

Программа тренинга «Обслуживание клиентов. Претензионная работа. Клиентские впечатления»

1. Цели и задачи курса
2. Базовые понятия
 - 2.1. Customer Service и Customer Experience
 - 2.2. Удержание и лояльность
 - 2.3. Важность эмоциональной составляющей
 - 2.4. Карта взаимодействия с клиентом. Путь клиента.
3. Способы анализа динамики и причин обращений клиентов в Контактный центр. Определение и анализ Contact Rate
4. Оптимальная организация самообслуживания клиентов с учетом клиентских впечатлений
5. В чем разница между IVR и чат-ботами
6. Жалобы и претензии как индикаторы здоровья организации
7. Основные приоритеты и принципы претензионной работы
8. Претензионная база данных
9. Ключевые показатели эффективности (KPI) претензионной работы
10. Пути оптимизации процесса рассмотрения претензий
 - 10.1. Способы сокращения числа претензий (снижение Claim Rate)
 - 10.2. Способы сокращения времени рассмотрения претензий
11. Сегментация клиентов, обслуживание вызовов и рассмотрение жалоб и претензий с учетом клиентоориентированности и лояльности
 - 11.1. Вызовы
 - 11.2. Чаты
 - 11.3. Претензии
 - 11.4. Жалобы
12. Сегментация клиентов, обслуживание вызовов и рассмотрение жалоб и претензий с учетом клиенто-ориентированности и лояльности
 - a. Претензии
 - b. Жалобы
13. Демаркетинг
14. Претензионный цикл. Способы взаимодействия с клиентом во время рассмотрения претензии
15. Продажи на входящих как продолжение обслуживания клиентов
16. Трансформация основных показателей эффективности Контакт-центра и претензионной работы с точки зрения Customer Experience

- 17.Необходимые отчеты и аналитическая работа
- 18.Управление персоналом
 - 18.1. Структура заработной платы
 - 18.2. Характеристика рынка труда. Характер работы сотрудников претензионного подразделения и контактного центра
 - 18.3. Нематериальное поощрение и карьерная лестница
 - 18.4. Бюджетирование в контактном центре
 - 18.5. Бюджетирование в претензионном департаменте
- 19.Передача обработки претензий «на места»
- 20.Эмоции как база клиентских впечатлений
- 21.Методы измерения степени удовлетворенности клиентов /клиентских впечатлений
 - 21.1. CSAT
 - 21.2. Net Promoter Score
 - 21.3. Customer Effort Score
- 22.Новые тренды в обслуживании клиентов
 - 22.1. Проактивное обслуживание
 - 22.2. Интернет вещей
 - 22.3. Удаленная работа
 - 22.4. Чаты и чат-боты
 - 22.5. Изменение роли соцсетей
- 23.Организация регулярной обратной связи с клиентом
- 24.Проведение тематических опросов клиентов
- 25.Необходимость «быстрых побед» (Quick Wins)
- 26.Внедрение клиенто-ориентированного подхода на всех уровнях организации (Customer Centricity)

Открытый курс - онлайн-формат

Продолжительность и расписание

Даты проведения: определены в расписании курсов на сайте

Продолжительность курса: **4 дня.**

Начало занятий: **10:00**

Окончание занятий: **15:45**

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.
- 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 только в онлайн-формате.

Преимущества корпоративного обучения

- Стоимость курса определяется за группу учащихся целиком. Для групп от 5-6 человек это дешевле, чем обучение в открытом формате
- Максимальная численность группы: 20 человек
- 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