

Диалоговая поддержка без проблем вместе с Zendesk




zendesk

Содержание

01

Введение

Больше каналов — меньше проблем

02

Беседы нового поколения

Беседы

Контекст клиента

Сотрудничество

Настройка

03

Максимальный результат

Улучшение оценки качества обслуживания

Увеличение дохода

Рост эффективности

Повышение удовлетворенности агентов

04

Комплексное обслуживание с Zendesk

Объединенные беседы

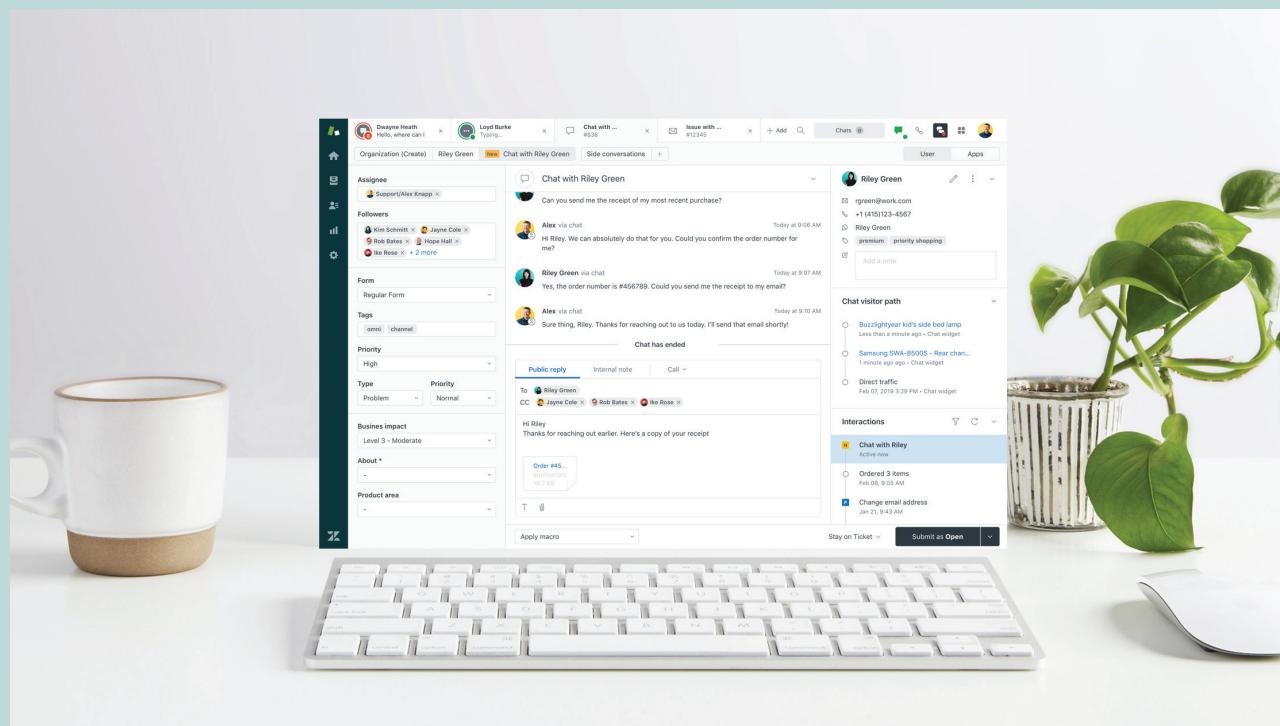
Тщательно разработанные инструменты

Полезные знания

05

Больше каналов, больше решений: контрольный список для достижения успеха

01 Введение



Многим компаниям сложно справляться с постоянно растущими ожиданиями пользователей относительно того, где, каким образом и как быстро они хотят получить поддержку. В зависимости от размера вашей службы поддержки может показаться, что проще и надежнее выбрать один канал общения и приложить все усилия к тому, чтобы оказывать высококачественную поддержку именно по нему. Все бы хорошо, однако согласно [отчету Zendesk о тенденциях в обслуживании клиентов на 2020 год](#), в котором собраны данные о 45 000 компаний из 140 стран мира, высокопроизводительные команды службы поддержки в два раза чаще выбирают омниканальный подход и начинают рассматривать каждое взаимодействие с клиентом по этим каналом как часть общей беседы.

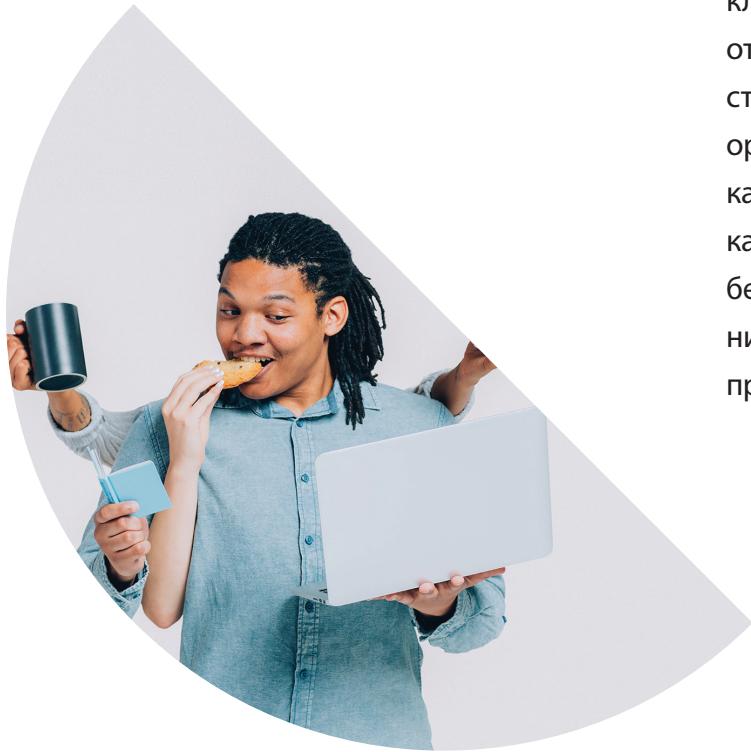
Мы больше не говорим просто об общении с клиентами по электронной почте или телефону. Иногда клиентам хочется поискать ответ самостоятельно, а еще чаще — чтобы за них это сделал чат-бот. Они все чаще хотят взаимодействовать с компаниями так, как общаются с друзьями и родственниками — отправлять короткие текстовые сообщения или переписываться на Facebook Messenger, продолжить по электронной почте, а через неделю позвонить по телефону. Независимо от канала, ваши клиенты рассчитывают получить стабильное, быстрое и персонализированное обслуживание и не согласны на меньшее. Это и есть естественные беседы.

Больше каналов — меньше проблем

Мы знаем: быть везде одновременно — непростая задача. А еще мы знаем, что обеспечение многоканальной поддержки не должно создавать новых проблем. С Zendesk беседы с клиентами проходят естественно, потому что вы можете легко переключаться между каналами и делать жизнь клиентов и работу своих агентов проще. Хорошая поддержка начинается с клиента — и с настройки вашего предложения в соответствии с его потребностями.

Это можно сделать разными способами. Клиенты часто используют те точки контакта, которые они предпочитают или лучше знают. Но то, что мы хотим или предпочитаем, — не всегда то, что нам нужно на самом деле. Использование каналов в такой же степени связано с контекстом и удобством, в какой и с предпочтениями. На самом деле клиенты часто меняют каналы просто в зависимости от того, что они сейчас делают.

Когда у нас в кармане есть телефон, подключенный к интернету, вопросы можно задавать в любое время. В зависимости от сложности вопроса, от того, насколько удобно найти помощь, и от контекста — кто ваш клиент, что он делает и как срочно ему нужен ответ — выбор нужного канала зачастую становится очевидным. Важно обеспечить органичную работу с клиентом независимо от канала. Это руководство поможет определить, как ваша компания может вести естественные беседы со своими клиентами так, что они никогда не почувствуют разницы, где бы они при этом ни находились.



02 Беседы нового поколения

Цель Zendesk — сделать так, чтобы компании могли легко вести естественные беседы со своими клиентами — беседы, которые органично перетекают из канала в канал. Мы сформулировали несколько принципов, которые помогут учитывать мнение клиентов при принятии решений относительно того, как ваша компания должна их обслуживать: Мы называем эти принципы «четыре С». Правильный ответ можно получить, если учесть все четыре фактора: беседы (conversations), контекст клиента (customer context), сотрудничество (collaboration) настройку (customization).



Беседы

Все просто: клиент доволен обслуживанием, если все протекает естественно. Клиенты не хотят и не должны прилагать много усилий, чтобы получить ответ. Поэтому естественная беседа подразумевает, что клиенты получают помощь без усилий, когда угодно и тем способом, которым они хотят.

Если посмотреть на самые распространенные типы вопросов, которые вы получаете, а также на возраст и местоположение ваших клиентов, можно сделать полезные выводы. Передовой опыт отрасли может быть связан с каким-то конкретным каналом, но если, к примеру, у вас много клиентов, которые предпочитают мобильный телефон, ваша служба поддержки также должна быть ориентирована на мобильный телефон. Потому что этого ожидают ваши клиенты.

Спросите себя: насколько легко вашим клиентам получить помощь? Могут они найти ответы самостоятельно? Могут они обратиться в службу поддержки без ноутбука или браузера? Сколько времени

уходит у клиентов и агентов на каждый этап решения проблемы? Ответы на эти вопросы могут показать разницу между разными вариантами каналов: онлайн-чат и электронная почта, электронная почта и SMS или, может быть, SMS и что-то еще.

Клиенты ждут использования различных каналов, но им не нравится обслуживание «в вакууме». Они хотят продолжать общение с компанией с того места, на котором остановились, и ценят, когда компания видит, что уже общалась с ними. А для этого требуется [единая система поддержки](#), объединяющая все взаимодействия, асинхронные и в режиме реального времени, чтобы агенты могли видеть все ключевые сведения: электронный адрес клиента, историю заказа и предыдущих взаимодействий с ним. В противном случае обслуживание не будет ни естественным, ни удобным. Естественные беседы с клиентами позволяют им получить помощь без усилий, причем персонализированно и быстро (на это ориентированы три следующих фактора).

Контекст клиента

С каждым клиентом и с каждым взаимодействием связана история. Контекст клиента — это знание этой истории до его обращения. Более того, клиенты ожидают, что в компаниях налажено внутреннее сотрудничество, и им не придется рассказывать свою историю снова и снова на каждом этапе поддержки. Лучший способ превратить полностью довольного клиента в раздраженного жалобщика — затягивать решение его проблемы, задавая вопросы, ответы на которые вы, по его мнению, должны уже знать — например, о типе его аккаунта или о том, как давно он стал вашим клиентом.

Представьте, что при каждой встрече с коллегой вам приходится представляться и напоминать, о чем вы говорили в прошлый раз. Просить клиента представиться при каждом обращении столь же неестественно, однако в службах поддержки это делают регулярно.

Чаще всего это связано с тем, что данные клиента хранятся в разрозненных местах, и команды просто не знают необходимых деталей, без которых нельзя обеспечить персональное обслуживание. А с учетом того, что [объем данных в компаниях вырос втрое](#) за последние 5 лет, клиентоориентированность в беседах только усложнилась.

Решение этой проблемы начинается с [интегрированной поддержки](#), которая предоставляет агентам информацию и историю для каждой беседы. В результате им не придется искать необходимые сведения, а клиенты могут получить более персонализированное обслуживание, что приведет к росту продуктивности агентов и оценки качества клиентами.

Сотрудничество

[Исследования показывают](#), что более 70 процентов клиентов ожидают, что сотрудники компании взаимодействуют по их вопросам. С клиентами непосредственно контактируют агенты, но им не обязательно в одиночку находить ответы на все вопросы. На деле, чтобы предложить клиенту оптимальное решение, агентам часто приходится контактировать с другими командами, не теряя контекста и не нарушая их рабочих процессов. Например, если у вас B2B-компания, которая занимается технологиями и работает с техническими проблемами, сообщениями об ошибках или проблемах в системе, вам необходимо обеспечить подключение нужной команды к решению известных проблем, чтобы они

могли выполнить нужное действие — подтвердить, утвердить или запросить дополнительную информацию.

Однако на пути эффективного сотрудничества зачастую стоят неэффективные процессы, и это усложняет жизнь ваших клиентов: [68 процентов](#) клиентов раздражает, если их звонок переводится из отдела в отдел. Чтобы легко обслуживать клиентов, оправдывать их ожидания и не подвергать агентов стрессу при росте количества тикетов, компании должны предоставить службам поддержки инструменты, которые позволяют им взаимодействовать и по-прежнему быстро реагировать на запросы. Профессиональный совет: интеграция системы поддержки с внутренними инструментами (например, Slack) — отличный способ передавать опыт между отделами.

Настройка

Выбор каналов клиентами отчасти определяется их возрастом и демографией, а отчасти — типом возникшей проблемы. Для поиска ответа на несрочный вопрос они могут выбирать электронную почту или самообслуживание, а, например, вопрос замены свадебного костюма или платья, скорее всего, будут решать по телефону или в онлайн-чате. Ключ к органичной беседе с учетом контекста каждого конкретного клиента, случая или канала — настройка среды поддержки, поэтому рабочее пространство должно быть гибким. В конце концов, если ваши агенты используют сложные рабочие процессы, то высокое качество обслуживания клиентов практически недостижимо.

Например, для оптимизации рабочего процесса можно направлять тикеты агенту, который лучше всего знает эту проблему. Или можно создать интерфейсы по тикетам для каждого агента в зависимости от типа поддержки, на котором они специализируются.

Приложения и интеграции — еще один способ настройки рабочего места агента. Они упрощают поиск необходимой информации для каждой конкретной беседы. Например, если розничный продавец управляет своими онлайн-заказами через Shopify, он может интегрировать эту информацию и получить более подробные сведения о покупках клиента, например о статусе заказа. Кроме того, результаты сравнительного анализа показывают, что компании, демонстрирующие лучшие результаты, в среднем используют на [50 процентов](#) больше приложений и интеграций. Это одна из причин, почему четыре из пяти менеджеров в следующем году планируют внедрить в свою среду поддержки дополнительные приложения и интеграции.

Как бы вы ни решили настроить свою среду поддержки, этот фактор подразумевает снижение нагрузки на агентов, повышение производительности и возможность работать с клиентами как с людьми, а не как с тикетами.

03 Максимальный результат



Выбирая точку контакта, которая будет основной в ваших беседах с клиентами, учитывайте проблемы, которые вы пытаетесь решить и то, как замена или внедрение дополнительного канала могут решить операционные проблемы. Например, следующие индикаторы могут свидетельствовать об отсутствии нужных точек контакта:

- низкая оценка качества клиентами и агентами;

- долгое время ответа агентом и много невыполненных тикетов;
- слишком много затянувшихся бесед;
- повторные ответы на одни и те же вопросы;
- отсутствие доказательств тому, что вы не являетесь местом возникновения затрат, а ваши агенты ведут продуктивные беседы с клиентами.

Улучшение оценки качества обслуживания

Чтобы оценка качества обслуживания росла, проблемы клиентов должны решаться легко и удобно. Поэтому каналы, требующие минимальных усилий со стороны клиентов, такие как онлайн-чат и мессенджеры, обычно ведут к росту оценки качества.

Вложение в самообслуживание тоже представляется весьма перспективным в плане удовлетворенности клиентов. [По результатам сравнительного анализа Zendesk](#), компании, демонстрирующие лучшие результаты, на 76 процентов чаще предлагают самообслуживание и на 60 процентов чаще имеют активное сообщество. Продуманная возможность самообслуживания позволит вашим клиентам решать проблемы самостоятельно в режиме реального времени.

Контекст влияет и на оценку качества клиентами. Если клиенты активно пользуются мобильным телефоном или у вас есть приложение, поддержка должна предоставляться в приложении. Вы также можете добавить каналы

поддержки через SMS или в мессенджерах. Данные сравнительного исследования показывают, что мессенджеры сторонних разработчиков имеют оценку CSAT 98 % — самую высокую среди всех каналов.

Однако не следует сбрасывать со счетов поддержку по телефону и электронной почте. Голосовая поддержка — это важный канал для эскалации, независимо от того, где начался разговор, а также по-прежнему лучший способ решения срочных или важных проблем, когда требуется участие человека. Электронная почта остается ведущим каналом для очень сложных вопросов, когда нужно выполнять пошаговые инструкции или наглядно демонстрировать что-то. Она также дает высокую оценку качества, особенно в сочетании с такими инструментами, как [прогнозная аналитика оценки качества](#), в которых используется искусственный интеллект. Он помогает определить, какие контакты могут дать низкую оценку, чтобы можно было принять профилактические меры и улучшить опыт клиента.

Каналы, помогающие повысить оценку качества

- Чат
- Самообслуживание
- SMS
- Мессенджеры
- Голосовые каналы
- Встроенная поддержка



FOSSIL

«Мы хотим открыть нашим клиентам как можно больше каналов. Zendesk предлагает систему, в которой клиент может работать с нами любым удобным для него способом, так что мы можем помочь ему в любой момент.»

Берни Гесснер, вице-президент по глобальным операциям с клиентами и розничной торговле, Fossil

■ ■ ■ Увеличение дохода

Убедить руководство инвестировать в совершенствование службы поддержки клиентов сложно, если эта служба считается «просто местом возникновения затрат». Вы знаете, что ваши агенты отлично обслуживают клиентов и влияют на будущее бизнеса, привлекая новых клиентов и удерживая старых, но их вклад трудно подсчитать.

Хорошая новость заключается в том, что проактивная поддержка является одним из способов явно продемонстрировать участие вашей команды в росте дохода. [Данные](#) указывают на то, что клиенты в три раза охотнее совершают покупку, если вы проактивно связаетесь с ними в чате. Внедрив чат в страницу оформления заказа или даже в страницу ошибки 404, агенты получают возможность привлечь клиента, прежде чем тот покинет свою корзину или ваш сайт. Везде, где от вашей компании уходят клиенты, пригодится встроенный виджет онлайн-чата.

Любой канал, предлагающий общение с агентом в режиме реального времени и использующий инструменты для отслеживания результатов взаимодействия, позволяет использовать возможности и повлиять на решение о покупке. Текстовые SMS-сообщения представляют собой еще один удобный способ напоминания, а голосовые каналы, конечно же, всегда помогают в убеждениях (например, «Вам нужна помощь, чтобы завершить покупку? Позвоните нам!»).

Каналы, влияющие на доход

- Чат
- SMS
- Голосовые каналы



«Мы хотим быть везде, где клиент может обратиться к нам, и хотим иметь репутацию компании, которая отвечает мгновенно, независимо от дня недели и времени суток. С Zendesk мы можем этого добиться.»

Дилан Хенри, директор по обслуживанию клиентов, Handy

Рост эффективности

Зачастую повышение эффективности при сокращении операционных расходов лучше всего достигается по тем каналам, которые позволяют клиентам решать свои проблемы самостоятельно или агентам — работать с несколькими клиентами одновременно. Поэтому онлайн-чат, мессенджеры и социальные сети оказываются отличными вариантами для быстрых ответов.

А с нужными инструментами можно сделать столь же эффективной и поддержку по электронной почте. Макросы, или заранее записанные ответы, помогают сэкономить время. Сортировка тикетов по видам помогает агентам перемещаться по очереди, не теряя фокуса. Кроме того, вы можете настроить бизнес-правила для автоматического перенаправления тикетов

и обеспечить соблюдение соглашений об уровне обслуживания. Все продукты Zendesk для электронной почты, голосовых каналов, чата и самообслуживания предлагают функции, позволяющие видеть дополнительный контекст, так что агенты знают, куда клиент уже обращался за помощью и не начинают беседу с выяснения уже известных фактов.

Каналы, способствующие росту эффективности

- Чат
- Самообслуживание
- Электронная почта
- Мессенджеры
- SMS
- Социальные сети



coursera

«Полезность всех продуктов Zendesk, от Chat до Guide и API тикетов поддержки, просто невозможно переоценить.»

Майк Робишио, менеджер по вспомогательным продуктам, Coursera

Повышение удовлетворенности агентов

Боты отлично подходят для рутинной монотонной работы, которая выполняется регулярно и механически. Поддержка клиентов — работа не простая, и агенты очень ценят автоматизацию задач, отнимающих у них много времени и сил и не позволяющих заниматься более сложными и интересными вопросами. Выделив время на создание и ведение базы знаний и организовав самообслуживание, вы можете значительно сократить количество тикетов и освободить агентам время на решение более интересных и важных задач.

При этом стоит учесть, что, если контакт приходит не через форму тикета, с электронной почтой у агентов может быть больше работы. Формы тикетов помогают собирать информацию и позволяют создавать триггеры для автоматического перенаправления

тиcketов. Что касается оценки работы агентами, чат оказывается эффективным и дает хорошие оценки со стороны клиентов, но, как и поддержка по телефону, может эмоционально утомлять агентов. Им приходится быть «включенным», активно взаимодействовать с клиентами, которые порой бывают злыми и невежливыми. По этой причине при выборе каналов следует учитывать график работы команды на них.

Каналы, повышающие удовлетворенность агентов

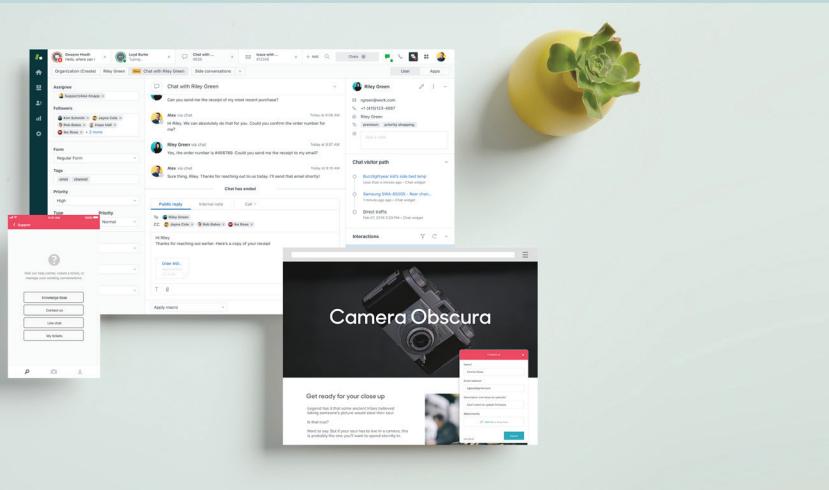
- Электронная почта
- Самообслуживание
- Чат
- Голосовые каналы



«Продукты Zendesk позволили нам обеспечить более качественное обслуживание всех клиентов. Гибкость при реализации новых функций и рабочих процессов — ключевой элемент нашего успеха.»

Дэн Росс, руководитель службы поддержки, Lightspeed

04 Комплексное обслуживание с Zendesk



С появлением новых и развивающихся каналов поддержки, таких как мессенджеры в социальных сетях и SMS, управлять взаимодействиями через разные точки контакта стало сложнее, чем когда-либо. Более того, клиенты ожидают доступности по этим каналам, а в дополнение к этому — персонализированной и быстрой реакции. Чтобы соответствовать ожиданиям клиентов, компании наращивают обслуживание, охватывающее различные каналы коммуникации и данные, так что каждое взаимодействие становится частью одной длинной беседы в истории клиента.

И здесь на сцену выходит [Zendesk Support Suite](#). Это практически секретный рецепт комплексного обслуживания. Он объединяет все беседы службы поддержки и решает проблемы реализации и поддержки каналов, по которым ваши клиенты хотят эти беседы вести. В результате коммуникация становится прозрачной, персонализированной и эффективной, а значит, агенты работают более продуктивно, и клиенты остаются довольными.

Поскольку все основные каналы — каковы бы они ни были для ваших клиентов — объединены, все агенты видят информацию о создавшем тикет клиенте и всю историю поддержки. Клиентам не приходится повторять одно и то же, когда они обращаются к вам или меняют канал связи. А для подключения и отключения каналов потребуется лишь пара щелчков мыши, так что вы легко и гибко сможете адаптироваться и расти вместе со своей клиентской базой.



«Zendesk Support Suite помог моей команде объединить все каналы поддержки, и теперь мы обеспечиваем быструю и адекватную поддержку по всем этим каналам.»

Джонатан Болтон, исполнительный директор по производству, BombBomb

Объединенные беседы

Как мы уже обсуждали ранее, компании начинают рассматривать каждое взаимодействие с клиентом как часть единой продолжительной беседы. И каждая такая беседа ведется по нескольким разным каналам.

Мы поддерживаем единые беседы нового уровня по перечисленным далее каналам.

Онлайн-чат

Иногда клиентам нужно получить помощь быстро, а не в течение 24 часов (как по электронной почте) или недели (как по обычной почте). И [половина клиентов](#) выбирает канал в зависимости от того, как быстро им нужен ответ. Онлайн-чат позволяет привлечь клиентов в режиме реального времени, в контексте и там, где они находятся — например, они могут посмотреть платье в вашем приложении или отправить запрос демоверсии с вашего веб-сайта.

По мере развития ИИ некоторые компании начали применять чат-ботов для быстрого ответа на повторяющиеся, часто задаваемые вопросы, что повысило

продуктивность агентов. При этом 54 процента потребителей [в одном опросе](#) подтвердили, что они всегда предпочтут чат-бота агенту, если это сэкономит им 10 минут.

Другие компании используют онлайн-чат, чтобы привлекать клиентов до возникновения проблем. Это может быть проактивное привлечение при оформлении заказа, чтобы клиент не оставил товар в корзине, или заполнение формы.

Более того, онлайн-чат поддерживает аналитику в режиме реального времени, которая, если ею правильно распорядиться, поможет собрать полезные данные об оценке качества клиентами и работе агентов.

[Zendesk Chat](#) позволяет управлять всеми беседами в чате с одной панели, независимо от того, что используют ваши клиенты: ноутбук, мобильный телефон или ваше приложение.



foodpanda

«В онлайн-чате агенты могут работать с несколькими чатами одновременно. В результате время ожидания сокращается, и клиенты остаются довольными.»

Хорхе Вернетта, менеджер по международной деятельности, Foodpanda

Мессенджеры в социальных сетях

В отличие от онлайн-чата, мессенджеры работают асинхронно и не используют сеансы. Это повышает доступность вашей компании, потому что клиенты могут обратиться к агентам не только в заявленные часы работы.

Более того, общение с клиентами в социальных сетях — например, в WhatsApp или Facebook Messenger — становится более персональным, интуитивным и удобным в контексте их жизни. [Половина клиентов](#) нравится обращаться в службы поддержки по тем же каналам, по которым они общаются с друзьями и родственниками.

Использование мессенджеров в социальных сетях в качестве точек контакта также обязательно для привлечения нового поколения клиентов. Сейчас [17 процентов](#) людей в возрасте от 18 до 24 лет уже решают свои проблемы с компаниями через приложения для социальных сетей, и это количество будет только расти.

[Дополнение](#)
[Zendesk Social](#)
[Messaging](#) позволяет легко общаться с клиентами в их любимых мессенджерах, включая WhatsApp, WeChat, LINE, Facebook Messenger и личные сообщения Twitter, и переносит эти беседы в единое рабочее пространство ваших агентов.



«Включив WhatsApp в число каналов поддержки, мы в StashAway быстро увидели, что трафик из более традиционных каналов, например электронной почты, переместился в WhatsApp. Мы сразу поняли, что наши клиенты предпочитают общаться в WhatsApp, и использовали это для их более тесного вовлечения. API WhatsApp Business помог нам сохранить гибкость и продолжить внедрение технологических инноваций.»

Микеле Феррарио, генеральный директор, StashAway



Голосовая связь и SMS

Даже в век чат-ботов и приложений для социальных сетей разговор по телефону позволяет быстро и эффективно решать проблемы. Для более сложных случаев (например, помочь в случае банковских злоупотреблений или размещение заказа для десяти разных людей) клиентам часто бывает нужно услышать голос агента. [40 процентов](#) клиентов выбирают канал в зависимости от сложности их вопроса. А для кого-то телефон остается предпочтительным каналом взаимодействия с компанией просто в силу привычки. Это объясняет популярность поддержки по телефону среди представителей поколения бэби-бумеров и поколения X.

Если же клиенты с мобильными телефонами хотят обойтись без предисловий, они выбирают текстовые сообщения, особенно если не могут быстро подключиться к чату или открыть браузер. Согласно [результатам сравнительного анализа](#), количество компаний, предлагающих поддержку через SMS и текстовые сообщения, в следующем году вырастет на 43 процента.

Zendesk Talk

позволяет агентам легко и эффективно оказывать поддержку клиентам по телефону и в текстовых сообщениях — из той же панели, из которой они управляют всеми остальными каналами.



TAYLOR STITCH

«Zendesk Talk позволяет нам создать для клиентов очень благоприятную обстановку по мере роста бизнеса. У наших агентов есть все необходимое — история работы с клиентами, данные заказов и предыдущие тикеты: все в одной панели для быстрой персональной поддержки.»

Мина Айкен, директор по обслуживанию клиентов, Taylor Stitch

Самообслуживание и база знаний

В наше время всем приходится напряженно работать. И клиентам вовсе не обязательно разговаривать с вами, если они могут легко найти ответ самостоятельно. Без обид — они просто идут по пути наименьшего сопротивления. Самообслуживание в поддержке стало необходимостью, и именно оно позволяет определить, насколько эффективно вы сможете [сдерживать расходы](#) по мере роста бизнеса.

Помимо снижения расходов на поддержку, хорошее самообслуживание может повысить оценку качества клиентами за счет управления знаниями. Кроме того, оно повышает степень заинтересованности агентов, поскольку им не приходится отвечать на одни и те же вопросы,

и помогает наращивать сообщество, углубляя связи между вашей компанией и вашими клиентами.

С учетом всего вышесказанного, [91 процент](#) клиентов рассматривает самообслуживание в качестве возможного варианта, только если этой системой легко пользоваться и она настроена в соответствии с их потребностями. И в этом вам поможет интеллектуальная база знаний.

С Zendesk Guide

ваши клиенты смогут решать свои проблемы самостоятельно. Вы получаете настраиваемый центр поддержки, к которому агенты могут обращаться непосредственно из своего рабочего интерфейса, а благодаря контекстной статистике они не отправят клиенту статью, которую он уже читал, и смогут измерять эффективность контента.



«Мы не пожалели времени и средств на базу знаний, и в результате количество запросов значительно сократилось. Я думаю, наши партнеры получают идеальное обслуживание — им не приходится начинать с заполнения тикета.»

Майк Картрайт, директор по решениям для партнеров, Expedia® Affiliate Network

Встроенная поддержка

Ожидания клиентов достигли максимума: они рассчитывают, что помощь поступит сразу же. Зачастую для этого приходится встраивать поддержку в свой веб-сайт или приложение.

В результате клиенты могут оставаться там, где сейчас находятся, им не придется никуда переходить. А за счет прозрачной поддержки на разных устройствах и в разных операционных системах вы можете более успешно поддерживать целостность бренда.

Наш Web Widget предоставляет клиентам доступ к базе знаний, позволяет начать онлайн-чат, отправить в службу поддержки сообщение, позвонить или просто отправить вам электронное письмо прямо из интерфейса, в котором они находятся. А по данным сравнительного анализа, компании, показавшие наилучшие результаты, на 32% чаще используют Web Widget.



«Нам очень нравится Web Widget. Пользователям не нужно искать информацию — она сама находит их.»

Том Сол, начальник отдела маркетинга, Flare Apps

Унифицированное рабочее место агента

Чтобы объединить все беседы по всем каналам, агентам необходимо интегрированное рабочее пространство, в котором им будет легко естественным образом реагировать на запросы клиентов. Например, агенту нужно отправить электронное письмо с подробными пошаговыми инструкциями по результатам разговора в чате.

В рабочем пространстве в Support Suite агенты могут отвечать клиентам по разным каналам, включая чат, электронную почту, голосовые каналы и мессенджеры, через единый интерфейс. Они легко могут продолжить беседу в наиболее подходящем канале, обеспечивая клиентам удобство и персонализацию.

Тщательно разработанные инструменты

Чтобы вести естественные беседы с клиентами по ряду каналов, необходимы тщательно разработанные бизнес-инструменты, которые предоставляют все возможности и при этом просты в использовании. Вот некоторые инструменты из нашего набора.

Контекст клиента

В эпоху омниканальности интегрированное обслуживание клиентов осложняется. Но клиентам нет дела до ваших сложностей. Если им придется повторять одно и то же трижды по трем разным каналам, вряд ли они останутся довольны вашей компанией.

Контекст дает агентам необходимую информацию, с помощью которой они могут дать быстрый и более персональный ответ, не прося клиента заново представиться после каждого нового обращения.

Мы предоставляем агентам карточки основных сведений, где собрана полезная информация о клиенте, с которым они общаются, и история взаимодействий с этим клиентом.

Аналитика и отчеты

Чтобы вести беседы там, где находится клиент, службам поддержки нужны аналитические инструменты, которые могут эффективно отслеживать эти взаимодействия и управлять ими. Иначе они просто останутся в неведении.

Данные о беседах позволяют узнать многое: как обновление продукта влияет на количество обращений в службу поддержки, с какими частями вашего продукта или услуги связана большая часть обращений и насколько на самом деле эффективны ваши усилия в области поддержки клиентов. Если правильно использовать аналитические данные, вы можете повысить показатель отклика и лояльность клиентов, а также предупредить будущие проблемы.

[Zendesk Explore](#) объединяет данные из всех каналов и позволяет количественно измерить взаимодействие клиентов с брендом, не теряя основной нити. Кроме того, аналитическими данными можно поделиться с другими командами, которые тоже найдут там полезную информацию.

Бизнес-правила и перенаправление

По мере роста вашей клиентской базы, скорее всего, будет расти и количество бесед. И каждый клиент, который начинает беседу с вами, ждет уникального ответа: один может быть связан со стоимостью доставки, другой с возвратом продукции, а третий и вовсе может быть на другом языке. Ваши агенты не могут обладать знаниями во всех областях и, конечно же, не могут говорить на всех языках.

Бизнес-правила и перенаправление помогают оптимизировать потоки тикетов и повысить продуктивность команды, чтобы служба поддержки могла способствовать росту бизнеса. Например, с помощью [перенаправления к экспертам](#) вы можете передать беседу агенту с необходимым опытом, будь то опыт в языке, регионе, канале или продукте. Так агенты будут работать только с теми тикетами, которые могут эффективно выполнить. А благодаря триггерам рабочих процессов и правилам автоматизации можно минимизировать количество выполняемых вручную повторяющихся задач. Вы можете использовать готовые бизнес-правила и перенаправление или настроить их по необходимости.

Расширенная поддержка

Воспользуйтесь нашим [магазином приложений](#) и интегрируйте систему с сотнями других инструментов, например для управления персоналом и повышения производительности агентов. А наша открытая и гибкая CRM-платформа [Sunshine](#) позволит подключить данные из внешних источников и анализировать их.



Полезные знания

Знание — сила. Вот как дополнительные знания могут усилить ваши беседы.

Агенты с суперсилой

Оценка качества обслуживания во многом зависит от скорости ответов в беседе. Если агенты могут оперативно находить ответы в своем стандартном интерфейсе, они работают быстрее и клиентам приходится меньше ждать. Например, благодаря заданным макросам и рекомендациям статей, которые отображаются в тикете, агенты могут практически мгновенно отвечать на распространенные вопросы.

Повышение полезности информации

Управлять растущей базой знаний нелегко. А контент, связанный с поддержкой, со временем теряет свою актуальность. Его нужно регулярно проверять и обновлять. Поэтому привлечение команды к обновлению материалов в базе знаний обязательно принесет свои плоды. Например, [Zendesk Guide](#) позволяет агентам оставлять отзывы о знаниях, обеспечивать утверждение контента до публикации и планировать проверки таким образом, чтобы в написании и обновлении статьи участвовали подходящие люди. Так ваша база знаний будет становиться все полезнее и полезнее.

Решения на базе ИИ

Согласно [недавнему исследованию Zendesk](#), успех тесно связан с использованием ИИ и самообслуживания. ИИ отлично справляется с рутинной работой, а агенты в освободившееся время могут заниматься более сложными проектами и решать более серьезные проблемы. Например, вы можете внедрить чат-бота, который будет автоматически предлагать клиентам подходящие статьи, чтобы они самостоятельно нашли ответы на несложные вопросы.

ИИ также может находить пробелы в базе знаний и [предлагать написать новые статьи или обновить старые](#). Например, если все больше клиентов начинают задавать вопросы об обновлении программного обеспечения, машины могут отметить эту тенденцию и предложить темы статей, которые смогут дать клиентам ответы на их вопросы.



05 Больше каналов, больше решений: контрольный список для достижения успеха



Разумеется, волшебной формулы идеальной поддержки по новым (например, WhatsApp) и традиционным (например, телефон) каналам не существует. Ваш успех зависит от того, как вы сможете вести с клиентами естественные беседы, независимо от того, где они находятся и каким устройством пользуются, а также от самого их вопроса.

Но для этого необходимо направлять клиентов в оптимальный для их запроса канал в соответствии с вашими ресурсами. Например, вы вряд ли захотите указывать телефон в качестве предпочтаемого способа обращения в вашу компанию, если агенты работают только с 9:00 до 17:00. Стратегический подход к выбору канала поддержки не просто облегчает задачу для клиента, но также оптимизирует работу службы поддержки в компании и позволяет вам комплектовать штат соответственно.

Контрольный список

Используйте этот контрольный список, чтобы задать себе вопросы, ответы на которые помогут ориентироваться на клиентов в процессе принятия решений.

Удобство

- Как клиенты могут обратиться в поддержку с вашего сайта в данный момент?
- Где бы вы хотели предоставить им возможность обращаться в поддержку в будущем?
- Есть ли у клиентов возможность самообслуживания?
- Есть ли у них возможность обратиться к агенту, чтобы быстро получить помощь?
- Позволяет ли ваше текущее решение распознавать клиента и его историю обращения в поддержку, если он обратится к вам по двум разным каналам?

Сложность

- Какая часть тикетов требует устранения неполадок и продолжительного взаимодействия с агентами?
- Какая часть этих тикетов срочная?
- Есть ли вопросы, которые можно решить автоматически или с помощью самообслуживания?

Контекст

- Кто ваши основные клиенты: сколько им лет и где они живут?
- Как это влияет на предлагаемые вами каналы?
- Запросы и вопросы какого типа их интересуют чаще всего?
- Есть ли вопросы, которые можно решить автоматически или с помощью самообслуживания?
- Есть ли у них возможность быстро получить помощь от агента?
- Могут ли клиенты обратиться в поддержку из вашего приложения?

Стоимость

- Предлагаете ли вы клиентам самые простые и эффективные с их точки зрения каналы?
- Может ли открытие более дорогого канала снизить объем тикетов по другим каналам?
- Может ли более дорогой канал повысить оценку качества обслуживания?
- Сможете ли вы возместить расходы на новый канал за счет внедрения или расширения возможностей самообслуживания, а также автоматизации ответов на простые вопросы?

Правильным набором каналов для ваших клиентов и компании будет тот, при котором ваша работа станет проще, а не сложнее. Вы сможете оперативно вести персональные и более естественные беседы со своими клиентами, направляя их в соответствующий проблеме канал.

С [Zendesk Support Suite](#) вы сможете вести естественные беседы со своими клиентами, где бы они ни находились. Все каналы объединены, поэтому беседы ведутся прозрачно, агенты работают более продуктивно, а вы можете собирать полезную информацию о клиентах и распространять ее в пределах компании. Если вы начнете с определения того, как вести со своими клиентами естественные беседы и не демонстрировать им сложности вашего бизнеса, клиенты смогут легко решать свои вопросы, а вы — отлично обслуживать их по всем каналам.

**Чтобы получить
дополнительную информацию
о *Support Suite*, [свяжитесь
с нами.](#)**

