

# ТЕЛЕФОННЫЕ ЗВОНКИ И СООБЩЕНИЯ

**Выбранные инструменты**      **Дата старта**      **Срок внедрения**      **Ответственный за включение**

---

Доступ к номерам  
мобильных телефонов  
топ-менеджеров      \_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_

Автоответчик,  
автоинформатор, IVR      \_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_

Колл-центр      \_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_

Сообщения и звонки  
через интернет      \_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_      \_\_\_\_\_

# 14. Доступ к номерам мобильных телефонов топ-менеджеров



Компания публикует на сайте и в своих рекламных материалах (буклетах, визитных карточках, презентациях) мобильные телефоны и адреса электронной почты своих топ-менеджеров. Это дает возможность клиентам в случае необходимости связываться с руководством напрямую.

## Стоимость

Бесплатно.

## Скорость включения

Время на размещение информации на сайте и/или изготовление инфоматериалов.

## Идеальный инструмент

Для сферы b2b, розничной торговли, HoReCa, здравоохранения, продаж и обслуживания автомобилей, индустрии развлечений и отдыха, индустрии красоты, банков и учреждений, предоставляющих финансовые услуги, рынка услуг и товаров класса люкс, туризма.

## «Фишки»

Сам такой ход — уже «фишка».

Клиенту отвечает не помощник, не ассистент, не заместитель, а сам руководитель.

А как насчет того, чтобы предоставить домашний телефон генерального директора? Скажете, фантастика? Но некоторые американские компании так делают :)

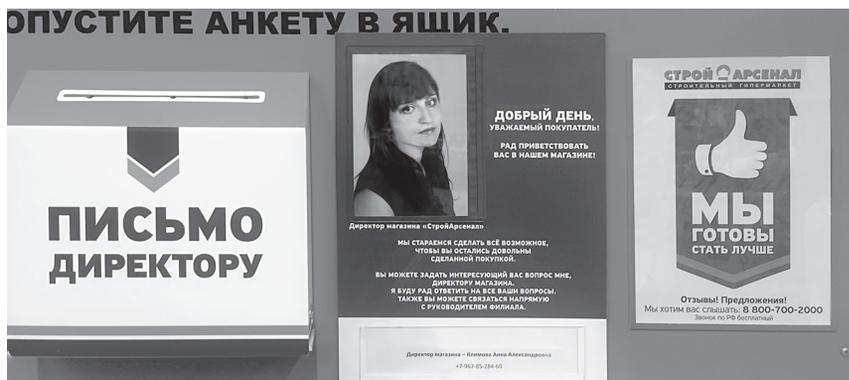
## Как включить

Работает данный канал связи очень просто — как обычный телефон :) Отличие состоит лишь в том, что это прямая линия к руководителям компании.

Номер телефона разместите во всех видимых зонах, призывая клиентов к диалогу; на сайте; в клиентском пакете документов; информируйте о нем людей всеми доступными способами в офисе компании и при коммуникациях. Дайте указание всем сотрудникам и операторам телефонного центра сообщать контактный телефон топ-менеджмента. Это многого стоит, поверьте!

Пример. Розничная сеть формата DIY — магазины «СуперСтрой» и «СтройАрсенал» — разместили в нескольких точках своих торговых залов информацию с фото директоров магазинов и номерами их мобильных телефонов. Вот вам и персональная ответственность, и открытость клиенту!

На фото, кстати, как видите, также ящик обратной связи и телефон горячей федеральной линии Группы заботы о клиентах. Вот так — у клиента есть выбор: оперативно решить вопрос с директором магазина, написать пожелание на бланке или позвонить в независимую службу по федеральной линии, через которую напрямую можно выйти на директора филиала. Если же внутренние сроки работы с обратной связью не соблюдаются, а поступившему заявлению Группой заботы о клиентах присвоен статус «срочно», то через три дня обращение попадает генеральному директору компании. И тут уже никому мало не покажется!



И не переживайте, что вам станут названивать толпы клиентов, чтобы высказать свою благодарность или указать на недостатки. Нет! Но зато вы услышите из первых уст о тех ситуациях в вашей компании, которые вызвали у клиента неизгладимые впечатления.

Можно ввести определенные ограничители. Например, перед важным совещанием позаботьтесь о том, чтобы звонящие клиенты получали сообщение о вашей временной занятости и оставляли свои контакты для обратного звонка. Продумайте алгоритм общения с позвонившими и максимально быстро перезвоните, как только освободитесь.

Выслушивайте клиента. Не обязательно сразу давать готовые решения и ответы. Совершенно нормально, если вы попросите время на обдумывание и разрешение перезвонить для уточнения обстоятельств (если потребуется). Более того, если вы сразу согласитесь с претензией клиента и произнесете формальную фразу вроде: «Благодарим за отзыв. Примем меры», то у человека может возникнуть ощущение: «они просто хотят опять отмахнуться от меня».

Сразу же по окончании служебного расследования возникшей негативной ситуации и принятия решения оповестите о нем клиента. Сделайте ему ответный подарок. Ведь многие

знакомы с книгами Джанелл Барлоу\*, и название одной из них стало крылатым выражением: «Жалоба — это подарок!» Вот и благодарите своих равнодушных клиентов — соразмерно степени их разочарования. Но не пишите помпезных официальных отписок. Это немодно и лишь раздражает людей.

Данный канал связи должен работать не только на входящие обращения, но и на исходящие! Выборочно обзванивайте клиентов и задавайте в неформальной беседе вопрос: «Как мы работаем?»

Помните, что отвечать на звонки в данном случае должны именно те, кто заявлен в корпоративных информационных материалах, — директор или руководитель службы контроля качества. Не обманывайте людей, переадресовывая звонки на секретаря. Вас моментально раскусят, и тогда разочарование неизбежно.

---

\* Джанелл Барлоу, Клаус Мёллер. Жалоба — это подарок. Как сохранить лояльность клиентов в сложных ситуациях / Пер. А. Логвинской. — М.: Олимп-Бизнес, 2013.

# 15. Автоответчик, автоинформатор, IVR



Все перечисленные устройства позволяют оставлять обратную связь в автоматическом режиме 24 часа / 7 дней в неделю (то есть круглосуточно и без выходных), не общаясь с сотрудниками компании.

*Автоответчик* — заранее записанная приветственная и информирующая речь, которую услышит клиент во внерабочее время либо во время ожидания ответа оператора.

*Автоинформатор* — специальное приложение, которое может обрабатывать звонок без участия оператора. Устройство может воспроизвести голосовое приветствие, предложить голосовое меню («нажмите 1, если хотите поговорить с отделом продаж, нажмите 2, если хотите поговорить с отделом рекламы...»), выполнить перевод звонка на голосовую почту или на номер другого сотрудника и так далее.

*IVR (Interactive Voice Response)* — система предварительно записанных голосовых сообщений, выполняющая функцию маршрутизации звонков внутри колл-центра. Клиент управляет звонком при помощи тонального режима клавиатуры своего телефона. IVR обеспечивает оптимальную загрузку операторов.

Используя эти технологии и правильно распределяя ресурсы, вы не пропустите ни одного звонка и ни одной обратной связи. Но следует отчетливо представлять, что технология сама не работает — она только дает возможности.

Мнение тестера *Ильи Бойцова*: «Данная технология не дает гарантии того, что какие-то звонки не будут пропущены. Она лишь гарантирует, что те клиенты, которые хотели, имели силы, время, сообразительность и другие возможности, довели до нашего сведения, что они звонили и что-то хотели. А те, у кого нет времени, сил бесконечно выслушивать этот автоответчик, желания и прочих мотиваторов, просто плюнут и положат трубку.

Вот кейс: у нас стоит недорогое оборудование, полностью сделанное своими руками. Настроена техника так, что даже если клиент не воспользовался системой IVR, то на общую почту компании приходит уведомление о том, что он звонил, но никто не поднял трубку. Допустим, тогда все операторы были заняты. И как только первый специалист освобождается, он сразу же перезванивает по заявке, которую не успели обработать. То есть мы сами звоним на все те номера, с которых нам не дозвонились. Хрен где еще вам так будут перезванивать! На это идут только маленькие компании, которые сидят на сотовых и которым это просто удобно сделать. Все конторы, доросшие до телефонных систем, просто плюют на своих клиентов и даже не думают о том, чтобы перезвонить».

## **Стоимость**

Бесплатно при наличии продвинутой телефонной системы.

## **Скорость включения**

День-два, необходимые для планирования и настройки системы. День уйдет на разработку меню и запись речевых модулей (желательно у профессионального диктора в студии). Если делать это совсем качественно, то в процессе перед вами встанут задачи выбрать «джингл», музыкальный проигрыш во время ожидания ответа, запись фирменных слоганов. Тут уже без помощи копирайтера / отдела маркетинга не обойтись.

## **Идеальный инструмент**

Для сфер b2b и b2c.

## **«Фишки»**

Голос, интонация, оригинальность приветствия/прощания, фирменные речевые модули, призывающие оставить обратную связь.

**И главное! Не забывайте отвечать на оставленные сообщения.**

Мы будем оригинальны, если приведем пример с Ричардом Брэнсоном? Нет, конечно, но мы все-таки это сделаем.

Ответ на звонок в авиакомпанию начинается так: «Здравствуйте, меня зовут Ричард Брэнсон, я владелец авиакомпании Virgin Atlantic. Сейчас все операторы заняты. Это непорядок. Давайте поступим следующим образом. Если через 18 секунд никто не ответит на ваш звонок, вы получите скидку 450 фунтов. Я начинаю обратный отсчет: 18, 17, 16, 15...»

Клиент слушает и страстно мечтает только об одном — чтобы оператор не снял трубку.

## **Как включить**

Подробно рассказывать о функциях и возможностях автоответчика и автоинформатора смысла нет, поэтому уделим больше внимания системе голосового меню (IVR).

Услуга IVR дает возможность предоставлять информацию в режиме реального времени. Сервис позволяет снизить нагрузку сотрудников, отвечающих на звонки, за счет автоматизации ответов на типовые вопросы.

При условии увеличения числа входящих звонков услуга IVR позволяет сохранять прежний штат операторов, эффективно регулировать их загруженность и снизить риск ошибки из-за человеческого фактора.

Кроме того, система IVR позволяет осуществить исходящий автоматический обзвон клиентов по базе:

- для информирования о новых акциях и рекламных кампаниях;
- для приглашения на выставки, семинары, презентации;
- для актуализации базы данных, внесения корректировок;
- для напоминания об оплате задолженности.

Профессиональный подход к озвучиванию IVR — хороший вклад в корпоративный имидж как в одну из первых точек контакта клиента с компанией. Правильно подобранное сочетание музыкального сопровождения, голоса диктора и используемой лексики создает благоприятное впечатление от звонка в организацию.

Кстати, существуют специализированные компании, которые предоставляют дикторов на выбор заказчика.

На базе IVR могут быть построены автоматические информационные системы, имеющие своей целью предоставить информацию позвонившему абоненту без привлечения оператора call-центра. Речь идет об информировании абонента о его балансе или о том, что в таком-то районе города возникли технические проблемы, поэтому услуга временно не оказывается. Сообщается примерное время устранения неполадок (так делает интернет-провайдер «Дом.ру»).

Нюанс: голосовое меню, после того как его ввели многие крупные компании, уже раздражает людей. Иногда можно долго висеть на телефоне и бросить трубку, так ничего и не узнав. Поэтому небольшим фирмам имеет смысл рекомендовать автоответчик с одной фразой, без меню. Или возможность в любой момент соединиться с оператором (если это рабочее время). Кстати, для примера: у Сбербанка всегда можно переговорить с оператором, и быстро, а у «МегаФона», МТС, «Ростелекома» проклянешь все, прежде чем получишь нужное.

На этом ваша работа не кончится: нужно отслеживать загруженность линии, скорость ответа, получать обратную связь об удобстве, полезности IVR из других каналов фидбэка.

# 16. Колл-центр / служба обслуживания покупателей / горячая федеральная линия 8-800



Колл-центр / служба обслуживания покупателей / федеральная линия 8-800 — это канал коммуникации компании, заботящейся о своем имидже и о лояльности клиентов. С его помощью компания предоставляет актуальную информацию о продуктах, услугах, акциях; отвечает на вопросы; помогает в настройке, эксплуатации или дистанционном решении проблем.

Все входящие звонки на номер 8-800 бесплатны для звонящего из любой точки страны с любого телефона — как с мобильного, так и с городского, — а все расходы на связь берет на себя компания — арендатор федерального номера.

- Номер 8-800-XXX\* создание технического задания (график работы линии, инструкции для операторов);
- осуществление технических настроек по проекту (выделение номера телефона 8-800 под проект, настройка переадресации, настройка удаленного доступа к CRM и так далее);
- обучение операторов, тестирование — правильность настройки голосового приветствия, уровень подготовки сотрудников, согласованность в предоставлении отчетности;
- колл-центр работает согласно всем инструкциям, любые изменения вносятся в оперативном режиме старшим оператором или менеджером проекта.

Для организации службы горячей линии рекомендуется привлекать специалистов с хорошим опытом, так как конфигурирование имеет достаточно много тонкостей и отличий в зависимости от профиля и размера организации. Многопоточковая обработка телефонных обращений — непростая задача, предполагающая синхронное решение целого набора организационных и технических вопросов, подготовку операторов, обеспечение достаточной производительности и устойчивости всей системы к непредвиденным ситуациям и авариям.

«Мы выясняем, чем дышат наши клиенты, постоянно при помощи более чем 300 000 контактов в неделю по телефону, через интернет и непосредственное общение, а приобретаемый в результате опыт не перестает поражать нас» (см. книгу Майкла Делла «От Dell без посредников». С. 153).

Преимущества организации службы горячей линии:

- единый номер для всех регионов России. Больше нет необходимости подключать телефонные номера всех городов, где у вас есть офисы. Централизация каналов входа по телефону;
- многоканальный номер 8-800 для организации горячей линии в рекламе;
- номер 8-800 не имеет географической привязки, при необходимости он переедет вместе с вами;
- на звонки потребителей и покупателей будут отвечать обученные специалисты;
- операторы могут работать в режиме 24 часа / 7 дней в неделю;
- достаточно единственного телефонного номера, доступного для абонентов по всей стране;
- стоимость номера 8-800 доступна и для малого бизнеса. Пользователем услуги может стать любое юридическое лицо и ИП;

- увеличение числа обращений в компанию;
- возможность анализа поступивших звонков с целью повышения качества услуг;
- для организации услуги можно использовать уже имеющиеся у компании номера телефонов, городские номера (если решили не покупать федеральный номер);
- используя на 100% горячие линии и другие продукты телемаркетинга, компания имеет шанс на шаг опередить своих конкурентов;
- операторы отвечают не только на звонки, поступающие по телефону, но и на звонки с сайта, Скуре-звонки, совершают обратные вызовы и так далее.

Очень важно оперативно передавать информацию об изменениях (ассортимент, наличие товара, характеристики и так далее) и детально проработать алгоритмы общения по всем возможным ситуациям и вопросам.

**Помним:** колл-центр умеет работать не только на входящие звонки, но и на исходящие.

Тестер нашей книги *Роман Тарасенко* пишет: «Недавно проводил мастер-класс для врачей и задал вопрос, какой процент врачей/клиник звонит своим пациентам после каких-либо процедур и спрашивает о самочувствии и степени удовлетворения обслуживанием. В зале подняли руки только двое слушателей из примерно 100. Компании очень редко звонят клиентам с вопросом об удовлетворенности сервисом. Мне на память приходят, пожалуй, лишь автосервисы, автодилеры, купонный сервис класса люкс — и все. На мой взгляд, это не самый плохой инструмент обратной связи».

Еще пример от магазинной сети «СуперСтрой» и «СтройАрсенал». Операторы Группы заботы о клиентах обзванивают от 75 до 95 процентов всех получателей осуществленных доставок, заказанных в магазине или купленных через сайт. Это регулярная работа службы. Компания задает несколько вопросов о своевременности доставки, качестве сборки, качестве привезенного товара и так далее.

Далее вам предстоит наладить контроль работы операторов, анализ входящих звонков, организацию телефонных опросов, телемаркетинг, актуализацию баз данных, информирование.

Установите удобный режим работы колл-центра и быстроту ответа на входящие вызовы (один–три гудка после установления соединения).

Не делайте сложного интерактивного голосового меню, длинных приветствий с прослушиванием музыки. Лучше предоставьте клиентам возможность быстрого выбора общения с оператором.

## 17. Сообщения и звонки через интернет (Skype, мессенджеры)



Интернет дает возможность увидеть и услышать клиента, пообщаться с ним в режиме чата с помощью специально установленных программ Skype, Viber, WhatsApp, Line, Telegram... Каждый месяц появляется какое-то новое средство коммуникации, предлагающее общение через всемирную сеть. И, разумеется, их можно использовать в качестве дополнительного канала получения обратной связи.

Если ваш клиент пользуется каким-то новым мессенджером, способом связи, то вы должны включить его в свой коммуникационный арсенал.

*Skype* — одна из самых популярных в мире программ связи. Она дает возможность совершать звонки через интернет, обеспечивая отличное качество передачи речи и изображения. Программа бесплатна (для физических лиц), и с ее помощью пользователи звонят в любой регион мира, общаются в диалоговом окне чата и отправляют файлы. Главное, чтобы у каждого был установлен Skype. Кроме того, программа поддерживает проведение аудио- и видеоконференций.

Разумеется, поддерживаются все остальные функции, характерные для программ обмена мгновенными сообщениями, — передача файлов, ведение списка контактов и упорядочение пользователей по группам. Из уникальных функций стоит отметить возможность демонстрации экрана своего компьютера собеседнику, что порой бывает весьма удобно для получения полноценной обратной связи от клиентов («Вот посмотрите, какая у меня тут беда случилась...»).

*Мессенджеры (MSN Messenger, ICQ, AIM, Miranda, QIP)* — это программы-клиенты для обмена мгновенными сообщениями в режиме реального времени через интернет. Они могут передавать текстовые сообщения, звуковые сигналы, изображения, видео. Некоторые программы удобны для организации групповых текстовых чатов или видеоконференций. Viber, WhatsApp, Telegram и другие — мессенджеры для многих мобильных платформ: Android, iPhone, Nokia, BlackBerry, Windows Phone (программы, достойные внимания как полноценная замена SMS и MMS, которыми активно пользуется поколение Y).

## **Стоимость**

Бесплатно.

## **Скорость включения**

Завести аккаунты проще простого, а вот подготовка сотрудников, составление алгоритмов ответов на любые возможные вопросы займет время.

## **Идеальный инструмент**

Для сферы b2b, интернет-торговли, здравоохранения, индустрии развлечений и отдыха, банков и учреждений, предоставляющих финансовые услуги.

## **«Фишки»**

Манера вашего общения с клиентом: неформальность общения, улыбка, смайлики, сочувствие, реальная помощь...

В некоторых мессенджерах можно по-особому оформить дизайн окна — выбрать фон, шрифт, его цвет и размер (соответствие

стиля бизнесу — деловой, шуточный, гламурный, может быть, даже рассчитанный на половину аудитории).

Продумайте аватар и подпись под ним.

При видеосвязи важно, как выглядит сотрудник. Помните о том, что вашему собеседнику виден интерьер на заднем плане, — учитите это.

## Как включить

Установите выбранные программы. Укажите на корпоративном сайте контактную информацию с иконкой программы и будьте готовы моментально добавить в контакты клиента по пришедшему запросу, ответить на вызов. Помните, что если вы не предоставляете услуги круглосуточно и без выходных, то в нерабочее время переводите окно в режим «Не в сети».

С одной стороны, канал обратной связи «Онлайн-консультант» более новый, изобилует множеством дополнительных функций и не требует обязательной установки программы клиенту. Но, с другой стороны, для общения с вами ему каждый раз приходится заходить на сайт и оставаться на открытой там странице. Если же у вас с клиентами долгосрочные отношения и периодически требуются контакты, то удобнее предлагать такой классический канал связи, как мессенджер. Пусть потребитель сам выберет то, что удобно ему.

Мессенджеры могут оказаться хорошими помощниками в оперативном решении рабочих вопросов между сотрудниками компании. То есть общение может идти и по другому каналу обратной связи, выбранному клиентом.

Так называемая «аська» прочно вошла в нашу жизнь и стала нормой корпоративного общения. Более того, это очень экономный инструмент связи. (Многие тестеры просили убрать данное упоминание, уверяя, что канала уже не существует на практике. Оставим — «аська» все-таки жива!)

После установки Viber и WhatsApp просят ввести номер вашего телефона, по которому отправляют вам SMS с регистрационным номером. Далее программа синхронизируется с телефонной книгой, и вы узнаете, кто из ваших клиентов пользуется тем же мессенджером.

Мессенджеры социальных сетей Facebook и «ВКонтакте» имеют отдельные приложения и тоже активно используются для обсуждения рабочих вопросов.

Имя в программе, информационный подстрочник, статус (Skype, некоторые мессенджеры) — важные моменты. Они должны соответствовать названию компании, виду бизнеса, а не демонстрировать креативность менеджера, который зарегистрировал данный канал связи.

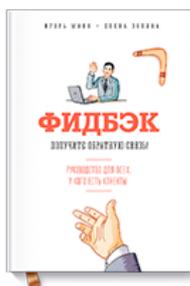
Например, вы можете дать нам свою обратную связь по этой книге через адреса в Skype: mannketing и zolina\_ea. Коллеги, это прекрасный канал, если у компании есть возможность отвечать мгновенно.

*Василий Мунтян, руководитель интернет-ателье «Рубашка на заказ»: «Мы отказались от всех мессенджеров, так как клиент хочет ответа через секунду, подобно общению со знакомым, а у нас не хватало ресурсов для поддержания должного уровня связи».*

Получив запрос, оперативно добавляйте его в «Контакты» и отвечайте сразу.

Регулярно контролируйте работу ответственных менеджеров и консультантов. В начале рабочей смены — их внешний вид (помним, что нас в Skype могут увидеть), настроение.

Периодически проводите независимую оценку — контрольные контакты. Получайте обратную связь от консультантов о том, что говорят клиенты, какие задают вопросы.



[Почитать описание, рецензии  
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

