выше. И компании прислушиваются к этим желаниям. Многие из них планируют внедрить новые каналы в 2021 году. Они добавляют и развивают справочные центры, чтобы клиенты могли быстро найти ответы без общения с агентом.



36 %

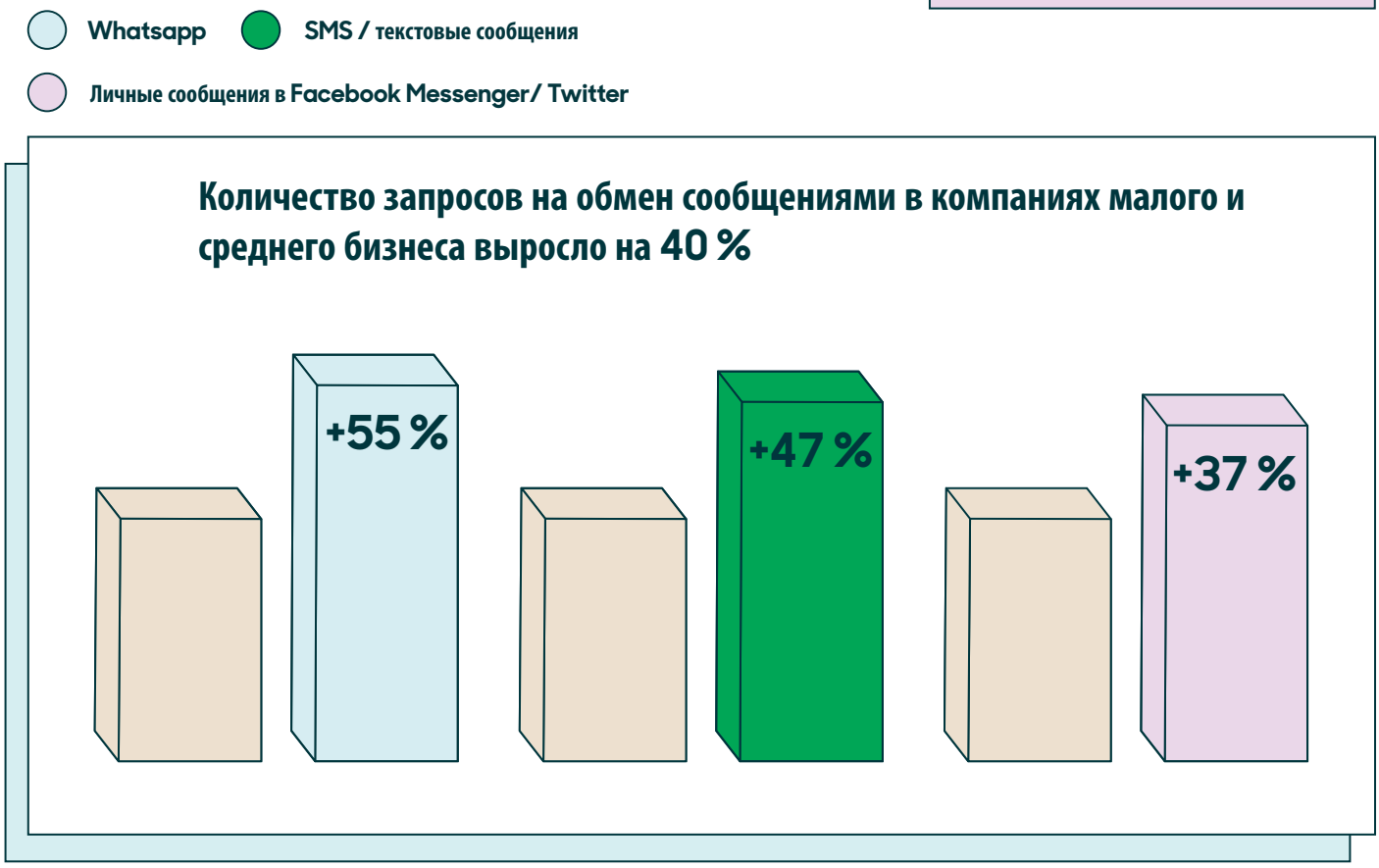
компаний планируют добавить новый канал поддержки в 2021 году

ПРИМЕР ПЕРЕДОВОГО ОПЫТА 01:

Встречайте клиентов там, где они находятся

Команды с лучшими показателями CX в 1,4 раза чаще используют обмен сообщениями

Клиенты ждут, что бренды встретятся с ними там, где они находятся, и им не нужно будет преодолевать сложный путь для получения поддержки. А находятся они на каналах обмена сообщениями, таких как Facebook Messenger и WhatsApp.



Когда поддержка предоставляется быстро, в личном формате, удобно и безопасно, клиенты могут получить ответы по тем же каналам, которые они используют для взаимодействия с друзьями и семьей. Обмен сообщениями также обеспечивает большую гибкость как для клиентов, так и для бизнеса, поскольку разговоры можно проводить в режиме реального времени или асинхронно. Другими словами, клиенты могут начать, остановиться и продолжить разговор, когда это удобно для них, не теряя истории переписки. Это означает, что клиенты могут решать свои вопросы в то время, как они заботятся о других вещах, выгуливают собаку или проводят встречу в Zoom. А агенты могут обеспечить поддержку более чем одному клиенту одновременно. А с помощью Zendesk команды могут развернуть готовые решения по обмену сообщениями — кодирование не требуется.

ПРИМЕР ПЕРЕДОВОГО ОПЫТА 02:

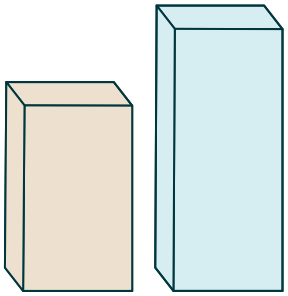
Помогите клиентам быстрее находить ответы с помощью самообслуживания

Когда клиенты хотят связаться с поддержкой, им нужны удобные варианты. Но в случае простых вопросов клиентам достаточно быстрых ответов. Именно поэтому клиенты предпочитают помогать себе сами и больше полагаются на онлайн-ресурсы компаний в современном цифровом мире.

Высокоэффективные команды в 4 раза чаще используют бота Answer Bot

40 %

увеличение числа просмотров базы знаний



Предоставление клиентам возможностей получать информацию в режиме самообслуживания также экономит время агентов без необходимости отвечать на повторяющиеся запросы. Добавление центра помощи или форума сообщества является хорошим началом, но команды могут получить еще больше ценности от самообслуживания, если объединят его с ИИ. Бот с поддержкой ИИ, как и собственный бот Zendesk, может порекомендовать статьи в центре помощи, чтобы клиенты могли самостоятельно получать поддержку на протяжении всего цикла взаимодействия с брендом, например, на вашей странице оформления заказа. Боты также всегда доступны, и клиенты получают ответы круглосуточно.

Несмотря на то, что высокоэффективные команды внедряют ИИ, большинство их коллег не делают этого. Этот разрыв дает возможность компаниям сделать ИИ лучшим партнером для агентов. При помощи API бота Zendesk они могут интегрировать программное обеспечение для обслуживания клиентов с различными чат-бот решениями, такими как Ada, чтобы агенты и боты могли удобно работать вместе.

Высокоэффективные команды на 48 % вероятнее дополнили бы свои ресурсы самообслуживания

02

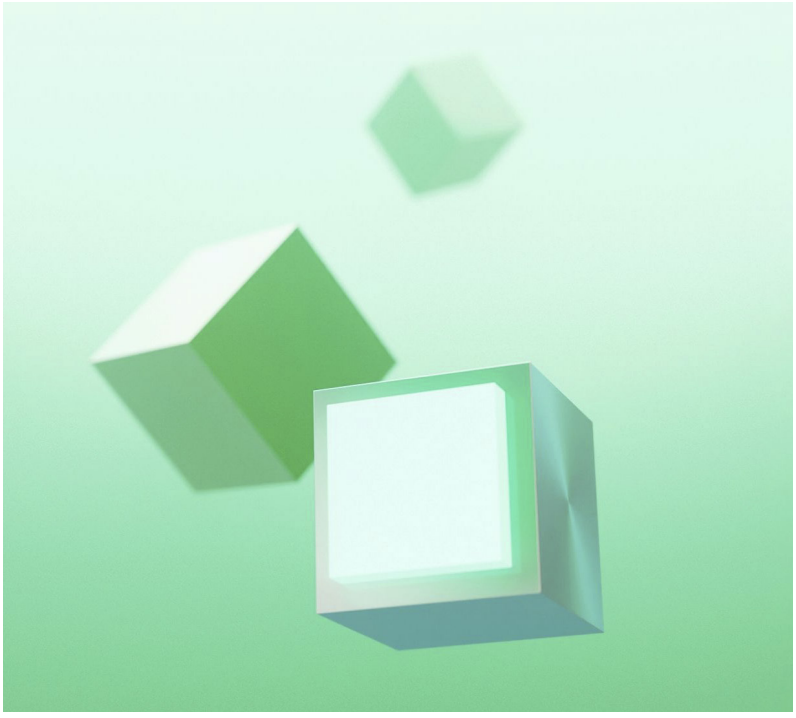
Помогайте своей команде поддержки

ПРИОРИТЕТ #

При расширении компаниями онлайн-каналов для охвата клиентов они также столкнулись с проблемой перехода на удаленную работу.

Компании учатся работать по-новому и гибко, и им следует быть предельно внимательными к удобству сотрудников (EX). Хороший CX (удобство для клиентов) и хороший EX, как арахисовое масло и желе: неразрывно связаны. Тем не менее, агенты чувствуют себя подавленными.

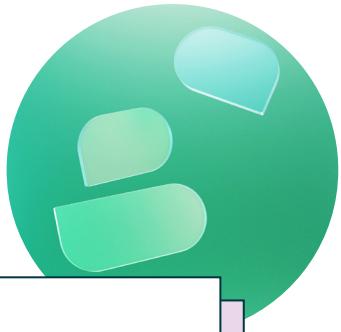
Взаимодействие с клиентами по предпочитаемым ими каналам является лишь частью обеспечения эффективной поддержки. Оснащение команд инструментами для эффективной работы — независимо от того, как клиент выходит на связь, — имеет решающее значение для хорошего обслуживания.



Только половина агентов отметили, что располагают инструментами, чтобы преуспеть в этом новом мире

ПРИМЕР ПЕРЕДОВОГО ОПЫТА ОЗ:

Используйте комплексные решения для агентов



Компании с удовлетворенными клиентами более чем в два раза чаще имеют агентов, работающих по разным каналам

Малый и средний бизнес располагает ограниченными ресурсами, и многие из этих компаний уже разрываются между каналами, по которым клиенты хотят взаимодействовать с ними. И тем не менее 59 % компаний малого и среднего бизнеса ищут новые способы привлечения клиентов, то есть агенты могут рассчитывать на управление большим числом каналов в будущем, а не меньшим. Агенты таких компаний нуждаются в едином рабочем пространстве, которое объединяет все каналы, инструменты и контекст клиента, чтобы обеспечить быструю и персонализированную поддержку в большом масштабе.

Когда 40 % клиентов используют несколько каналов для одной и той же проблемы, агентам необходимо легко переключаться между каналами, не теряя контекст клиента. Это гарантирует, что клиентам не придется повторять информацию или ждать на удержании, пока агенты ищут подробную информацию каждый раз, когда они меняют каналы.

Например, если Тара отправляет сообщение Cool Kitchen, чтобы вернуть блендер, агенты должны видеть следующие данные:

- **Обращалась ли она по поводу проблем с блендером раньше, даже если это происходило по разным каналам**
- **Ее контактную информацию, например адрес электронной почты, чтобы отправить чек**
- **Как долго она была клиентом (возможно, лояльным клиентам предоставляется право на бесплатный возврат)**
- **Данные выставления счета на оплату, доставки и заказа — Cool Kitchen может интегрировать свое решение для обслуживания клиентов со Shopify, чтобы агенты видели эти данные и могли помочь Таре вернуть блендер в рамках рабочего пространства**

ПРИМЕР ПЕРЕДОВОГО ОПЫТА 04:

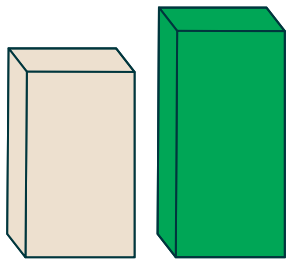
Обеспечьте агентам рабочие процессы, которые способствуют эффективности и сотрудничеству

Компании, особенно более мелкие, инвестируют в инструменты для повышения эффективности и сотрудничества между командами и отделами.

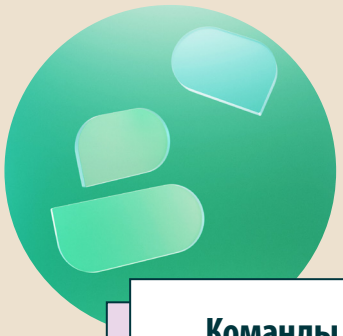
Инструменты сотрудничества должны масштабироваться в нашем постоянно активном и взаимосвязанном мире. Высокоэффективные команды используют функции рабочего процесса для того, чтобы агенты могли работать совместно, а также имели инструменты и данные, необходимые для этого. Компании могут позволить агентам общаться друг с другом в рамках тикетов. С такими инструментами, как Slack и Zoom в рабочем пространстве, а также четкими разрешениями на доступ агенты могут сотрудничать друг с другом, другими отделами и даже третьими лицами.

На 22 %

больше команд CX использовали функции совместной работы в 2020 году по сравнению с предыдущим годом



Функции рабочего процесса также позволяют агентам работать эффективно. Например, команды могут получить предварительную информацию от клиентов с помощью бота или автоматически перенаправить проблемы агентам с необходимыми навыками.



Команды с самым коротким временем на разрешение вопросов более чем в два раза вероятнее будут использовать инструменты управления рабочим процессом

ПРИМЕР ПЕРЕДОВОГО ОПЫТА 05:

Масштабируйте самообслуживание с помощью агентов

Компаниям малого и среднего бизнеса стоит взять максимум от ограниченных ресурсов. Чтобы небольшая команда агентов блестяще выполнила работу по обеспечению поддержки, вам следует снабдить их инструментами для эффективной работы при небольшом ресурсе.

Хорошее управление знаниями не только позволяет клиентам быстрее находить ответы, но и помогает агентам быстро находить важную информацию. Те же агенты являются вашим лучшим ресурсом для увеличения базы знаний и поддержания контента свежим, чтобы сделать его еще более ценным. Инструменты управления знаниями позволяют агентам создавать новые статьи при обработке тикетов, а предложения на основе ИИ автоматизируют гигиену управления знаниями.

Ведущие команды на 40 % чаще включают функции, позволяющие агентам вносить свой вклад в знания

03

ПРИОРИТЕТ #

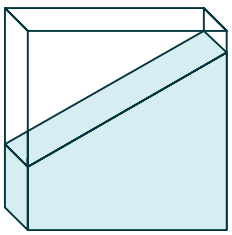
Поддерживайте синхронизацию бизнеса

Пандемия ускорила внедрение цифровых инструментов, и поддержание синхронизации бизнеса не такая уж простая задача.

Синхронизация организации означает объединение данных между людьми, инструментами и программным обеспечением. Вот почему устаревшие CRM-системы больше не работают. Сегодня для малого и среднего бизнеса требуется открытая и гибкая платформа CRM, которая соединяет точки данных многих источников с помощью готовых к использованию приложений и предварительной интеграции. Это позволяет компаниям быть гибкими, позволяя командам выходить за рамки сбора данных и вместо этого сосредоточиться на понимании и реагировании на них. И адаптивность является главным приоритетом для них в этом году.

59 %

предприятий хотят повысить адаптивность



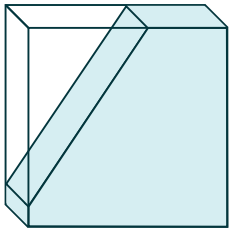
ПРИМЕР ПЕРЕДОВОГО ОПЫТА 06:

Персонализируйте обслуживание с помощью единого представления о клиентах

75 % клиентов хотят получать персонализированный опыт обслуживания. При этом менее половины агентов имеет доступ к данным для персонализации разговоров.

75 %

клиентов хотят получать персонализированный опыт обслуживания



Большинство агентов компаний всех размеров не имеют доступа к данным клиентов

К какому типу данных о клиентах вы обычно можете получить доступ в разных системах, чтобы ответить на запросы?

Отношения имеют решающее значение во время кризиса, и для предоставления персонализированного опыта с формированием доверия на стороне клиента компаниям следует управлять данными и интерпретировать их со своей стороны. Это означает создание единого представления о клиентах, которое соединяет данные клиентов, где бы они ни находились, будь то первая или третья сторона.

ПРИМЕР ПЕРЕДОВОГО ОПЫТА 07:

Расширяйте рабочее пространство своих агентов с помощью приложений и интеграций

Вам нужно, чтобы решение по обслуживанию клиентов работало синхронно со всеми инструментами и приложениями, от которых зависит команда, чтобы агенты имели под рукой необходимую информацию. С помощью приложений для подключения и воспроизведения компании малого и среднего бизнеса могут расширить свое решение CX без больших затрат на разработчиков или ИТ-команды, которые способны создавать настраиваемые интеграции. Zendesk Marketplace предоставляет компаниям доступ к более чем тысяче готовых к использованию предварительно собранных интеграций. Сюда входит инструмент управления рабочей силойTymeshift и приложения для управления проектами, такие как Asana, а также программное обеспечение для перевода, такое как как Unbabel, и настраиваемые инструменты опроса, такие как SurveyMonkey.

Когда агенты располагают исчерпывающими аналитическими данными по клиентам, они могут предвидеть их потребности и выстраивать дальнейшую персонализацию обслуживания. Например, с доступом к инструментам автоматизации маркетинга, таким как Mailchimp, агенты могут просматривать рассылки, полученные клиентами по электронной почте, и соответствующим образом адаптировать ответы. Возможность доступа к данным по всем этим инструментам из одного места также имеет большое значение для повышения эффективности. Агенты могут делать свою работу в рамках одной системы и не переключаться с одной на другую.

Высокоэффективные команды на 44 % чаще расширяют свои решения CX с помощью приложений и интеграций

ПРИМЕР ПЕРЕДОВОГО ОПЫТА 08:

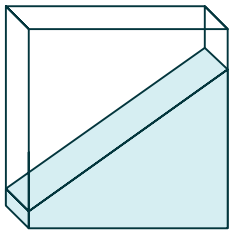
Узнайте, как улучшить работу с помощью аналитики

Высокоэффективные команды более чем в два раза чаще используют решение по аналитической отчетности

Поддержание синхронизации бизнеса также означает интеграцию аналитики со всех каналов, чтобы вы могли измерять и улучшать весь клиентский опыт — от определения областей развития для команды до понимания того, как клиенты взаимодействуют с вами. Тем не менее, 43 % руководителей не имеют нужных инструментов аналитики для измерения успеха удаленных команд.

43 %

руководителей не имеют инструментов аналитики для измерения успеха удаленных команд



Чтобы быть в ногу с быстро сменяющимися тенденциями, CX-организациям следует использовать аналитическое программное обеспечение для мгновенного доступа к информации, основываясь на которой, они могут действовать. С помощью исторической аналитики и аналитики в режиме реального времени, встроенной в решение по обслуживанию клиентов, группы поддержки могут работать с тем, что происходит в данный момент, и понять прошлые тенденции, не имея глубоких знаний в области статистики.

Какое место займете вы в переломный момент?

Облегчать жизнь клиентов, поддерживать свою команду и синхронизацию своего бизнеса — три ключевых момента для обеспечения высоких показателей CX в новой нормальности. Компании не могут выбрать только один из этих аспектов, сосредоточив внимание на одной области и отложить остальные на потом. Приоритетность всех трех моментов имеет важное значение, и по факту довольно сложно преуспеть в одном из них без инвестирования в остальные.

Zendesk Suite предоставляет полное решение по обслуживанию клиентов, которое просто в использовании и масштабируется вместе с вашим бизнесом. Узнайте больше о том, как Zendesk поможет вам двигаться в правильном направлении в переломный момент для CX.

Начать можно здесь:
подписаться на бесплатную пробную версию сегодня

zendesk