



Українська асоціація  
директ маркетингу  
Ukrainian direct marketing  
association



# **Аудит телефонного обслуговування ПОЧТОВО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ ОПЕРАТОРОВ**

КИЕВ, 2015



Українська асоціація  
директ маркетингу  
Ukrainian direct marketing  
association



## ЧТО, ЗАЧЕМ И КАК

**Direct Intelligence** совместно с **УАДМ** провели оценку качества обслуживания информационных линий почтово-логистических компаний с целью:

- оценить работу телефонных консультантов
- выявить и сравнить сильные и слабые стороны компаний
- дать рекомендации по улучшению

Основной **принцип** аудита качества телефонного сервиса - «mystery calls» (телефонный звонок с аудиозаписью разговора)

Качество телефонного сервиса проверяется по пяти **блокам**:

- базовые навыки
- стиль общения
- управление общением
- знание предметной области
- процедурная часть

В мониторинге оценено **9 звонков** в каждую компанию в разное время суток (утро, день, вечер), в разные дни. Далее была выведена средняя оценка по всем звонкам (максимум – 100%).

**Исключение** - компания «Мист Експресс», оценено 4 звонка по причине низкой доступности.

## СПИСОК ИССЛЕДУЕМЫХ КОМПАНИЙ





Українська асоціація  
директ маркетингу  
Ukrainian direct marketing  
association



## ЛЕГЕНДА ЗВОНКА

### Основной вопрос:

*«Здравствуйте! Как у вас можно оформить отправку посылки? Мне нужно отправить дорогую книгу/вазу/подарок из Киева в...»*

### Дополнительные вопросы:

- 1. А вы работаете в выходные?*
  - 2. А можно забрать не в день доставки, а позже?*
  - 3. А какие способы оплаты у вас есть?*
  - 4. А большая разница по стоимости между посылкой с оценочной стоимостью и без нее?*
- и другие

### В сценарий разговора включено обязательное возражение:

*Это дорого! У других дешевле!*

*Долго! Другие, я слышал/а, доставляют быстрее! (если называют срок более 1 дня).*





## КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

### 1. Базовые навыки:

- Приветствие/название компании
- Побуждение к следующему звонку/визиту
- Идентификация оператора
- Узнали/использовали ли имя клиента
- Благодарность за звонок
- Прощание

### 2. Стил ь общения:

- Переход на один язык с клиентом
- Наличие слов вежливости
- Грамотность и культура речи
- Темп разговора

### 3. Управление общением:

- Активная позиция в разговоре
- Внимательное и корректное слушанье
- Работа с возражением

### 4. Знание предметной области:

- Понятное объяснение
- Впечатление о компетентности оператора

### 5. Процедурная часть:

- Постановка на hold
- Трансфер вызова



Українська асоціація  
директ маркетингу  
Ukrainian direct marketing  
association



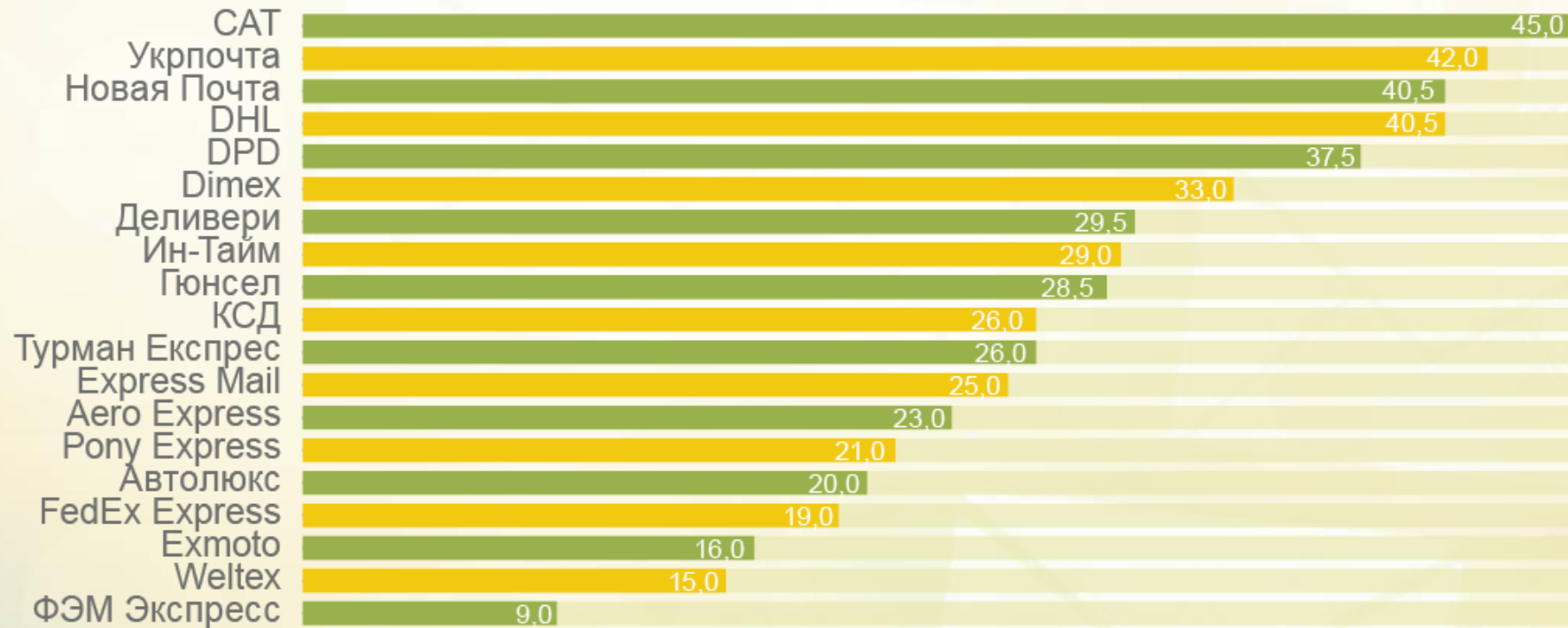
# РЕЗУЛЬТАТЫ



Українська асоціація  
директ маркетингу  
Ukrainian direct marketing  
association



## БАЗОВЫЕ НАВЫКИ



Критерии

Ошибки

"Идентификация  
оператора"

в **58%**  
компаний

"Узнали/  
использовали ли  
имя клиента"

в **95%**  
компаний

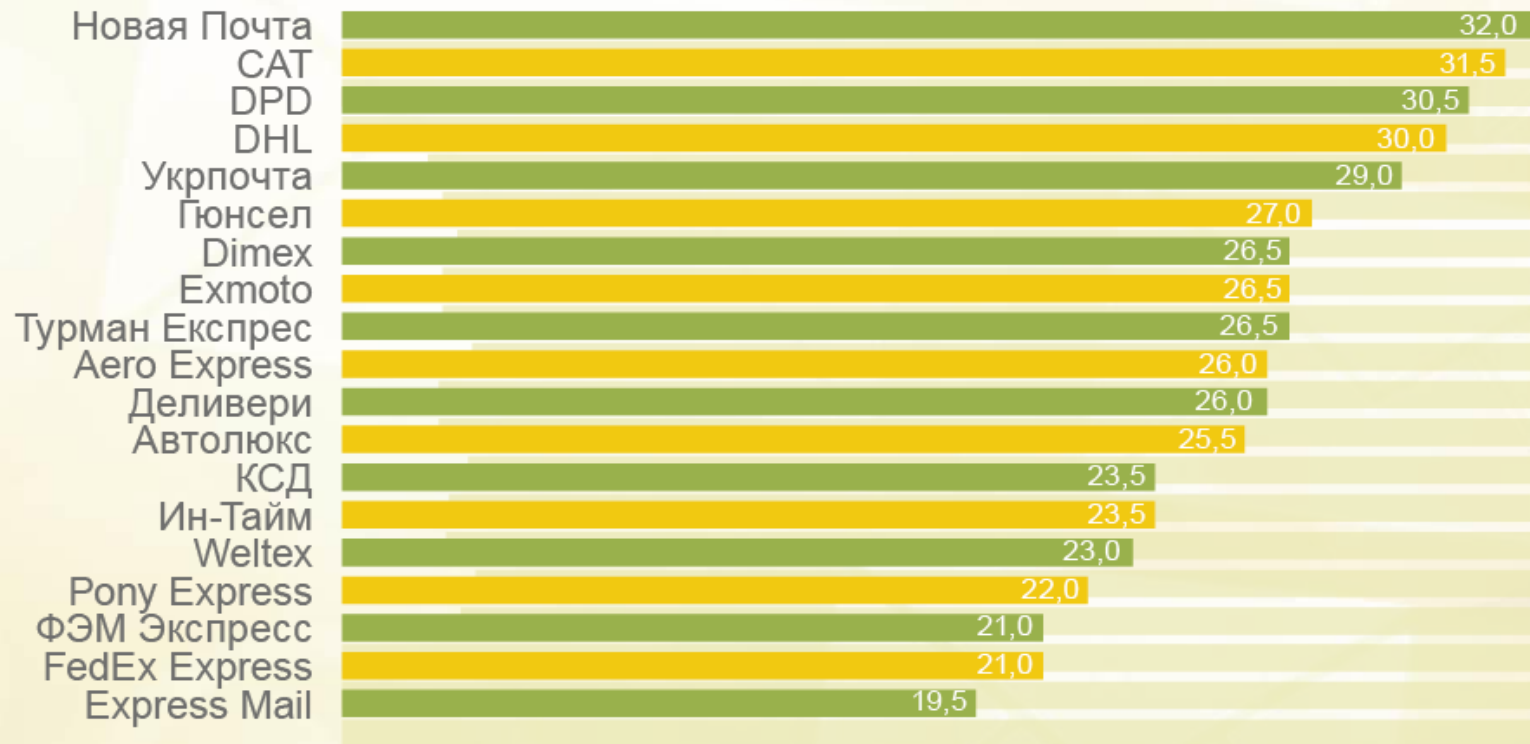
Максимум - **54 балла**. Средний балл по отрасли - **27,7**



Українська асоціація  
директ маркетингу  
Ukrainian direct marketing  
association



## СТИЛЬ ОБЩЕНИЯ



Критерии

"Грамотность и  
культура речи"

Ошибки

в **100%**  
компаний

Максимум - **36 балла**. Средний балл по отрасли - **25,8**



## УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕНИЕМ



Максимум - 27 баллов. Средний балл по отрасли - 10,1

Критерии	Ошибки
"Активная позиция в разговоре"	в 100% компаний
"Работа с возражением"	в 100%* компаний

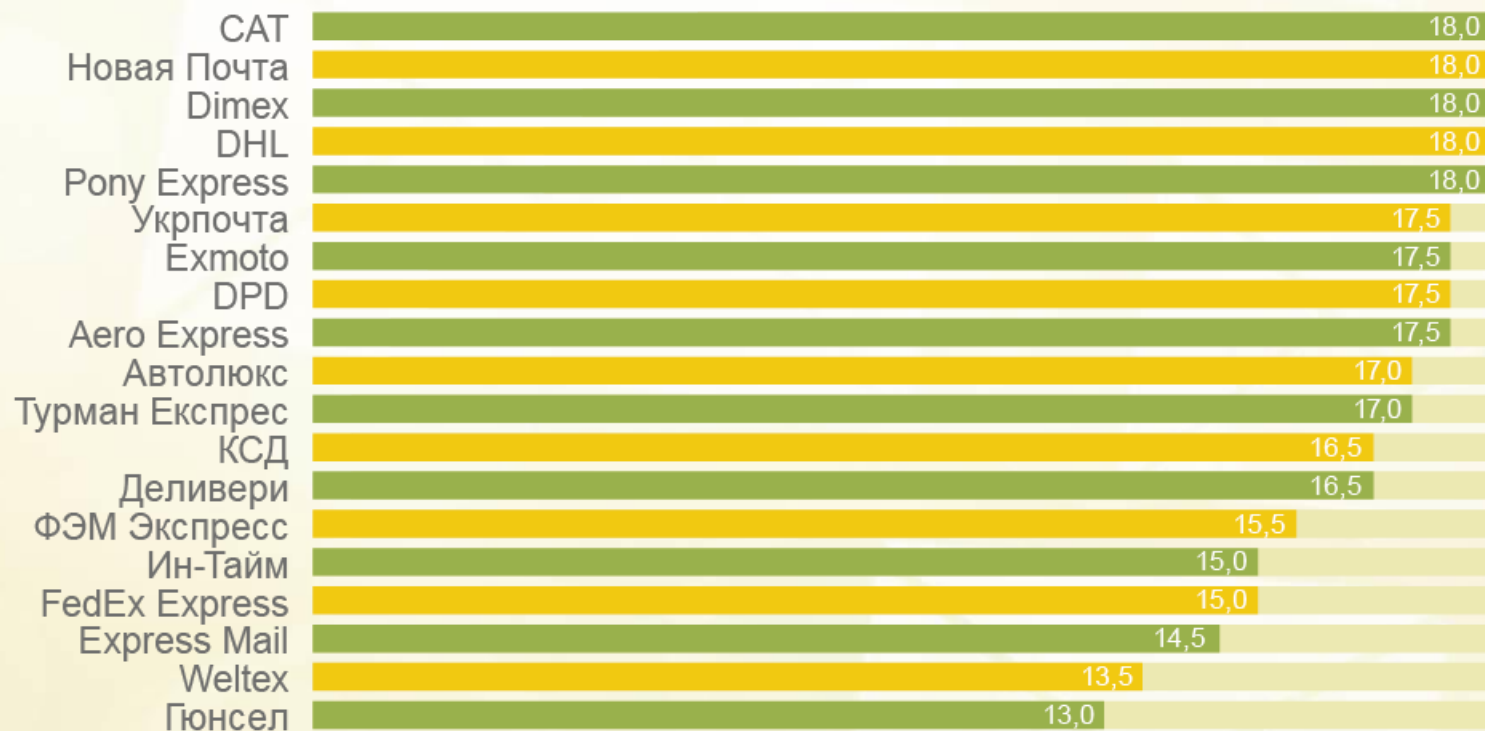
\*Только в одной компании (DPD) в 2-х разговорах из 9-ти активность отработана очень хорошо.



Українська асоціація  
директ маркетингу  
Ukrainian direct marketing  
association



## ЗНАНИЕ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ



Максимум - 18 баллов. Средний балл по отрасли - 16,5

Критерии

Ошибки

"Впечатление о  
компетентности  
оператора"

в 63%  
компаний

"Понятное  
объяснение"

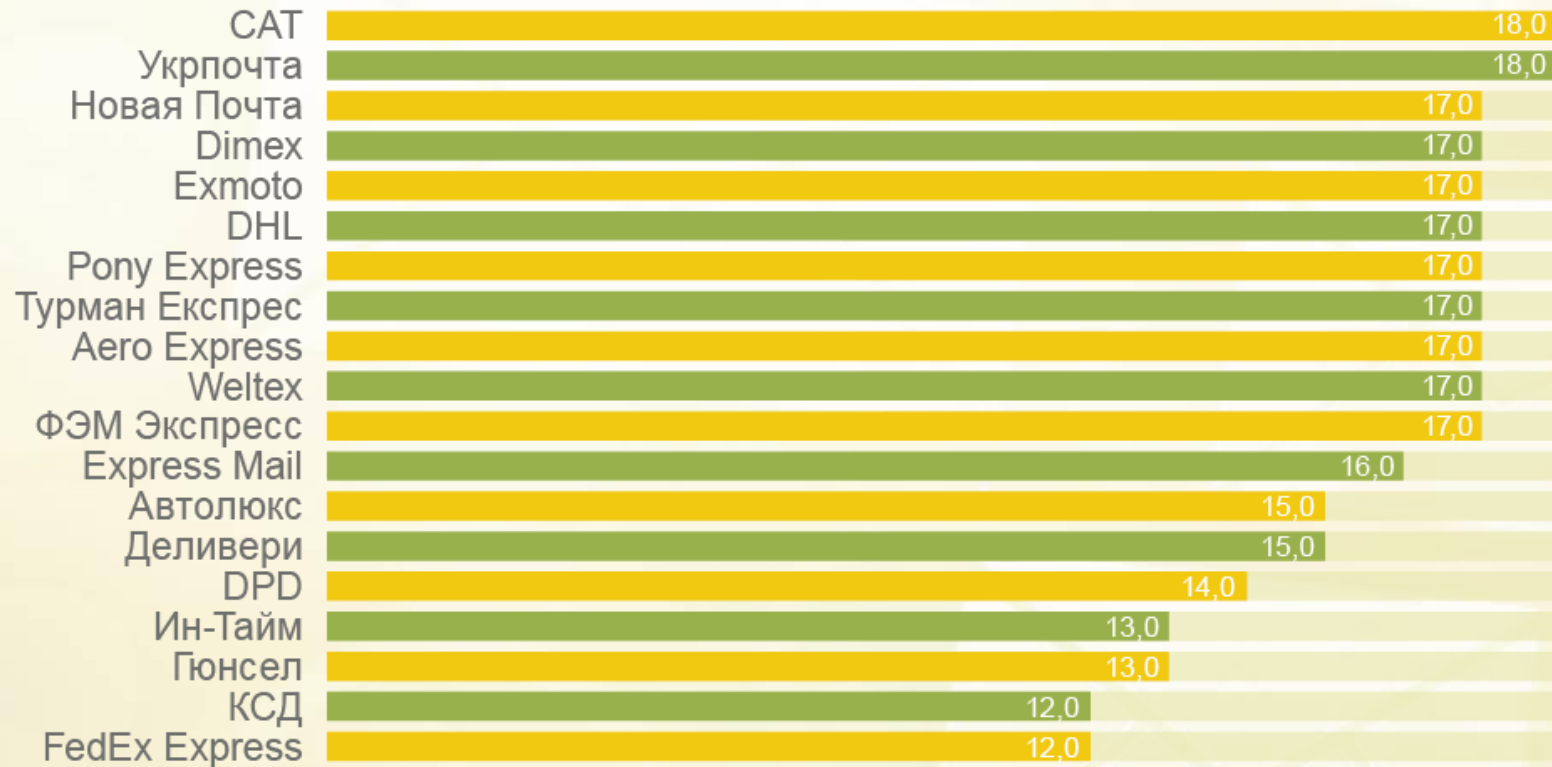
в 42%  
компаний



Українська асоціація  
директ маркетингу  
Ukrainian direct marketing  
association



## ПРОЦЕДУРНАЯ ЧАСТЬ



Максимум - 18 баллов. Средний балл по отрасли - 15,7

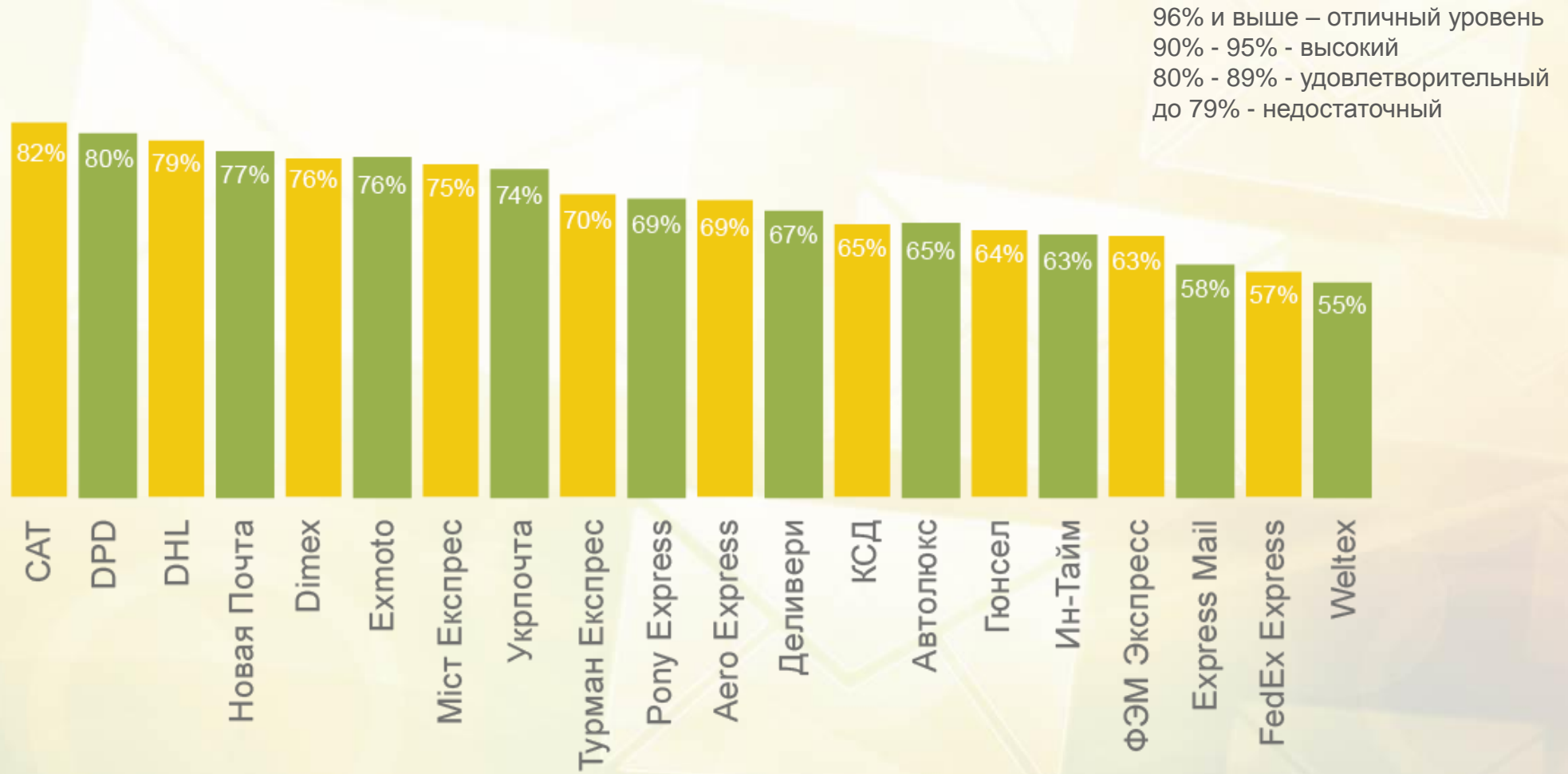
Критерии	Ошибки
"Постановка на hold"	в 84% компаний
"Трансфер вызова"	в 11% компаний



Українська асоціація  
директ маркетингу  
Ukrainian direct marketing  
association



## РЕЙТИНГ КОМПАНИЙ







Українська асоціація  
директ маркетингу  
Ukrainian direct marketing  
association



## РЕЙТИНГ КОМПАНИЙ, КОТОРЫЕ НЕ ВОШЛИ В ТОП-20



96% и выше – отличный уровень  
90% - 95% - высокий  
80% - 89% - удовлетворительный  
до 79% - недостаточный

На графике представлены компании, специалисты которых практически с самого начала проверки стали давать понять, что мы им уже неоднократно звонили, и далее консультировали неохотно.

Предположительно так произошло по причине того, что в данных компаниях работает маленькое количество специалистов, занимающихся телефонным обслуживанием потребителей, и на них все время попадал звонок нашего тайного покупателя.

**Примечание.** Данные компании оценивались по 3-м звонкам (утро, день вечер), в которых специалисты все же предоставили консультацию.

## ДОСТУПНОСТЬ

Название компании	Кол-во попыток дозвониться	Кол-во полученных консультаций
Новая Почта	9	9
УГППС Укрпочта	9	9
<b>Мист Експресс</b>	<b>24</b>	<b>4</b>
<b>Даймекс</b>	<b>10</b>	<b>9</b>
ExMoto	9	9
КСД курьерская служба доставки	9	9
<b>DPD Украина</b>	<b>10</b>	<b>9</b>
<b>Интайм</b>	<b>10</b>	<b>9</b>
<b>Гюнсел</b>	<b>14</b>	<b>9</b>
Автолюкс	9	9
<b>САТ</b>	<b>10</b>	<b>9</b>
<b>DHL Express</b>	<b>11</b>	<b>9</b>
Pony Express	9	9
Турман Експрес	9	9
<b>Express Mail</b>	<b>13</b>	<b>9</b>
<b>Аэро експресс</b>	<b>16</b>	<b>9</b>
<b>Деливери</b>	<b>10</b>	<b>9</b>
Велтекс	9	9
<b>Фем експресс</b>	<b>12</b>	<b>9</b>
<b>FedEx</b>	<b>12</b>	<b>9</b>

### Причины недозвона в компании:

- отсутствие соединения
- пропадание связи при попытке переключения звонка
- отсутствие ответа специалиста при переключении звонка
- обрыв связи
- отсутствие свободных операторов (ответ автоответчика).

**60%** исследуемых компаний не обеспечили **100%** доступность (дозвон с первого раза).



Українська асоціація  
директ маркетингу  
Ukrainian direct marketing  
association



## ЗОНЫ РОСТА





## ДОПУЩЕННЫЕ ОШИБКИ

- 1. Упрощённое понимание базовых навыков общения.** Они сводятся к приветствию и прощанию, причём приветствие часто подменяется фразой " слушаю", а прощание пропускается. У большинства компаний наблюдается отсутствие корпоративных требований, связанных с тем, чтобы в начале разговора представить себя и уточнить имя позвонившего.
- 2. Смена языка.** Еще одно стандартное требование не выполняется: в 28 звонках из 175 ( 16%) оператор вёл разговор на своём языке, а не на языке клиента.
- 3. Вежливость** - явно очень слабое звено. Во ВСЕХ компаниях были звонки, где не прозвучало ни одного слова вежливости! А именно в 132 звонках из 175, т.е. в 75% звонков. В некоторых разговорах предоставлялись односложные ответы (да-нет) на 4 вопроса подряд, что крайне невежливо и показывает абсолютную незаинтересованность в потенциальном клиенте.
- 4. Суржик.** В 75 звонках ( 43%) отмечены случаи употребления суржика, непрофессиональной лексики, множественного использования слов-паразитов. Например, б/у, нал, безнал, ну, как бы, в принципе, счётик, гривночки и др. Часто числительные неграмотно склонялись. Есть случаи использования непонятных клиенту аббревиатур: "Сообщите получателю номер ТТН".
- 5. Активность.** Сделать заказ в явном виде не предлагалось - звонки несут консультационный характер, а не продажу клиенту нужной ему услуги, оптимальной из всех имеющихся. Разницу легко проиллюстрировать: а) "Так как у вас дорогостоящий подарок, причём хрупкий, Вам нужно указать оценочную стоимость и приобрести также страховку груза, она составит всего лишь..."; б) "Скажите, а мне нужно страховать груз? - Это необязательно, по Вашему желанию"; в) "Можем отправить как с оценочной стоимостью, так и стандарт. Вам что?" Выяснение ВСЕГО списка вопросов сразу, определяющих цену и сроки (вес, габариты, город, когда там должна быть посылка, от двери до двери или иначе, с оценочной стоимостью или без), пока редкость.



## ДОПУЩЕННЫЕ ОШИБКИ

- 6. Внимательное слушание.** Достаточно много случаев перебивания, переспрашивания откуда-куда, хотя клиент уже называл города.
- 7. Возражения.** Единственный случай перевода возражение в преимущество: "Это цена для единоразовых клиентов, а тот, кто часто отправляет, получает хорошую скидку". Никто не говорит о том, что это цена не только за факт доставки, но также и за то, что она будет осуществлена вовремя, независимо от погодных условий и транспортной обстановки в городе, за возможность отследить груз, за информирование получателя о прибытии груза в его город и т.д. "У нас такие тарифы" - наиболее распространенный ответ.
- 8. Длительные объяснения.** В основном объяснения сочтены понятными. Хотя они достаточно длинные (3-5 мин) и утомительные в связи с тем, что операторам зачастую не удавалось "вести клиента" и давать единый, полный и ясный ответ. Клиент сам должен сложить пазл из множества ответов. Например, часто называют цену за 1кг, а затем говорят "+5 грн за каждый следующий кг", а общую сумму клиент должен подсчитать сам. Был и такой оригинальный ответ: "Возьмите 5 грн, умножьте на 19, прибавьте... Я сейчас за рулём" (!)
- 9. Компетентность.** Иногда ответы неуверенные ("Ну, скорее всего наличными..."); встречались звонки, где было по 3 холда (после выяснения веса, выяснения габаритов, вопроса о работе в выходные дни или предельного времени сдачи груза). Отсутствие исчерпывающего ответа в одном звонке: "До какого времени нужно сдать посылку, чтобы пришла поскорее? - Позвоните в центр заборов и доставок, вот номер...»
- 10. Холды.** Очевидно, что многие компании не знакомы с правилами постановки клиента в режим ожидания.



## РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УЛУЧШЕНИЮ

1. **Базовые навыки** должны быть взяты за правило и выполняться консультантами "на автомате".
2. **Стиль общения.** Грамотность и культура речи - изначальное требование к специалистам, которые занимаются обслуживанием потребителей. Если возникают сложности в определенных моментах (правильная постановка ударения, например), тренер может легко это устранить с помощью проведения специально разработанных тестов.
3. **Управление общением.** Активная позиция в разговоре - обязательное требование к представителям почтово-логистических компаний. Задача консультанта - не просто ответить на возникший вопрос, но и заинтересовать потенциального клиента приобрести услугу, предложить оптимальный вариант, в конце разговора уточнить, получил ли позвонивший всю необходимую информацию, чтобы оформить заявку, и если да, тут же принять заказ на услугу. Работа с возражением предусматривает уверенный и аргументированный ответ на возмущение позвонившего. Задача консультанта - погасить конфликт, успокоить потребителя (при необходимости) и убедить в своей правоте. Задача тренера обучить специалистов по работе с клиентами проявлять активность и работать с возражениями.
4. **Знание предметной области.** Впечатление о компетентности оператора и понятное объяснение - одни из основных критериев, невыполнение которых тянет за собой финансовые потери компании. Если консультант предоставит позвонившему некорректную информацию (противоречие), не ответит на все возникшие вопросы или не сможет понятно объяснить, это может повлечь за собой повторные звонки со стороны потенциального клиента или даже судебные разбирательства. Данные ошибки легко устранимы своевременным дообучением консультантов и проверкой знаний перед допуском к приему звонков от потребителей.
5. **Выполнение процедурной части** должно быть взято за правило. У каждого консультанта на рабочем столе должны быть правила постановки клиента на hold и трансфера (дальнейшей маршрутизации) вызова.



Українська асоціація  
директ маркетингу  
Ukrainian direct marketing  
association



## ОРГАНИЗАТОРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

### **Исследовательский центр DirectIntelligence**

Часть маркетингового холдинга OSD Group. Эксперты исследовательского центра обладают более чем 5-летним опытом отраслевых и ad-hoc исследований в сфере почтовой логистики, электронной коммерции, аутсорсинговых контактных центров, мониторинга качества телефонного обслуживания потребителей.

### **Украинская Ассоциация Директ Маркетинга**

Общественная организация и профильное объединение в сфере дистанционной торговли и электронной коммерции, а также их инфраструктуры: логистики, контакт-центров, fulfillment&lettershops, платежных систем и т.д.



Українська асоціація  
директ маркетингу  
Ukrainian direct marketing  
association



## КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ



По вопросам участия в Премии обращайтесь к руководителю центра:

**Марии Авраменко**

тел. +38 (044) 490 90 88

моб. +38 (093) 075 50 51

e-mail: [avramenko@osdgroup.com.ua](mailto:avramenko@osdgroup.com.ua)



По вопросам партнерства просьба обращаться к руководителю проектов УАДМ:

**Алле Катренко**

тел. +38 (044) 490 90 88

моб. +38 (096) 916 67 65,

email: [katrenko@uadm.com.ua](mailto:katrenko@uadm.com.ua)