

Исследование качества телефонного сервиса

ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ КОМПАНИИ

ЧТО И ЗАЧЕМ МЫ СДЕЛАЛИ

Провели оценку качества обслуживания информационных линий телеком компаний, оценивая телефонных консультантов, с целью выявить сильные и слабые стороны как отдельных компаний, так и в целом по рынку.

КАК МЫ ЭТО СДЕЛАЛИ



Провели обзвон по принципу «mystery calling»



Провели оценивание звонков, проанализировали ошибки



Дали рекомендации по улучшению телефонного сервиса

КОГО МЫ ИССЛЕДОВАЛИ

№ п/п	Телекоммуникационные компании*	Номер телефона горячей линии
1	Укртелеком	0 800 506 800
2	Датагруп	0 800 210 000
3	Ланет	044 500 43 26
4	Фрегат	056 734 44 44
5	Тенет	048 730 53 30
6	Фринет	044 593 39 29
7	Киевстар	0 800 301 013
8	Вега	0 800 600 060
9	Воля	044 502 22 50
10	Триолан	044 351 99 99
11	Тримоб	0 800 501 188
12	Life	0 800 205 433
13	МТС	044 240 00 00
14	Интертелеком	0 800 505 075
15	PeopleNet	044 506 05 06

*Для исследования выбраны телекоммуникационные компании Украины, декларирующие наличие контакт-центров или телефонных линий поддержки абонентов. В список включены компании, согласно оценке группы «Е&С» (www.encint.com) интернет-провайдеров Украины (фиксированного широкополосного доступа) по итогам 4-го квартала 2014 года и операторов мобильного доступа к сети интернет по итогам 2-го квартала 2014 года, основывающийся на показателях абонентской базы, ее динамике и ARPU (среднем доходе абонентов).

ЛЕГЕНДА ЗВОНКА

«Здравствуйте! Как у вас можно подключиться к интернету?»

Дополнительные вопросы:

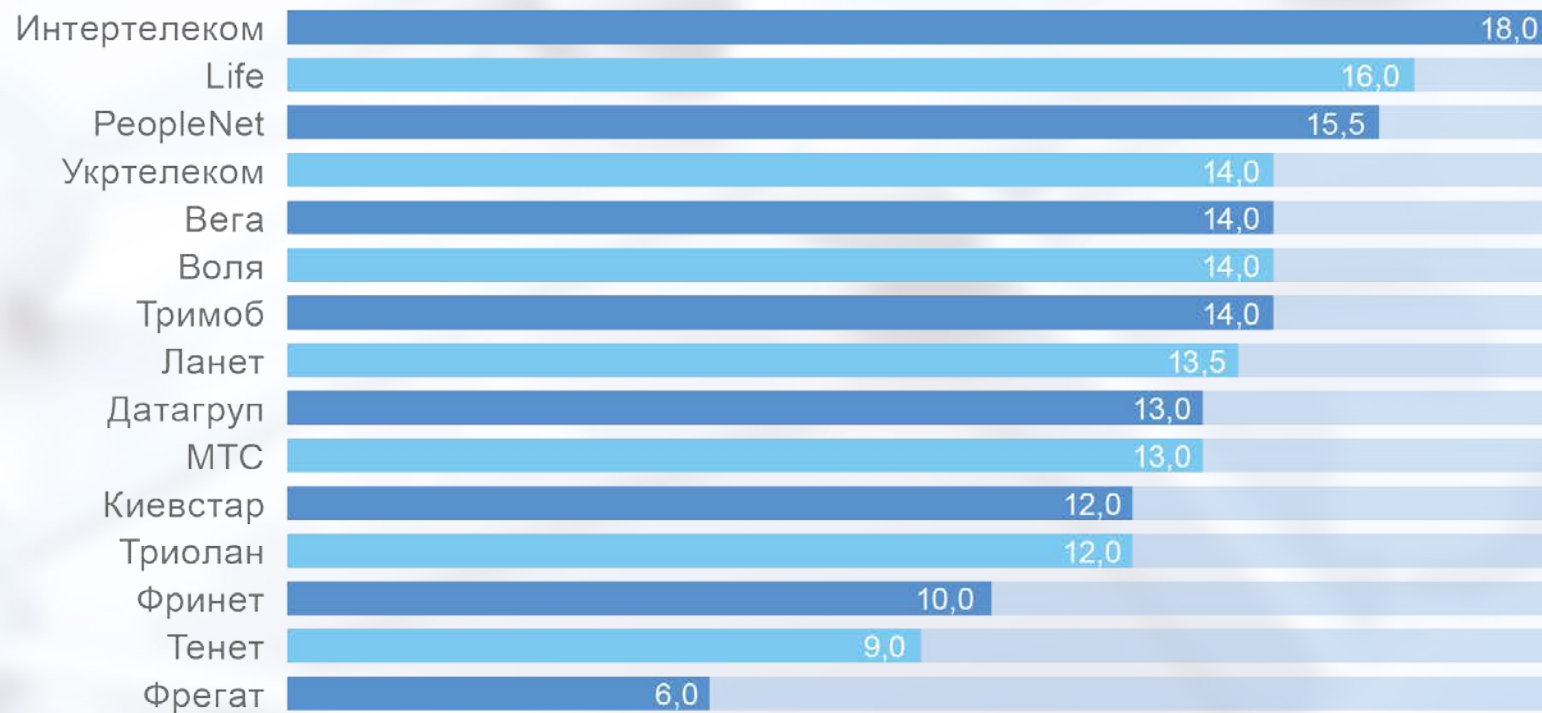
- Вы покрываете всю Украину?
- А у вас интернет быстрый? Картинки, видео на смартфоне грузятся без проблем? (для мобильного интернета)
- А можно будет пользоваться за границей? (для мобильного интернета)
- А дорого будет пользоваться за границей? (для мобильного интернета)
- А какая у вас скорость? (для стационарного интернета)
- А в каких случаях мой интернет может быть отключен? (для любого интернет)
- А вы работаете по выходным, если я решусь подключиться? (для любого интернет)
- А какая у вас минимальная стоимость подключения (самое дешевое предложение)? (для стационарного интернет)
- Как часто случаются обрывы на линии, и как быстро вы устраняете данную проблему? (для стационарного интернета)
- А у вас служба поддержки клиентов круглосуточная? (для любого интернет)

В сценарий разговора включено обязательное возражение:

- Ого! У вас дорого! У других операторов дешевле! (для стационарного интернета)
- Ого! Дорого у вас интернет за границей! У других дешевле! (для мобильного интернета)

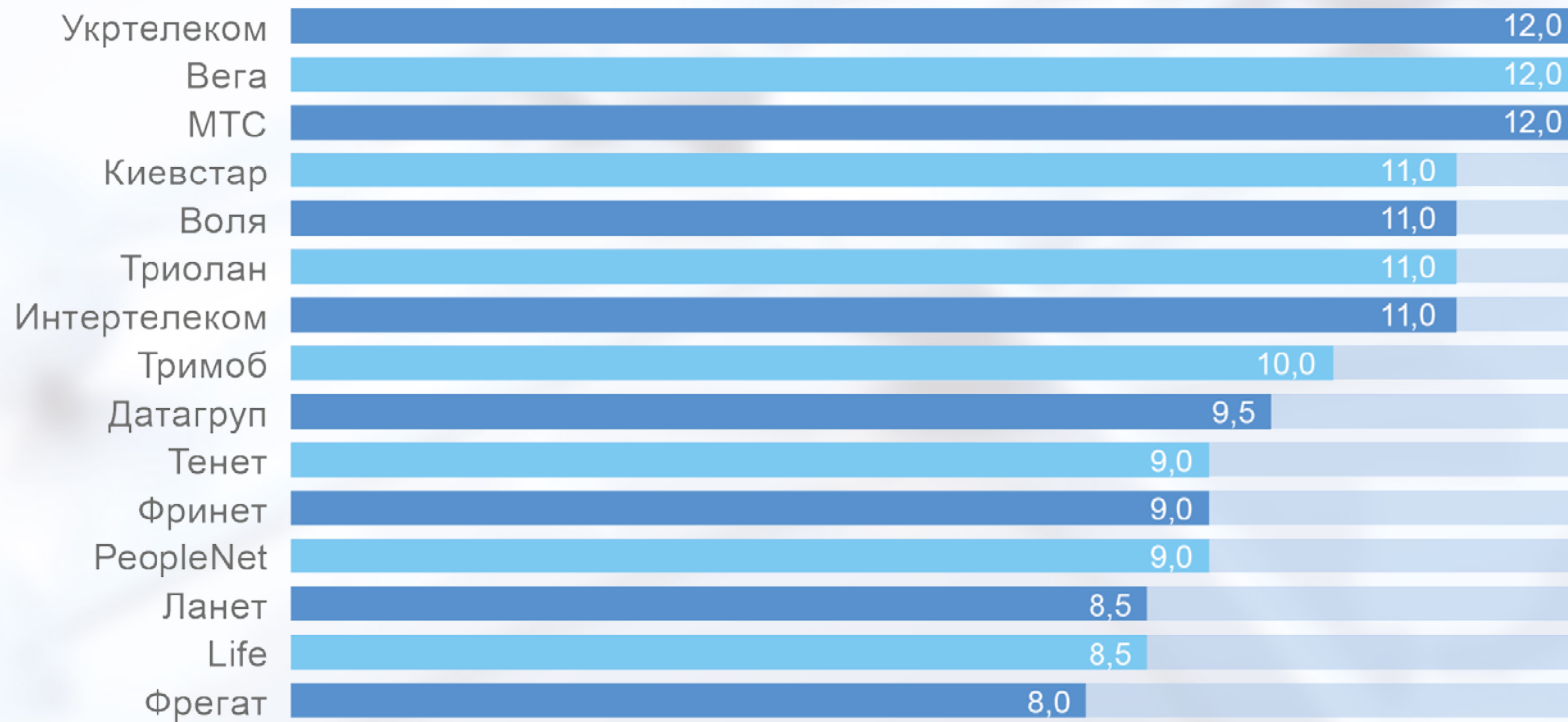
РЕЗУЛЬТАТЫ

БАЗОВЫЕ НАВЫКИ



Макс - 18 баллов. Средний балл по отрасли - 12,9. Критерий "Идентификация оператора" - ошибки в 20% из исследуемых компаний. "Узнали ли имя клиента/ Использовали ли имя клиента" - ошибки в 93% операторов. "Благодарность за звонок" - ошибки в 53% компаниях из исследуемых.

СТИЛЬ ОБЩЕНИЯ



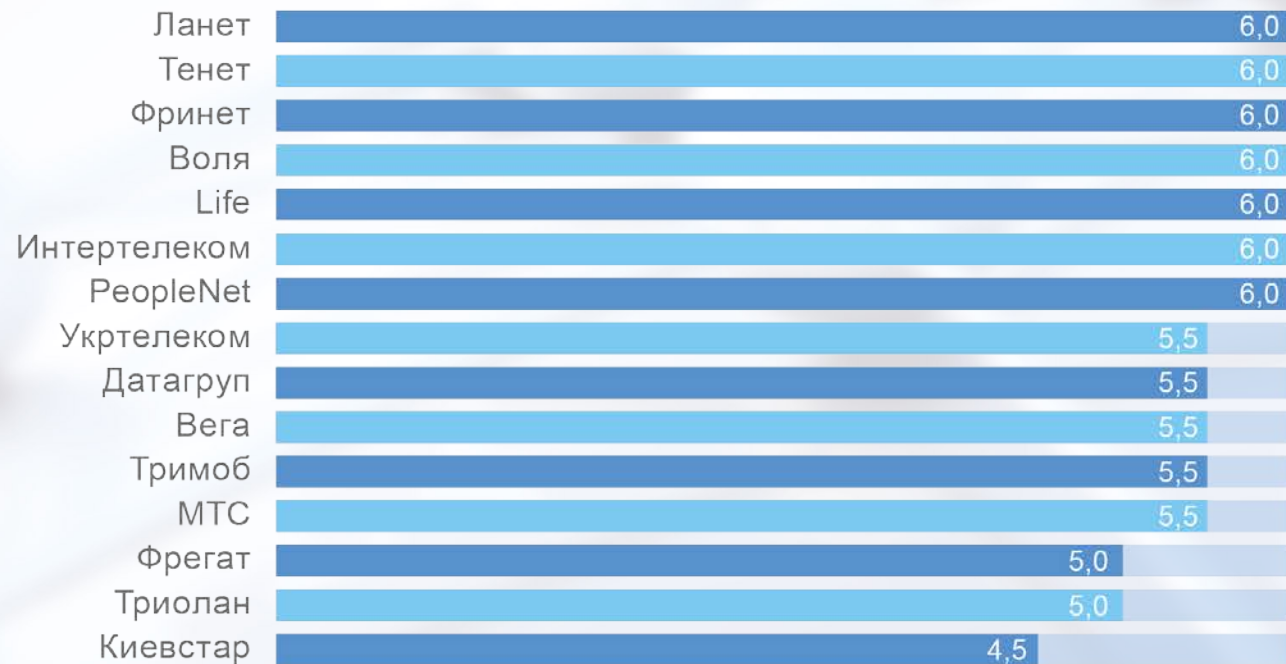
Мах - 12 баллов. Средний балл по отрасли - 10,1. Критерии "Наличие слов вежливости" и "Грамотность и культура речи" - ошибки в 53% исследуемых компаний.

УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕНИЕМ



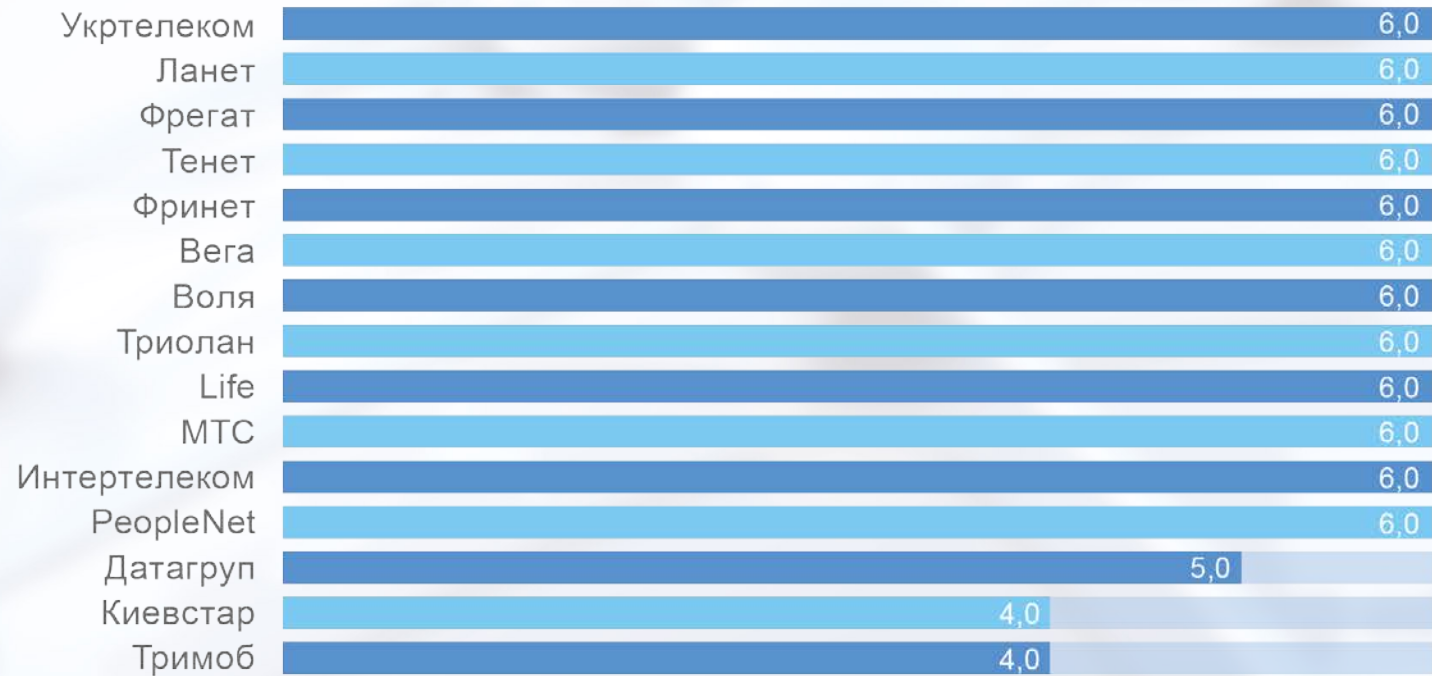
Мах - 12 баллов. Средний балл по отрасли 6,2. "Активная позиция в разговоре" - ошибки в 73% исследуемых телеком компаний. "Внимательное и корректно слушание" - ошибки в 53% компаниях. "Работа с возражениями" - ошибки в 100% исследуемых представителей отрасли.

ЗНАНИЕ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ



Максимум - 6 баллов. Средний балл по отрасли - 5,6. Критерий "Понятное объяснение" - ошибки в 27% исследуемых операторов. "Впечатление о компетентности оператора" - ошибки в 40% компаний.

ПРОЦЕДУРНАЯ ЧАСТЬ



Макс - 6 баллов. Средний балл по отрасли - 5,7. В 13% исследуемых компаний допущены ошибки при постановке позвонившего на hold. В 7% - при переключении на другого специалиста.

ГРАДАЦИЯ ПО РЕКОМЕНДУЕМЫМ УРОВНЯМ



Отлично

96% и выше

Никого ☹



ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ (90 – 95%)

Воля Интертелеком Вега



УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ
(80 – 89%)

Датагруп Ланет PeopleNet



НЕДОСТАТОЧНЫЙ УРОВЕНЬ
(до 79%)

Фрегат Укртелеком Триолан Фринет Тенет Тримоб

ГРАДАЦИЯ ПО РЕКОМЕНДУЕМЫМ УРОВНЯМ. Life, МТС и Киевстар

Life, МТС и Киевстар – компании, которые шагнули далеко вперед в своем развитии и на протяжении многих лет задают динамику телекоммуникационного рынка в целом



ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ (90 – 95%)



По результатам исследования этого года на первое место вышла компания Life, на втором оказался МТС, на третьем - Киевстар. Life, единственная компания из данных, которая повысила уровень своего телефонного сервиса, относительно прошлого исследования. МТС находится на этапе перехода на новую систему оценивания качества телефонного общения оператора с потребителем. Киевстар значительно снизил свои показатели (и не только по качеству телефонного разговора, но и по доступности - при совершении утреннего звонка не было возможности соединиться с оператором в течение часа(!)).



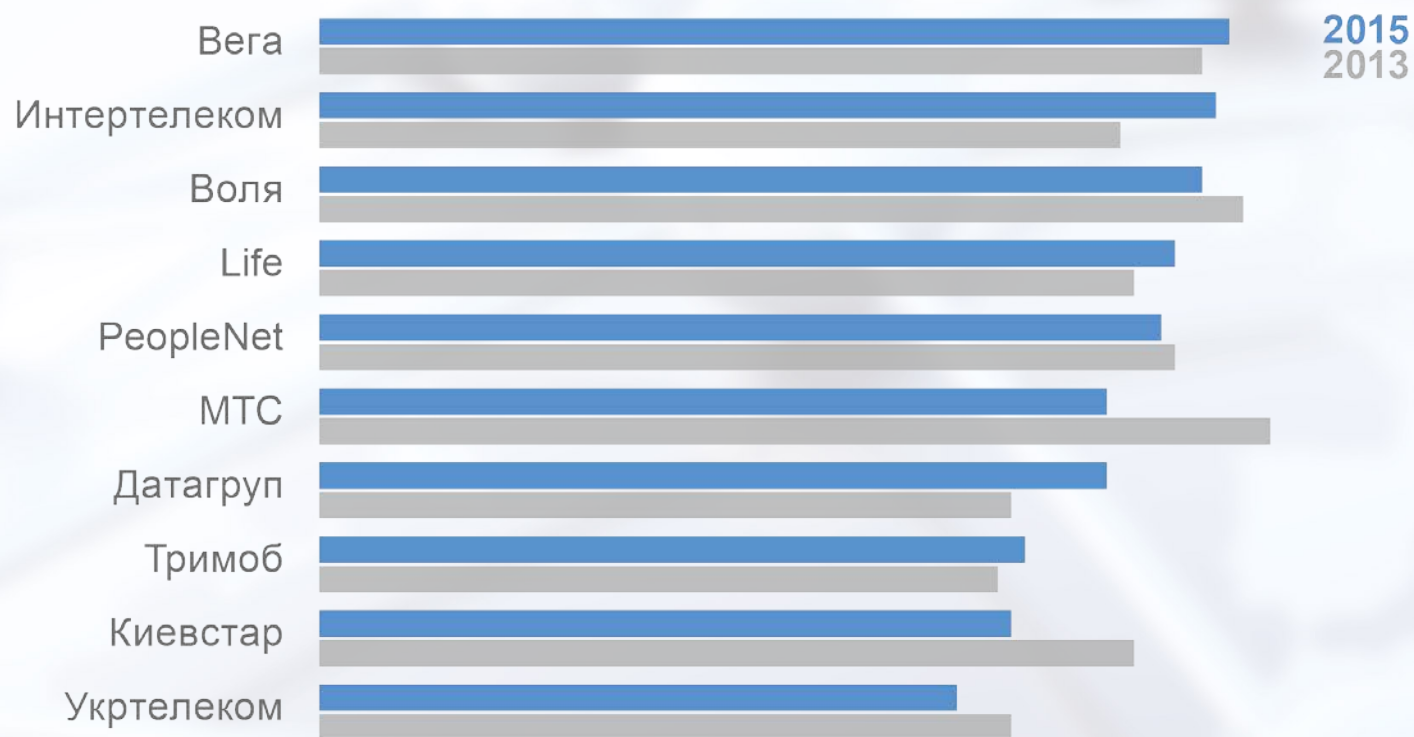
**УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ
(80 – 89%)**



**НЕДОСТАТОЧНЫЙ УРОВЕНЬ
(до 79%)**



СРАВНЕНИЕ 2013 И 2015 гг.



В среднем по отрасли уровень телефонного сервиса снизился на 4% и, по-прежнему, не достигает высокого. Падение может быть связано с кризисной ситуацией в стране и соответственно экономией некоторых компаний на организации предоставляемого сервиса. Также это вызвано тем, что один из лидеров рынка переживает процесс перехода к новой системе оценивания качества телефонного сервиса (критерии начинают отличаться и соответственно оценка по системе Hot Skills стала ниже). На графике показана сравнительная характеристика по компаниям, которые принимали участие как в данном исследовании, так и в прошлом. Из них 50/50 представителей телеком рынка показали рост и падение уровня телефонного сервиса (5 компаний выросли, 5 - упали).

ЗОНЫ РОСТА

ПРОБЛЕМА	КОМПАНИЯ				
	УКРТЕЛЕКОМ	ДАТАГРУП	ЛАНЕТ	ФРЕГАТ	ТЕНЕТ
ЧТО ДЕЛАТЬ	Операторы часто забывают имя клиента после уточнения и переспрашивают его вновь. Неубедительная работа с возражением.	Оператор первой линии не передает имя клиента второму специалисту, который проводит основную консультацию. Грамотность хромает.	Хромает грамотность; неубедительные ответы на возражение; слабая активность в разговоре.	Неубедительная работа с возражением; слабая активность; операторы сами не представляются и не спрашивают имя клиента.	Неубедительная работа с возражением; слабая активность; операторы не спрашивают имя клиента.
	После уточнения имени клиента, его стоит записать, чтобы не забыть, и держать листик перед глазами, чтобы использовать имя в ходе разговора. Возражения лучше отрабатывать с помощью профессиональных тренеров и в паре с другим оператором, инсценируя разговор с клиентом.	Ввести за правило, что при переключении звонка, оператор первой линии сообщает второму специалисту имя клиента и второй его (имя) не переспрашивает. Для того, чтобы подтянуть грамотность операторов, тренеру необходимо периодически проводить среди операторов тестирование.	По возражениям - работа с тренером и обыгрывание различных ситуаций в разговоре с клиентом при подготовке к приему звонков. Для того, чтобы операторы были более активны в разговоре с клиентом, необходима продуманная, прозрачная и хорошая мотивационная система. А также - прописанные правила поведения оператора в разговоре (узнать потребности клиента, предложить оптимальный вариант).	Необходимо взять за правило представляться в начале разговора и спрашивать имя позвонившего. Возражения нужно отрабатывать с тренером и коллегами-операторам и (инсценировка разговора с клиентом). Необходимо мотивировать операторов проявлять активность в разговоре.	Необходимо взять за правило спрашивать имя позвонившего и использовать его в ходе разговора. Возражения нужно отрабатывать с тренером и коллегами-операторам и (инсценировка разговора с клиентом). Необходимо мотивировать операторов проявлять активность в разговоре.

ЗОНЫ РОСТА

ПРОБЛЕМА	КОМПАНИЯ				
	ФРИНЕТ	КИЕВСТАР	ВЕГА	ВОЛЯ	ТРИОЛАН
ЧТО ДЕЛАТЬ	Неубедительная работа с возражением; слабая активность; операторы не спрашивают имя клиента, перебивание.	Два оператора из трех не отработали возражение; нет возможности переключить позвонившего на нужного специалиста; операторы не уточняют имя позвонившего перед тем, как обратиться.	Оператор первой линии не передает имя клиента второму специалисту, который проводит основную консультацию. Не убедительная работа с возражением. У одного из операторов недостаточная компетентность (односложные, не полные ответы).	Операторы уточняют имя позвонившего не в начале разговора. Хромает грамотность.	Операторы не уточняют имя клиента. Слабая активность оператора в разговоре. Неубедительная работа с возражением.
	Необходимо взять за правило спрашивать имя позвонившего и использовать его в ходе разговора, а также дослушивать клиента до конца, не перебивая. Возражения нужно отрабатывать с тренером и коллегами-операторами (инсценировка разговора с клиентом). Необходимо мотивировать операторов проявлять активность в разговоре.	Возражения нужно отрабатывать с тренером и коллегами-операторами (инсценировка разговора с клиентом). Перед тем, как обратиться к позвонившему по имени, необходимо его (имя) уточнить, так как с одного и того же номера могут звонить совершенно разные люди. Для удобства клиента нужно обеспечить возможность переключения между специалистами разных отделов компании. Просить клиента перезвонить по другому номеру телефона - проявление не совсем лояльного отношения со стороны компании.	Ввести правило при переключении сообщать специалисту второй линии имя позвонившего. Возражения нужно отрабатывать с тренером и коллегами-операторами (инсценировка разговора с клиентом). Для улучшения впечатления о компетентности оператора необходимо провести работу с данным оператором: проверить знание предметной области, объяснить, почему важно предоставлять полный, расширенный ответ.	Взять за правило в самом начале разговора уточнять имя клиента и использовать. По грамотности - периодическое тестирование операторов	Взять за правило в самом начале разговора уточнять имя клиента и использовать. Возражения нужно отрабатывать с тренером и коллегами-операторами (инсценировка разговора с клиентом). Необходимо мотивировать операторов проявлять активность в разговоре.

ЗОНЫ РОСТА

ПРОБЛЕМА	КОМПАНИЯ				
	ТРИМОБ	LIFE	МТС	ИНТЕРТЕЛЕКОМ	PEOPLNET
ЧТО ДЕЛАТЬ	Операторы не уточняют имя клиента. Слабая активность оператора в разговоре. Неубедительная работа с возражением. Неправильная постановка клиента на паузу.	Не все операторы уточняют имя позвонившего. Хромает грамотность.	Неубедительный ответ на возражение. У одного из трех операторов был не совсем понятный ответ на один из вопросов; у другого - слабая активность в разговоре с клиентом.	Неубедительная работа с возражением. Хромает грамотность (запинки).	Неубедительная работа с возражением. Слабая активность оператора в разговоре. Операторы не уточняют имя клиента или уточняют не в начале разговора, или не используют потом в ходе разговора.
	Взять за правило в самом начале разговора уточнять имя клиента и использовать. Возражения нужно отрабатывать с тренером и коллегами-операторами (инсценировка разговора с клиентом). Необходимо мотивировать операторов проявлять активность в разговоре. Научить операторов правилам постановки клиента на hold (пауза без поддержания разговора - не более 15 сек., далее - просьба ожидать на линии (не более 40 сек.) и музыкальное или текстовое сопровождение).	Взять за правило в самом начале разговора уточнять имя клиента и использовать. По грамотности - периодическое тестирование операторов.	Возражения нужно отрабатывать с тренером и коллегами-операторами (инсценировка разговора с клиентом). Необходимо мотивировать операторов проявлять активность в разговоре. По понятному объяснению - при подготовке нужно давать возможность операторам рассказывать друг другу информацию (инсценировать разговор с клиентом), так будет вырабатываться умение правильно доносить информацию.	Возражения нужно отрабатывать с тренером и коллегами-операторами (инсценировка разговора с клиентом). Для того, чтобы не было запинок при ответе, необходимо выговариваться (больше консультироваться, тренироваться).	Возражения нужно отрабатывать с тренером и коллегами-операторами (инсценировка разговора с клиентом). Необходимо мотивировать операторов проявлять активность в разговоре. Взять за правило в самом начале разговора уточнять имя клиента и использовать.

ОБЩАЯ РЕКОМЕНДАЦИЯ ДЛЯ ВСЕХ КОМПАНИЙ

Операторам необходимо стремиться «делать продажу» (вызвать у позвонившего непреодолимое желание приобрести услугу), а не просто хорошо отвечать на вопросы

ОРГАНИЗАТОРЫ

Экспертный Совет по вопросам деятельности отрасли контакт-центров при Украинской Ассоциации Директ Маркетинга (УАДМ):

- Величко Ирина, независимый консультант, построение и управление Контактными центрами
- Зинчук Анна, Direct Call
- Калинина Наталья, консультант по работе контакт-центров
- Калашник Валентин, OSD Group
- Левченко Елена, Beeper
- Несведов Юрий, МТС
- Сасин Галина, МТС
- Семенец Ирина, Благо
- Стреканова Елена, Ритейл страхование
- Шалыга Татьяна, Новая почта
- Рассохина Виктория, Фаворит
- Слуценко Мария, Фаворит

В основу методики легли:

- разработанная и апробированная методология компании «Beeper» (Украина)
- индивидуальный опыт Экспертов. Методика дорабатывается и корректируется на протяжении всей деятельности Экспертного Совета

Техническое исполнение: BEEPER

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Мария Авраменко

Аналитик

Украинская Ассоциация Директ Маркетинга

(044) 490 90 88

avramenko@uadm.com.ua