

ПОЛОЖЕНИЕ О ПРИСВОЕНИИ РЕЙТИНГОВ КАЧЕСТВА КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА

С 1 октября 2022 года запускается новая методика оценки «Клиентского сервиса» среди сотрудников и подразделений департамента продаж.

Общий рейтинг конкретного подразделения это средневзвешенный рейтинг по нескольким оценкам:

1. Рейтинг отдела продаж в поисковых системах Яндекс, Google, 2Гис;
2. Персональные рейтинги сотрудников подразделения;
3. Индекс CSI, NPS (см. ниже) по клиентам подразделения.

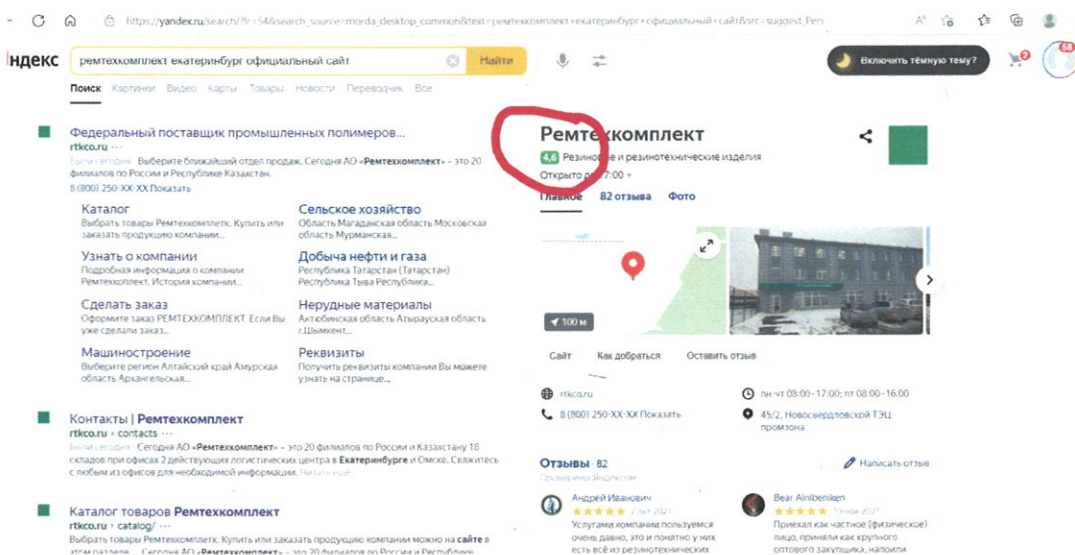
Персональные рейтинги сотрудников отдела продаж это средневзвешенный рейтинг по двум критериям:

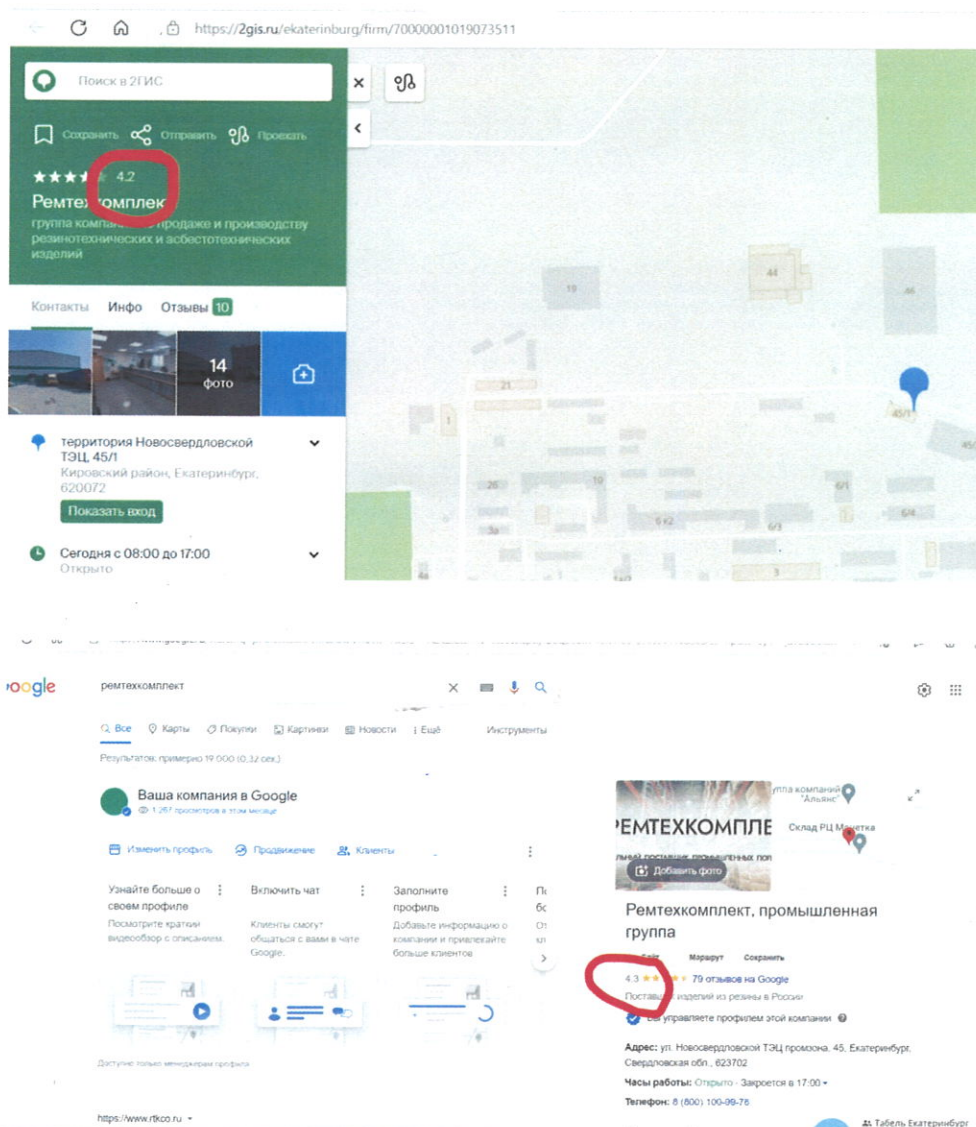
1. Оценка качества «телефонных переговоров» (см. ниже);
2. Индекс CSI, NPS по клиентам конкретного сотрудника ОП.

1. Рейтинг отдела продаж в поисковых системах Яндекс, Google, 2Гис

Рейтинг берется из открытых источников вышеуказанных интернет-ресурсов. Данный рейтинг присваивается самими ресурсами на основе оставленных отзывов покупателей. Ниже приведены примеры расположения данных рейтингов на странице сайта.

Примеры:





Для поднятия или удержания высокого рейтинга необходимы положительные отзывы наших клиентов на данных ресурсах.

2. Оценка качества «телефонных переговоров»

Проводится с определенной периодичностью, методом оценки качества коммуникаций по телефону и при личном общении. Подробная методика прилагается (приложение №1).

Для достоверности данных и получения объективного результата оценивается не менее 5ти телефонных разговоров (выбираются случайно) по каждому сотруднику отдела продаж. Периодичность исследований не менее одного раза в квартал.

Инициировать внеплановое проведение оценки может непосредственный руководитель, а также руководители дивизионов, коммерческий директор, директор по маркетингу и руководитель отдела контроля качества.

Для поднятия или удержания высокого рейтинга необходимо внимательно ознакомиться с Приложением №1 и помнить о критериях оценки при коммуникации с клиентами.

3. Индекс CSI, NPS

CSI – индекс для оценки удовлетворённости клиента взаимодействием с нами.

Данный индекс присваивается на основе данных опросов наших клиентов. В ходе опроса клиент по пятибалльной системе оценивает, насколько он удовлетворен взаимодействием с нашей компанией.

NPS - индекс лояльности потребителей. Отвечает на вопрос: «Будет покупатель рекомендовать нашу компанию своим друзьям и хорошим знакомым?»

Вычисляется как % клиентов ответивших «да» от общей выборки.

Далее для удобства полученные %-ы переводятся в «пятибалльную» систему оценки, где 100% = 5, соответственно 90% = 4.5 и т.д.

Данные исследования проводятся методом опроса наших партнеров.

Для достоверности данных и получения объективного результата оценивается не менее 4% клиентов по каждому сотруднику отдела продаж. Исследование проводится перманентно, а рейтинг присваивается как среднее за весь период работы сотрудника (накопительным итогом).

Данные индексы проще удерживать на высоких позициях, чем поднимать с низкого уровня (потребуется продолжительное время).

Заключение

Все вышеперечисленные оценки (рейтинги) показывают, насколько успешны вы лично, ваше подразделение и наша компания в целом на конкурентном рынке.

Достигнуть высокого рейтинга можно соблюдая все стандарты нашего предприятия, касающиеся коммуникаций с клиентами (которые разработаны для формирования или повышения уровня лояльности наших многочисленных партнеров), а также имея искреннее желание помогать людям от которых зависит ваше благосостояние..

Коммерческий директор
А. В. Сошкин

А. Сошкин

Директор по маркетингу
А. Ф. Рябухин

А. Ф. Рябухин

Исп.: Отдел маркетинга
А.Ф. Рябухин