ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС

8-12 АПРЕЛЯ

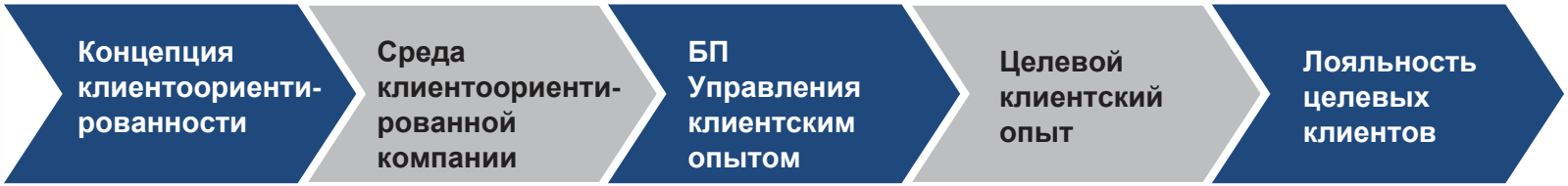
SOCHI

Технологии интеграции отделов клиентского сервиса, маркетинга и продаж для повышения качества обслуживания клиентов

Хусаинов Вильдан
компания “Этажи”

этажи

«Value chain» лояльности клиентов



ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС
8-12 АПРЕЛЯ
SOCHI
этажи

Клиентский опыт: «как аукнется, так и откликнется»

Поведение компании

- Продукты
- Коммуникации
- Клиентские процедуры
- Действия/бездейст-вия сотрудников

Клиентский опыт

Оценка поведения компании (положительная, отрицательная, нейтральная)

Поведение клиента

- Лояльное или нелояльное
- Рекомендации компании (положительные /
- отрицательные) друзьям, или негативные отзывы

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС
8-12 АПРЕЛЯ
SOCHI
этажи

Клиентский сервис

Клиентский сервис — часть клиентоориентированного подхода компании.

Компания:	Клиент:
Качественный сервис	С ними приятно иметь дело - рекомендую
UX, персонализация, омниканальность	Мне удобно
Качественный продукт	Хороший продукт

Прежде чем заниматься его управлением, нужно создать структуру компании, где «смысл существования» бизнеса — **клиент**, а не продукт, интерьер офиса, или красивый сайт.

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС

8-12 АПРЕЛЯ

SOCHI

Зачем он в целом?

Если КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ -

это отношение /оценка взаимодействия клиента с компанией

То КЛИЕНТСКАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ -

это поведение клиента в отношении компании, которое характеризуется устойчивым предпочтением бренда, продуктов компании и определенной степенью индифферентности к предложениям конкурентов

Управление клиентским опытом = Управление клиентской лояльностью и клиентским сервисом

этажи

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС

8-12 АПРЕЛЯ

SOCHI

Главные причины, почему это нужно НАМ

На 80%

впечатление о нашей компании формируют риэлторы.

Удовлетворенность клиента = действительность — ожидания.
А ожидания формирует весь рынок сервиса, а не только агентства.

>30%

клиентов, закрытых с консультацией, делают сделки самостоятельно, либо с другим АН (и это только в Тюмени!)

В 3 раза

Выше стоимость заявки, если в рекламе присутствует название агентства недвижимости.

Удовлетворенность клиентов влияет на текучесть персонала.

70%

клиентов отмечают, что в ходе работы им очень не хватало внимания от специалиста.

50% из них совершает сделку не с нами.

этажи

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС

8-12 АПРЕЛЯ

SOCHI

Главные причины, почему это нужно НАМ

95%

неудовлетворенных клиентов никогда не сообщат о проблеме компании, но расскажут про свой негативный опыт **7-10** знакомым.

Чистая прибыль - это результирующий показатель. NPS и CSI - опережающие показатели, от них зависит будущая прибыль.

Сервис

- это конкурентное преимущество

В мире 2017-й год был «годом надёжности», а 2018-й — «Год клиентоориентированности»

этажи

Единые стандарты качества обслуживания клиента
—с любым риэлтором
—по всей сети

...так называемый «эффект Макдональдса»

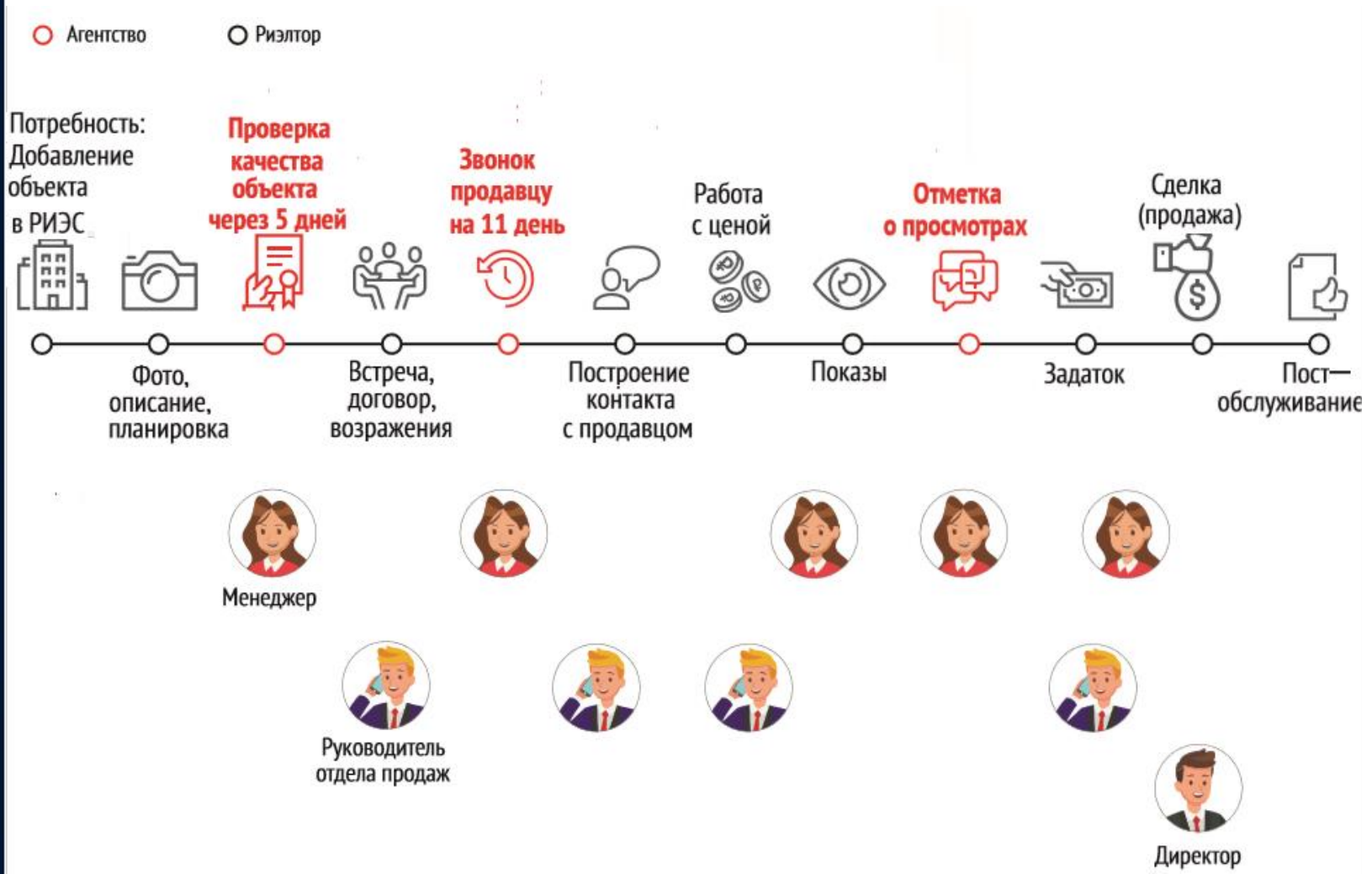
ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС
8-12 АПРЕЛЯ
SOCHI
этажи

Уровни управления клиентским сервисом и опытом

- Концепции и Цели
- Базовые установки и стандарты
- Компетенции персонала
- Описания процессов, процедур, правил
- Технические средства для приема информации от клиентов по всем каналам связи
- Технические средства для фиксации информации о клиентском опыте

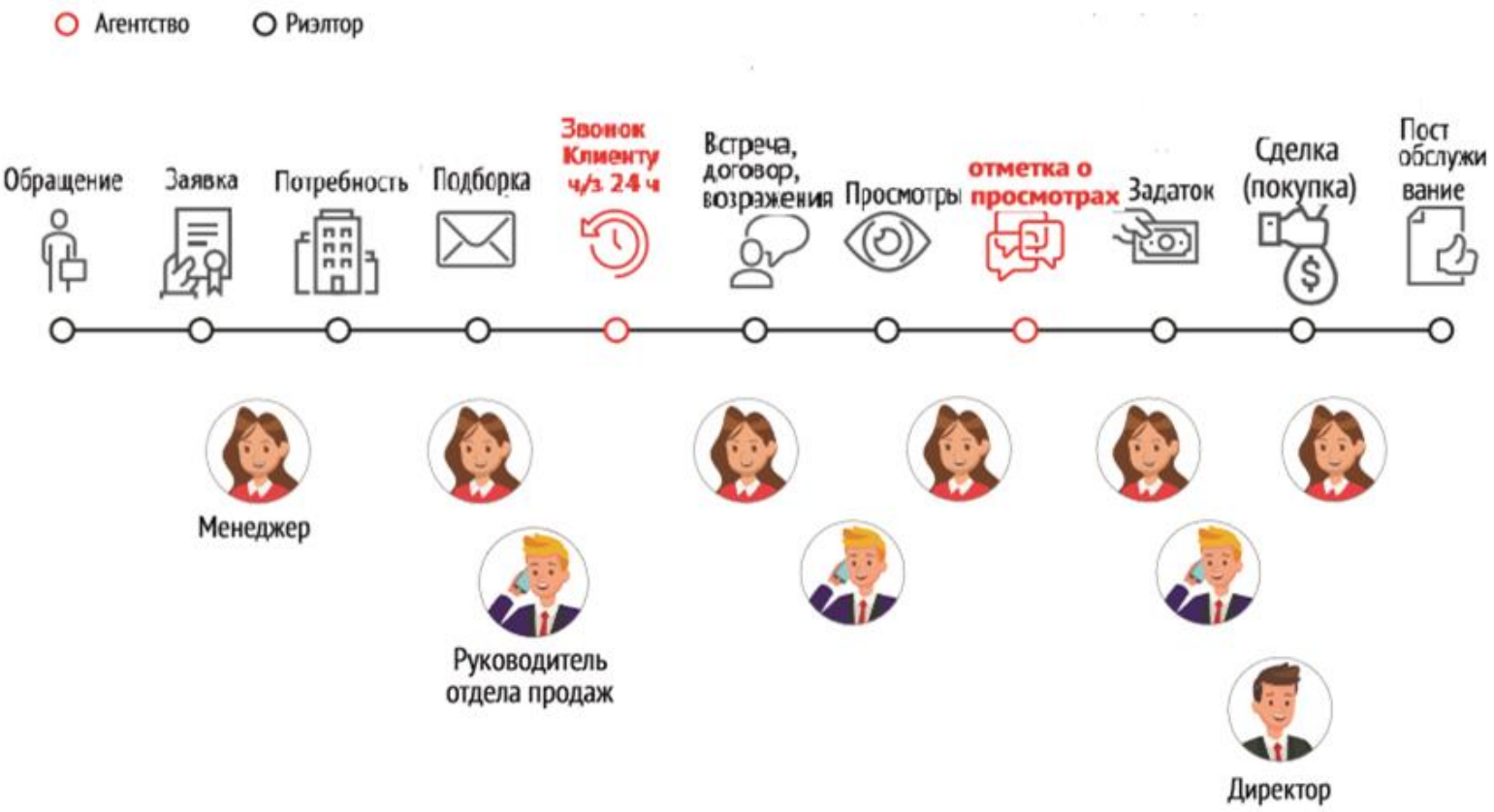
ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС
8-12 АПРЕЛЯ
SOCHI
этажи

Точки контакта риэлтора с Клиентом-Продавцом



ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС
8-12 АПРЕЛЯ
SOCHI
этажи

Точки контакта риэлтора с Клиентом-Покупателем



ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС
8-12 АПРЕЛЯ
SOCHI
этажи

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС

8-12 АПРЕЛЯ

SOCHI

Уровни управления клиентским сервисом

1

Качество коммуникаций

2

Изучение клиентского опыта

3

Система мотивации за клиента в продажах

этажи

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС

8-12 АПРЕЛЯ

SOCHI

Практические инструменты клиентского сервиса в работе специалистов контакт-центра

ДОСТУПНОСТЬ И УДОБСТВО ТОЧЕК КОНТАКТА:

— стандарты скорости ответа клиенту на заявку при обращении через телефон/чат/сайт

— доступность и удобство каналов коммуникаций с компанией в любое время

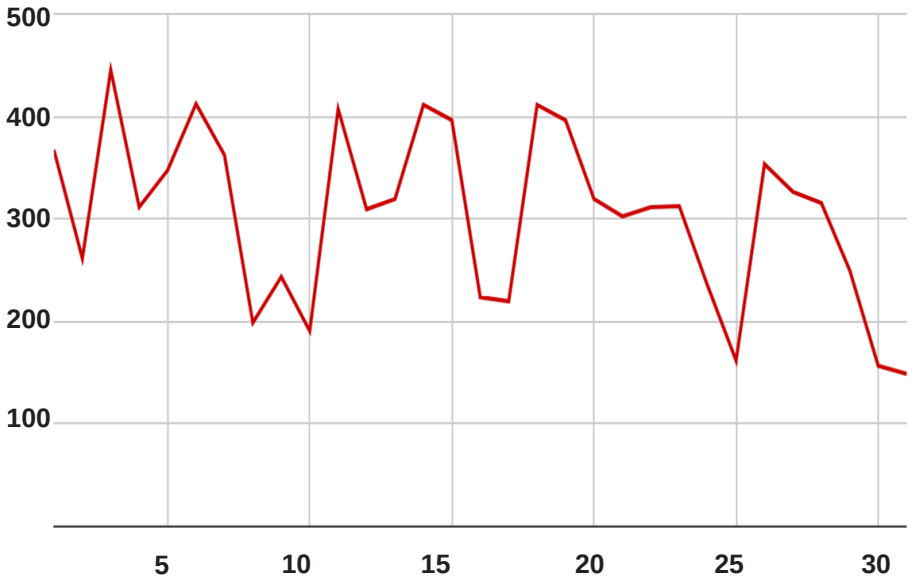
— мониторинг качества консультирования клиентов АУП персоналом и риэлторами

1

этажи

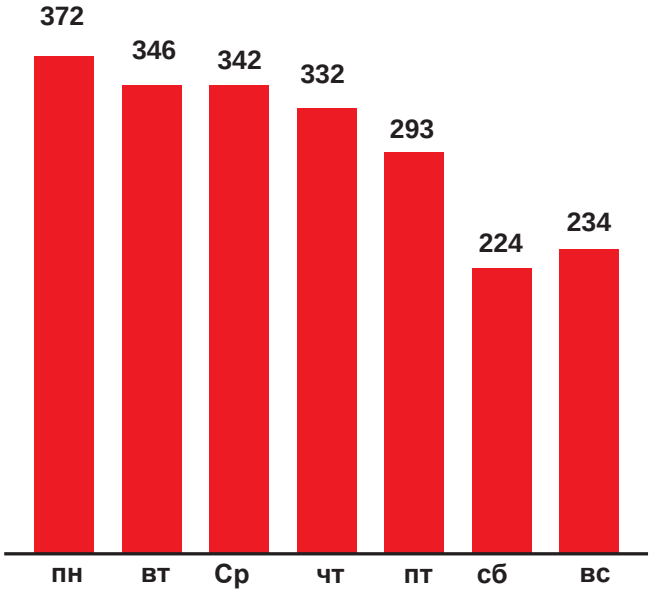
Входящий поток Тюмени

Среднее количество звонков по дням месяца



Дни месяца

Среднее количество звонков по дням недели

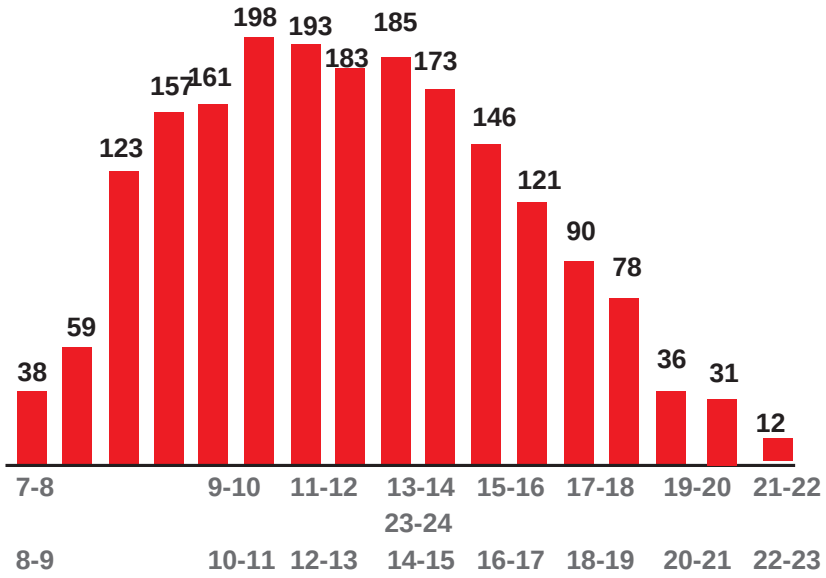


Дни недели

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС
8-12 АПРЕЛЯ
SOCHI
этажи

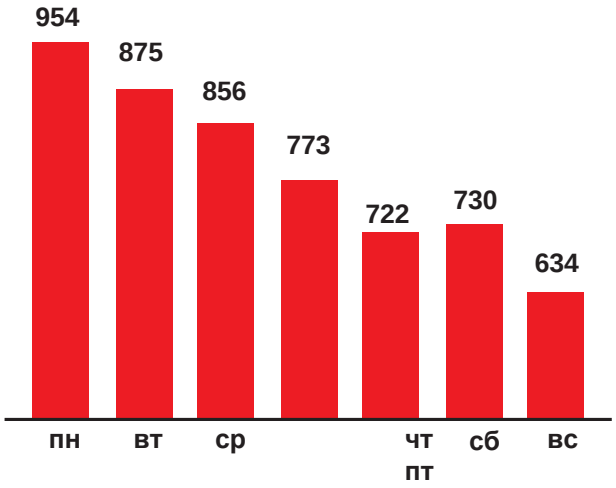
Входящий поток по сети

Средний входящий поток по сети



Часы

Количество заявок по сети



Дни недели

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС
8-12 АПРЕЛЯ
SOCHI
этажи

Практические инструменты маркетинга

СБОР ОБРАТНОЙ СВЯЗИ:

—оперативная реакция на поступающие претензии;
—регулярный мониторинг, оперативная реакция и генерация положительных отзывов;
—исследование CSI, NPS;
—тайный покупатель;
—регулярный аудит и анализ скоростей предоставления услуги;
—регулярный анализ проблемных зон для корректировки бизнес-процессов на основе ОС от клиентов;
—контроль оттока клиентов.

2

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС
8-12 АПРЕЛЯ
SOCHI
этажи

Отток клиентов

Количество неотработанных
клиентов-покупателей в среднем в месяц

Тюмень	Филиалы и Франчайзи
66 (0,9%)	**45 (1,1%)**
клиентов	клиентов

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС
8-12 АПРЕЛЯ
SOCHI
этажи

Отток клиентов

Претензии и отзывы:

	ранее	сейчас
40	**80%**	**93%**
претензий в месяц	потеря клиентов	сохранение клиентов

Актуальность базы

Контроль актуальности базы:

Тюмень

95%

повышение актуальности базы

Филиалы

до 93%

повышение актуальности базы

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС
8-12 АПРЕЛЯ
SOCHI
этажи

Практические инструменты продаж

СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ЗА КЛИЕНТА:

- создание норм и регламентов по качеству работы с клиентом (по продавцу и покупателю)
- мотивация отдела продаж
- внутренний PR клиентоориентированности
- контроль отклонений от регламентов и стандартов при предоставлении услуги
- внимание к жизненному циклу клиента

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС
8-12 АПРЕЛЯ
SOCHI
этажи

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС

8-12 АПРЕЛЯ

SOCHI

Инструменты для работы с Продавцом

- **Подменные номера** (фиксация входящего потока)
- **Проект “ТОП-100/ТОП-2”** (работа с ликвидной базой
- **Комната развития навыков** (закрытые заявки, неотработки, “отказники”)
- **Скрипты**
- **Фиксация показов в системе** (прозрачность воронки)
- **ABC анализ клиентов**

этажи

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС

8-12 АПРЕЛЯ

SOCHI

Инструменты для работы с Покупателем

- **Подменные номера** (фиксация входящего потока)
- **Проект “6/12”** (скоростные показатели на начальном этапе работы с клиентом)
- **Комната развития навыков** (закрытые заявки, неотработки, “отказники”)
- **Скрипты**
- **Фиксация показов в системе** (прозрачность воронки)
- **АВС анализ клиентов**

этажи

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС

8-12 АПРЕЛЯ

SOCHI

Мотивация МОП

Внедрение в мотивацию МОП показателей:

- **Соблюдение регламентов по работе с клиентами** (нормативы скорости связи с клиентом, отработки медиа-контента и др.)
- **Срок отработки претензий** (в рамках 24 часов)
- **CSI после сделки** (4,4+)
- **Актуальность базы** (90%+)

этажи

ВСЕРОССИЙСКИЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС

8-12 АПРЕЛЯ

SOCHI

Спасибо за внимание!

этажи