

Курс «Эффективная работа с жалобами»

Для многих компаний жалобы и претензии клиентов по-прежнему остаются только лишь неприятным фактором. Руководителей и сотрудников подразделений наказывают, если по их вине в компанию поступила жалоба. И в ответ, менеджмент и сотрудники стараются принять «как можно меньше жалоб», вводя различные способы «улаживания дел» с недовольным клиентом. Такой опыт, к сожалению, не позволяет использовать жалобы клиентов для повышения их лояльности, хотя это выполнимая и необходимая для бизнеса задача.

В ходе курса мы формируем целенаправленную и клиентоориентированную стратегию работы с жалобами, основанную на следующих принципах:

1. Жалобы для любой компании – это нормально, их не нужно «маскировать» или «не принимать». Их нужно использовать для более глубокого понимания недовольства клиентов.
2. Жалобы раскрывают потребности клиентов, которые не смогла реализовать компания, а, следовательно, для того, чтобы делать продукты и услуги отвечающими потребностям – их (потребности) нужно изучать
3. Многие клиенты не жалуются, а просто уходят из компании или перестают ее рекомендовать из-за тех же не реализованных потребностей, поэтому анализируя и устраняя причины возникновения жалоб компания может сократить отток клиентов и повысить их лояльность

Только приняв эти принципы можно выстроить четкие и правильные процедуры по работе с жалобами от стимулирования клиентов и приема жалоб, до системы KPI по жалобам и претензиям.

Полученные на курсе знания и инструменты помогут разработать бизнес-процессы, направленные на удержание и увеличение лояльности недовольных клиентов. В ходе курса рассматриваются принципы сбора информации о проблемах, с которыми сталкиваются клиенты – а также анализа этой информации и устранения исходных причин возникновения недовольства. Постоянно улучшая таким образом клиентский опыт, компания повышает свою конкурентоспособность и увеличивает прибыль.

Программа курса

- 1. Вступление, постановка задачи.**
- 2. Основные принципы и понятия в системе работы с жалобами.**
 - 2.1. Информация о неудовлетворенности клиентов как основа развития качества продуктов и услуг.
 - 2.2. Роль управления жалобами в Customer Relationship Management. Влияние процесса обработки жалоб на лояльность клиентов
 - 2.3. Почему клиенты не жалуются. Цикл негативного развития компании, которая не «слышит» своих клиентов.
 - 2.4. 12 принципов управления процессом работы с жалобами.
- 3. Стимулирование жалоб.**
 - 3.1. «Айсберг» недовольных и жалующихся клиентов
 - 3.2. Каналы поступления жалоб и их развитие для получения обратной связи
 - 3.3. KPI на этапе стимулирования жалоб
- 4. Прием жалоб.**
 - 4.1. Задачи при организации приема жалоб.
 - 4.2. Структура телефонного разговора при обработке жалобы.
 - 4.3. Психологические модели поведения недовольных клиентов

- 4.4. Особенности работы с жалобами в социальных медиа.
- 4.5. Классификатор жалоб и претензий.
- 4.6. Документирование жалоб. Структура регистрируемой и хранимой информации.
- 4.7. KPI на этапе приема жалоб
- 5. Построение процессов обработки жалоб.**
 - 5.1. Алгоритмы обработки жалоб различного типа
 - 5.2. Принцип «Владельца жалобы».
 - 5.3. Система напоминаний и эскалации.
 - 5.4. Коммуникации с клиентом в процессе обработки жалобы.
- 6. Принятие решений и подготовка ответа по жалобе.**
 - 6.1. Различные формы реакции на жалобы.
 - 6.2. Способы повышения удовлетворенности клиента процессом обработки жалоб.
 - 6.3. Немедленное решение жалоб
 - 6.4. Письменный ответ на жалобу.
 - 6.5. Практика: подготовка письменного ответа на жалобу
 - 6.6. Полномочия персонала при принятии решения по жалобе
 - 6.7. KPI на этапе обработки и предоставления ответов по жалобам
- 7. Анализ жалоб.**
 - 7.1. Частотный, Частотно-релевантный анализ и кросс-табуляция.
 - 7.2. FRAC-диаграмма.
 - 7.3. Problem Value Index (PVI).
 - 7.4. Анализ денежных потерь от инцидентов.
 - 7.5. Методы причинно-следственного анализа. MECE, Диаграмма Исикавы, 5 почему.
- 8. Контроль управления жалобами.**
 - 8.1. Измерение удовлетворенности клиентов процессом обработки жалоб.
 - 8.2. Сводная таблица метрик процесса работы с жалобами.
 - 8.3. Методики измерения показателей в процессах работы с жалобами
- 9. Контроль затрат на обработку жалоб.**
 - 9.1. Себестоимость обработки жалобы
 - 9.2. Бюджет претензионного подразделения
- 10. Тест для самостоятельной оценки процессов управления жалобами в компании.**
- 11. Завершение тренинга. Выдача сертификатов, ответы на вопросы**

Открытый курс - онлайн-формат

Продолжительность и расписание

- Даты проведения: определены в расписании курсов на сайте
- Продолжительность курса: **4 дня**.
- Начало занятий: **09:00**
- Окончание занятий: **14:00**
- Перерывы: **11:30 - 12:00** – обед

Что понадобится:

- Ноутбук или стационарный компьютер. Участвовать в курсе с планшета или мобильного телефона возможно, но менее удобно и менее результативно
- Доступ в сеть Интернет, колонки или наушники
- Блокнот и ручка для ведения заметок
- Для участия в обсуждениях желательно иметь web-камеру или гарнитуру

Курс проводится с использованием следующих инструментов:

- Zoom – основная платформа. Мы рекомендуем подключаться через установленное приложение, а не через браузер.
- Miro / Lucid – сервисы для совместных обсуждений и мозговых штурмов. Ссылки на используемые платформы будут в приглашении на курс
- Kahoot / Quizizz – платформы для проведения тестирования, игровых викторин для закрепление пройденного материала. Ссылки на используемые платформы будут в приглашении на курс
- MS Word / MS Excel – инструменты для выполнения домашних заданий
- Презентации и учебные материалы – предоставляются в электронном виде

Корпоративный курс:

Любой наш курс или тренинг мы готовы провести в корпоративном формате для Вашей компании — обучаются только Ваши сотрудники.

Обучение доступно как в онлайн-формате, так и в очном формате с выездом ведущего курса к Вам в контакт-центр в любую страну и город или на нашей территории.

Преимущества корпоративного обучения

- Стоимость курса определяется за группу учащихся целиком. Для групп от 5-6 человек это дешевле, чем обучение в открытом формате
- Возможность обсудить и скорректировать программу курса.
- Адаптировать учебные материалы под специфику работы контакт-центра.
- Сотрудники лучше усваивают материал в привычной обстановке.
- Не нужно оплачивать отпускные и билеты сотрудникам, если тренинг проводится на Вашей территории

Параметры очного формата

- Продолжительность курса: 2 дня.
- Начало занятий: 10:00
- Окончание занятий: 18:00
- Перерывы:
 - 11:45 - 12:00 – кофе-брейк
 - 13:30 – 14:30 – обед
 - 16:00 – 16:15 – кофе-брейк