

Гайд по поддержке

Как создать эффективную команду саппорта



Оглавление

- 1** Почему необходимо вкладываться в поддержку
- 2** Стратегия работы клиентского сервиса
- 3** Работа с обращениями
- 4** Команда
- 5** Аналитика работы поддержки

Гайд по поддержке пользователей

В этом гайде поговорим о том, что такое качественный клиентский сервис, почему необходимо вкладывать силы в развитие команды поддержки, а также раскроем секреты успешной заботы о пользователях и покажем метрики для оценки эффективности работы саппорта.

Глава 1. Почему необходимо вкладываться в поддержку

Качество поддержки играет решающую роль в том, выберет ли пользователь ваш продукт.

Счастье клиентов важно для компании, потому что клиенты платят деньги. Несчастные клиенты не будут платить деньги и уйдут платить деньги компании, которая сделает их счастливыми

Ирина Алиева

Customer support team lead

По данным Gartner Research, [89% компаний](#) сейчас конкурируют между собой именно по качеству поддержки.

Качественная поддержка – важная составляющая успешного клиентского опыта, она помогает обогнать конкурентов. Крутой Customer Service выходит за рамки ответов на вопросы: операторы предвосхищают вопросы пользователей, работают с оттоком, делают допродажи и кросс-продажи.

Четыре причины, почему вам необходима качественная поддержка

Customer Service ощутимо влияет на прибыль

Удерживать действующих клиентов намного дешевле, чем привлекать новых (по некоторым оценкам, [привлечение стоит в 6-7 раз дороже](#)).



Некачественная поддержка убьёт вашу репутацию

Некачественная поддержка – одна из главных причин оттока.

Аналитики [U.S. Small Business Administration](#) подсчитали, что 68% пользователей уходят, потому что столкнулись с негативным опытом обращения в поддержку.

Customer Service – часть взаимодействия с продуктом

Граница между продуктом и сервисом стирается, и обслуживание клиентов стало его частью. Практически на любом сайте, куда вы попадаете, вы найдёте онлайн-чат. Многие сайты вшивают ссылки на базу знаний в информацию о продукте.

Клиенты готовы платить больше за качественную поддержку

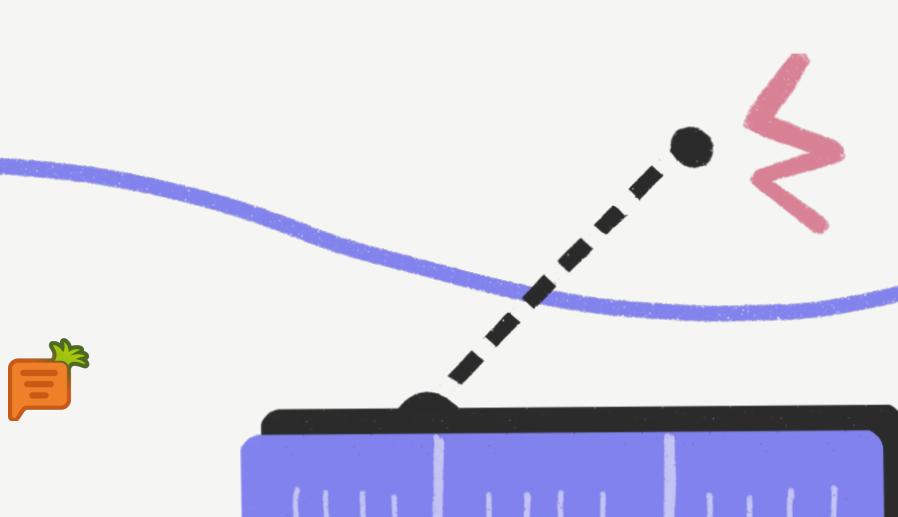
[86% клиентов готовы платить больше](#), если им вы обеспечите им качественную поддержку. Вы можете даже подумать о новом премиальном тарифе с расширенной поддержкой – вероятно, многие будут заинтересованы

Как прокачать работу поддержки

Работу поддержки можно условно разделить на четыре направления, за которыми нужно постоянно следить и улучшать по мере необходимости:

- стратегия работы клиентского сервиса;
- работа с обращениями;
- операторы и их обучение;
- аналитика.

В следующих главах мы отдельно разберем каждую из этих составляющих.



Глава 2. Стратегия работы клиентского сервиса

Чтобы клиентский сервис был на высоте, для начала необходимо определить направление работы всей команды: кто ваши клиенты, какой путь они проходят при взаимодействии с сервисом, какие цели стоят перед командой.

Стратегия поможет не сбиться с пути и двигаться в одном направлении, а также задаст тон работе сотрудников поддержки.

Сделайте счастье клиентов целью всей компании

Кажется, что счастье клиентов – это забота команды поддержки. Какое дело до этого дизайнера, бухгалтеру, разработчику?

Операторы поддержки – это часть команды, которая непосредственно работает с клиентами. Их работа будет намного проще, если вся компания будет ориентироваться на клиентов при принятии важных решений.

К тому же, этот подход избавит вас от организационных проблем. Все будут говорить на одном языке, и информация между командами будет передаваться быстро.

Допустим, клиент недоволен доставкой вашего товара – посылка пришла поврежденной. Если команды работают несинхронно, количество недовольных клиентов будет расти: те, кто занимается упаковкой, продолжат делать свою работу некачественно, потому что не отвечают за конечный результат – счастье клиента.

Если вы поставите общей целью счастье клиентов, таких сложностей станет меньше: показатели по оттоку будут уменьшаться, а выручка – увеличиваться.

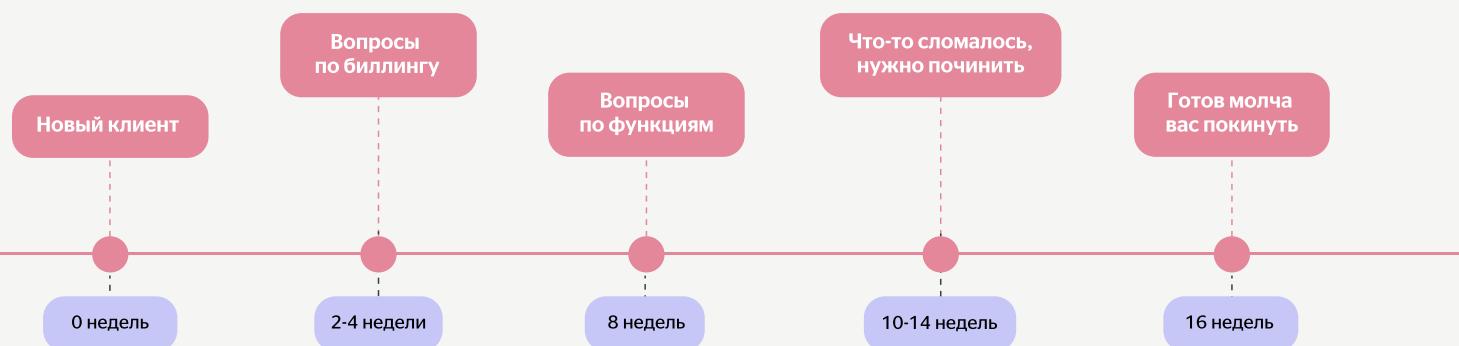
Определите путь клиента

Проанализируйте ваше взаимодействие с клиентом. Для этого ответьте на следующие вопросы:



- Как скоро после покупки клиент связывается с вами?
- Как часто клиенты пишут (звонят) в поддержку?
- Какие каналы они используют для этого?
- Что они чаще всего спрашивают?
- Клиенты, которые в итоге перестают у вас покупать, связывались с вами чаще или реже, чем те, кто остаётся с вами?
- Как вы оцениваете вовлечённость клиентов?

Ответы на эти вопросы помогут визуализировать путь клиента:



Понимание этого пути позволит вам:

- увидеть контекст запросов, которые поступают в поддержку (на каком этапе знакомства с продуктом находится пользователь, насколько он лоялен, как часто использует продукт);
- докрутить продукт в соответствии с самыми частыми запросами;
- прогнозировать запросы и распределить силы команды в соответствии с ними;
- сократить отток и увеличить LTV.

Другими словами, вы сможете предвосхищать запросы пользователей.

Подробнее про то, [как построить карту клиентского пути](#) и [какие вопросы помогут в ее создании](#), мы уже писали в блоге.



Опасность того, что клиент столкнется с проблемами и попадет в отток, есть на каждом этапе его пользовательского пути. Своевременная и качественная поддержка поможет ему справиться с кризисными ситуациями и остаться в продукте.

Ирина Алиева

Customer support team lead

К примеру, если путь клиента похож на тот, что мы показали выше, в первый месяц работы у пользователя возникают вопросы по биллингу – как выставляется счёт и как его оплатить. Вы можете решить эту проблему, если предложите соответствующую информацию сразу после регистрации.

Установите цели поддержки

Что нужно, чтобы поставить SMART-цели для команды поддержки:

- определите конкретные и измеримые цели по каждой конкретной области (не «сделать клиентов счастливее на 15%», а «сократить количество обращений новых пользователей на 15%»);
- пусть цели будут достаточно сложными, чтобы вы продолжали расти, но достижимыми;
- убедитесь, что цели поддержки напрямую связаны с целями всей компании;
- определите, как часто вы будете измерять прогресс.

Эффективные цели Customer Service могут быть направлены на удержание пользователей, [увеличение LTV](#), рост общего показателя удовлетворенности.

Например:

- сократить среднее время обработки запроса с 20 минут до 10;
- увеличить [NPS](#) до 15% к следующему году;
- увеличить [показатель удовлетворённости](#) на 5% за 3 месяца.



Глава 3. Работа с обращениями

В этом разделе поговорим о том, как помочь команде поддержки работать эффективнее, а также быстро и качественно решать проблемы пользователей, даже если все операторы работают удаленно.

Согласно исследованию [MIT Sloan](#), пользователи действительно воспринимают качество поддержки близко к сердцу:

- 92% хотят, чтобы к ним относились с уважением;
- 76% рассчитывают, что проблема не повторится;
- 74% ждут объяснений, почему так произошло;
- 63% хотят высказать всё, что они думают;
- 62% ждут извинений.

Как быстро отвечать всем пользователям

Проблема: пользователи пишут о своих проблемах в разные каналы – в чат на сайте, на почту и соцсети. Сложно мониторить все каналы сразу и одинаково быстро отвечать всем пользователям, поэтому какие-то обращения не обрабатываются или обрабатываются слишком поздно, пользователи остаются со своими проблемами, недовольны, уходят в отток и пишут гневные комментарии в соцсетях.

Решение: чтобы все пользователи получали поддержку одинаково быстро, независимо от канала, в который они пишут, объедините все коммуникации из чата, почты и соцсетей в одном окне. Команда поддержки видит все обращения в одном месте и отвечает на сообщения пользователей из любых источников. Клиенты остаются с вами и сохраняют лояльность.

Как быстро распределять обращения

Проблема: команде приходит много разных обращений – сообщения от пользователей о проблемах, вопросы про условия договоров от клиентов, предложения о партнерстве. На первые обычно отвечают специалисты поддержки, на вторые – юристы, третьи рассматривают маркетологи,



но в большом потоке разных диалогов сложно ориентироваться, и есть опасность пропустить важный.

Решение: распределяйте диалоги по каналам в зависимости от обращения клиента, чтобы каждой команде было удобнее работать именно с теми обращениями, которые находятся в их зоне ответственности.

В Carrot quest каналы можно создавать и сортировать по разным принципам:

- по источнику, если ответственность за разные каналы лежит на разных специалистах (например, разделите по разным каналам обращения из чата, почты и соцсетей);
- по цели, чтобы вопросы решались людьми, в чью зону ответственности они попадают (к примеру, разделите вопросы к поддержке, бухгалтерии и техническим специалистам);
- по назначению, чтобы человек видел те диалоги, за которые отвечает именно он.

Модульбанк использует каналы, чтобы разделить работу разных отделов: подробнее об этом [читайте в кейсе](#).

Как не дублировать чужие задачи

Проблема: в поддержку пришло сообщение от клиента. Операторы одновременно его открыли и начали писать ответ, но кто-то успел быстрее его отправить. Второй оператор выполнил лишнюю работу и зря потратил время, которое мог уделить другому клиенту.

Решение: используйте назначение операторов на диалоги, чтобы они знали, какие диалоги уже заняты, и не дублировали чужие задачи.

Прежде чем отвечать пользователю, оператор должен назначить диалог на себя, чтобы он не отображался в списке неразобранных диалогов для других операторов.



Назначить диалог на себя можно горячими клавишами Ctrl + M – запоминается как «Мое!!!»

Ирина Алиева

Customer support team lead

Как организовать работу поддержки в будни, выходные и праздники

Проблема: необходимо понять, в какое время организовать работу поддержки по будням, нужна ли она в выходные и праздники, чтобы грамотно распределить ресурсы команды.

Решение: это очень индивидуально и зависит от того, как часто клиенты используют продукт, в каких часовых поясах находятся и в какое время чаще всего обращаются в поддержку.

Сделать выводы можно на основе данных из аналитики диалогов: посмотрите количество новых обращений в разное время суток, в выходные или праздничные дни, и обеспечьте поддержку в наиболее активные и загруженные периоды.

Узнать подробнее, как это сделать, можно в статье [Как организовать поддержку в Новый год](#). А вот как это устроено в Carrot quest:

У нас мало запросов по ночам, поэтому мы отказались от ночных смен, по выходным рабочее время сокращено: поддержка на связи с 10 до 18 часов по московскому времени. В праздничные дни мы проверяем диалоги по определенным чекпоинтам: в 10 утра проверяем, какие вопросы были ночью, в обед около 15 часов и вечером около 17-18 часов. Операторы распределяются по чекпоинтам самостоятельно.

Ирина Алиева

Customer support team lead



Как вариант, на время отсутствия операторов в чате можно настроить автосообщение с указанием рабочего времени, чтобы пользователь понимал, когда ждать ответ, или подключить чат-бота.

Как не пропускать сообщения от пользователей

Проблема: в поддержку поступает много диалогов и обращений, некоторые теряются и остаются без ответа.

Решение: в открытых должны быть только диалоги в работе.

Это нужно, чтобы не пропустить ничего важного, и чтобы диалоги с решенными вопросами не засоряли рабочее пространство.

Если прямо сейчас невозможно решить задачу, нужно больше времени, информации или помочь со стороны других команд, диалог нужно отложить.

Как ограничить доступ к другим разделам

Проблема: нужно ограничить операторам доступ к функциональности сервиса, не связанной с диалогами, чтобы они случайно не вмешались в работу других специалистов.

Решение: у разных пользователей Carrot quest может быть разный уровень доступа – суперадминистраторы, администраторы и операторы. Операторы могут работать с диалогами, но не смогут посмотреть статистику по диалогам, отправить массовую рассылку или добавить других пользователей.

Как поступать с чужими диалогами

Проблема: пришел запрос от клиента в диалог, который назначен оператору, которого сейчас нет на месте. Что делать?

Решение: для поддержки главное – решить проблему каждого пользователя и сделать это как можно быстрее, поэтому диалог можно переназначить на любого свободного оператора.



В поддержке нет чужих диалогов. Диалог может быть назначен на оператора, которого нет на месте, когда обращается пользователь, а вопрос все равно нужно решить, и как можно быстрее.

Ирина Алиева

Customer support team lead

Другая ситуация, если речь идет о диалогах команды продаж: неэтично перехватывать чужие диалоги, потому что в первую очередь это отношения между конкретным менеджером и конкретным клиентом. Максимум, что можно сделать, – сообщить клиенту, что его сообщение получено и передано другому менеджеру, и сориентировать по времени ответа.

Для того чтобы у менеджеров не было соблазна перехватить чужие диалоги, в Carrot quest есть возможность блокировать переназначения диалогов. В таком случае общаться с клиентом может только тот оператор, на которого назначен диалог, а другие могут только оставлять заметки в этом диалоге.

Как держать операторов в курсе контекста пользователя

Проблема: пользователь написал о своей проблеме в чат на сайте, а через пару дней уточнил, решен ли его вопрос. Оператор тратит время на уточнение проблемы, пользователь – на то, чтобы заново объяснить, что произошло.

Чтобы эта ситуация не вызывала раздражение и пользователь не ушел в отток, он должен быть бесконечного терпения человеком, но в жизни такое случается не всегда.

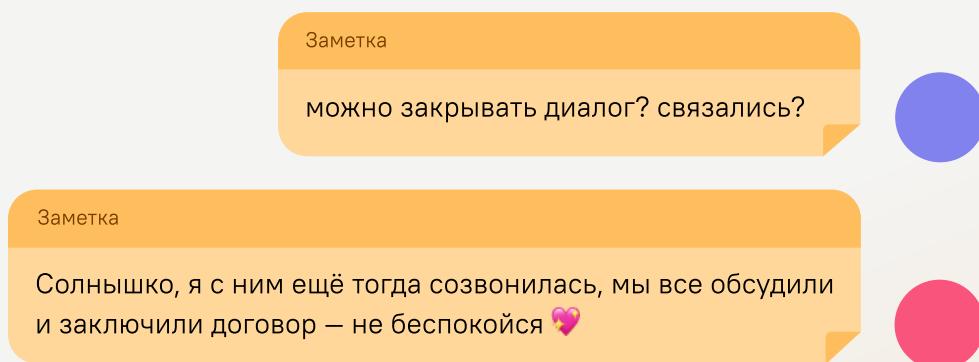
Решение: в диалогах Carrot quest сохраняется вся история переписки с пользователем, чтобы операторы уже были в контексте, прочитав историю переписки или заглянув в карточку клиента.



Как организовать работу с другими специалистами в диалогах

Проблема: пользователь обратился со сложной проблемой, для ее решения нужна помощь другого специалиста. Неудобно, если оператору и специалисту приходится обсуждать эту проблему в отрыве от самого диалога: может потеряться контекст, приходится переключаться между вкладками и так далее.

Решение: используйте заметки, чтобы общаться между собой в диалоге с клиентом, но чтобы клиент этого не видел – не нужно переключаться на другие каналы, и все сохранится в одном месте. К тому же, в Carrot quest не ограничено количество операторов, и скинуть ссылку с контекстом диалога можно любому специалисту вашей компании, хоть менеджеру продаж, хоть разработчику.



Как легко находить всю важную информацию

Проблема: в команде поддержки работают несколько операторов. Важно, чтобы у всех операторов был доступ к нужной информации (не в виде разрозненных гуглдоков сомнительной свежести и актуальности).

Решение: собираите все необходимое для работы операторов в [базу знаний](#) (инструкции, основную информацию, ответы на самые частые вопросы). Операторы смогут быстро найти нужную статью и отправить ее клиенту. Им будет легко обновлять информацию, если что-то изменилось, и не придется печатать каждый раз одно и то же или копировать из других документов. [Узнайте больше](#) о том, как создать базу знаний и как она поможет вам разгрузить операторов.



Глава 4. Команда

Без слаженной и дружной работы команды поддержки у вас вряд ли получится создать сервис мечты. Рассказываем, на что необходимо обратить внимание при работе с командой.

Подбирайте подходящих сотрудников

Качественную поддержку не создать исключительно за счет отлаженных процессов, ритуалов и аналитики, многое зависит от людей. Soft skills starter pack отличного оператора поддержки представляется нам таким:

- высокий уровень эмпатии,
- способность слушать и слышать пользователя,
- искреннее желание помочь,
- умение доводить начатое до конца,
- ответственность,
- самостоятельность,
- способность признавать ошибки,
- готовность прийти на помощь другим операторам.

Постройте процесс обработкиフィдбека операторами

Операторы поддержки напрямую общаются с пользователями и лучше остальных знают, в каких моментах у пользователей возникает больше всего проблем и какие доработки в сервисе могли бы улучшить их пользовательский опыт. Чем стабильнее работает сервис и чем интерфейс интуитивно понятнее, тем меньше пользователю понадобится поддержка.

Как вариант, наладить сбор обратной связи можно с помощью:

- каналов в slack – они помогут систематизировать сбор и передачу в разработку отзывов пользователей о работе сервиса и багах;



Carrot quest использует два канала в slack:

- #bugs – для сообщений о багах и проблемах в работе сервиса;
- #clients-hard-truth – для пожеланий по изменениям в сервисе.

В канал #bugs поддержка отправляет сообщения от пользователей, связанные с проблемами в работе сервиса. Дальше тестировщик просматривает эти каналы и определяет сложность, сроки выполнения и назначает разработчика, который будет фиксить поступившую задачу. Под каждую задачу заводят карточку в Favro. Важно, что поддержка может в любой момент найти карточку с нужным багом и сообщить пользователю, когда его проблема решится.

За каналом #clients-hard-truth следят продакты и добавляют фидбэк пользователей в бэклог идей по продукту. Потом идеи в бэклоге сортируются и берутся в работу.

- [сбора оценок от пользователей](#): спрашивайте, почему пользователи ставят низкие оценки, – так вы получите важные инсайты о продукте;
- [NPS-опросов](#), которые покажут, насколько пользователи удовлетворены продуктом и что их не устраивает;
- [Job stories](#) – правильно формулировать запросы, в том числе срочные, помогает фреймворк [Jobs to be Done](#). Он помогает изучить контекст, в котором находится пользователь, точно описать ситуацию и необходимую «работу». То есть позволяет придумать решение именно для этой «работы» именно в этом контексте.

Дайте операторам свободу принимать решения

Чтобы операторы быстрее решали поступающие запросы и меньше обращались за помощью, а также учились на собственных ошибках, предоставьте им свободу в принятии решений.

Так они будут обрабатывать вопросы от пользователей быстрее и качественнее. Секрет в том, чтобы каждый член команды мог принимать решения самостоятельно, не пробиваясь через дебри согласований.



Определите, какие меры оператор может принимать для решения проблемы. Например:

- предложить скидку, чтобы загладить неприятное впечатление;
- организовать замену или возврат товара;
- подготовить и презентовать клиенту бонусы и специальные предложения.

Определите план действий во время «пожара»

Иногда случаются ситуации, когда обращений в поддержку становится в разы больше. Чаще всего они связаны с перебоями в работе сервиса. В таких случаях особенно важно дать пользователям понять, что они не остались наедине с проблемами, вы готовы им помочь и делаете все возможное, чтобы проблемы были устраниены.

В период падения важно сохранить скорость первого ответа – чем она выше, тем лучше. Нужно отодвинуть все другие задачи и сфокусироваться на общении с пользователями.

Пользователю, у которого здесь и сейчас кризис, в первую очередь нужна информация, что мы знаем о проблеме и чиним поломку.

Ирина Алиева

Customer support team lead

Больше всего пользователей волнует, когда все придет в порядок. Решение проблем зависит от других команд, а операторам нужно сориентировать пользователей по срокам решения проблемы. Команды поддержки и продукта Carrot quest придумали систему тегов для багов, которая помогает операторам обозначить срочность и критичность проблемы:

- ПАНИКА – прямо сейчас
- СРОЧНО – в течение пары часов
- ДО КОНЦА НЕДЕЛИ

- ДО КОНЦА СПРИНТА
- В СЛЕДУЮЩИЙ СПРИНТ

Обучайте и развивайте операторов

Прокачивать навыки операторов нужно индивидуально. Помните, что у сотрудника должна быть внутренняя мотивация. Если погружение в новые задачи проходит быстро и комфортно, то можно давать что-то новое, а если нет, то нагружать не стоит. Расписать на три года вперед развитие сотрудника невозможно.

Я развиваюсь по мере поступления новых задач. Занимаюсь саморефлексией: анализирую, как формулирую задачи ребятам, как я с ними общаюсь, как распределяю время на задачи, достаточно ли отдыхаю, чтобы быть продуктивной в течение рабочего дня. Новые знания приходят постоянно практически без моего участия.

Ирина Алиева

Customer support team lead

Вы можете наблюдать, как операторы решают задачи. Но в то же время не создавайте атмосферу постоянного контроля. Стоит допустить не совсем идеальное решение, чтобы у человека был прогресс.

Для разнообразия операторы могут заниматься индивидуальными проектами, помимо общения с пользователями. В команде саппорта Carrot quest Вероника пишет статьи в базу знаний и помогает с бухгалтерией. Аксинья работает с оттоком и отвечает за финансовые вопросы, Илья пишет статьи в блог для [Dashly](#) и занимается документацией. А еще есть Игорь, он может всё. Каждый из них хорош в своём деле, потому что главное – давать проекты, которые будут интересны сотрудникам.



Глава 5. Аналитика работы поддержки

В этой главе рассказываем, как понять, что команда справляется с обращениями пользователей, где проблемные места в работе и что можно улучшить.

Отслеживайте ключевые показатели эффективности

После того как вы поставили цели, нужно определить KPI, по которым вы будете отслеживать их достижение.

Эти показатели помогают мгновенно оценить, насколько хорошо работает ваша команда поддержки.

Поддержка напрямую влияет на лояльность пользователей и метрики вроде скорости первого ответа или закрытия диалога, но от нее зависят и общие продуктовые метрики: MRR, LTV, NPS, отток и активация пользователей в продукт.

Ирина Алиева

Customer support team lead

Советуем начать с базовых метрик для поддержки.

Скорость первого ответа

3 мин 29 сек

Средняя скорость ответа [?](#)

Скорость первого ответа по часам в секундах



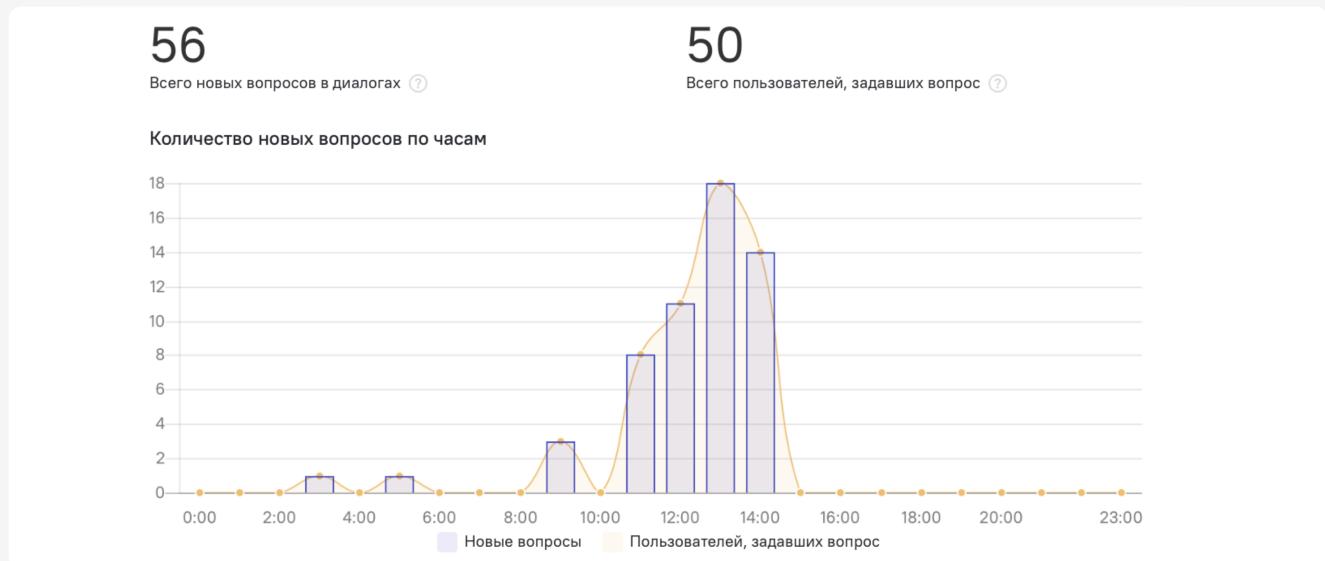
Как можно улучшить: выяснить, что влияет на скорость.

Возможно, операторы не успевают взять в работу новый вопрос, потому что загружены другими. Или статистику портят сложные вопросы, на которые операторы не могут дать ответ быстро. Настроить чат-бота или автоответ, если оператор не успевает (не может) ответить.

Очевидно, что чем быстрее пользователь получает ответ, тем лучше, но можете ориентироваться на данные отчета [Live Chat Benchmark Report 2020](#):

Индустрия	Скорость первого ответа (в секундах)
Услуги для бизнеса	84 сек.
eCommerce	113 сек.
Технологии	96 сек.

Количество новых вопросов



С одной стороны, большое количество новых вопросов означает, что ваш чат работает, а пользователи заинтересованы в диалоге и готовы решать проблемы вместо того, чтобы всё бросить и уйти. С другой стороны, людям многое непонятно на вашем сайте – это тревожный знак.

Как можно улучшить: определить время, когда поступает больше всего



обращений, и подготовить команду к высокой загрузке.

Анализируйте не только количество вопросов, но и их характер: возможно, затруднения вызывает одна определённая функция. Если количество вопросов возросло резко – это тоже повод задуматься.

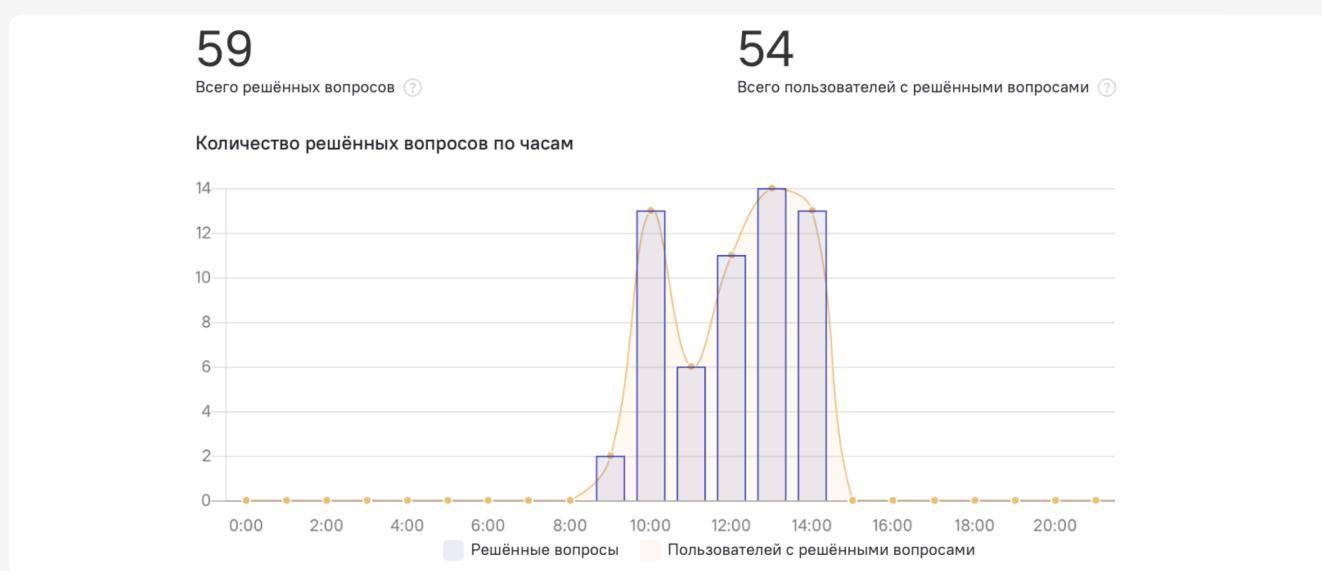
Количество пользователей, задающих вопрос

Как можно улучшить: отслеживать ботов; проанализировать вопросы, которые возникают чаще всего, и настроить подсказки.

Каждый клиент может задать неограниченное количество вопросов. Лучше всего, когда на один вопрос приходится ровно одна проблема: тогда и операторам будет удобнее её решить, и вам будет удобнее оценить их работу. Бывает и так, что пользователь вмешает в один вопрос 8 жалоб – это всё равно один вопрос (просто большой).

Поэтому начатых вопросов всегда (или почти всегда) будет больше, чем обратившихся пользователей. Но если вы видите явный перекос, например, что диалогов 50, а пользователей 2, обратите на это внимание. Проверьте, не являются ли такие разговорчивые пользователи ботами и насколько резонные вопросы они задают. Если кто-то пишет в чат от скуки и занимает время вашей поддержки, подумайте, как вы можете оградить команду от его сообщений.

Количество решённых вопросов



Количество закрытых вопросов должно приближаться к количеству открытых. Если разрыв слишком велик, ваша команда поддержки не справляется с нагрузкой.

Как можно улучшить: если команда не успевает обработать все вопросы, возможно, пора расширить штат. Если вопросы часто повторяются и вызывают трудности – провести дополнительное обучение.

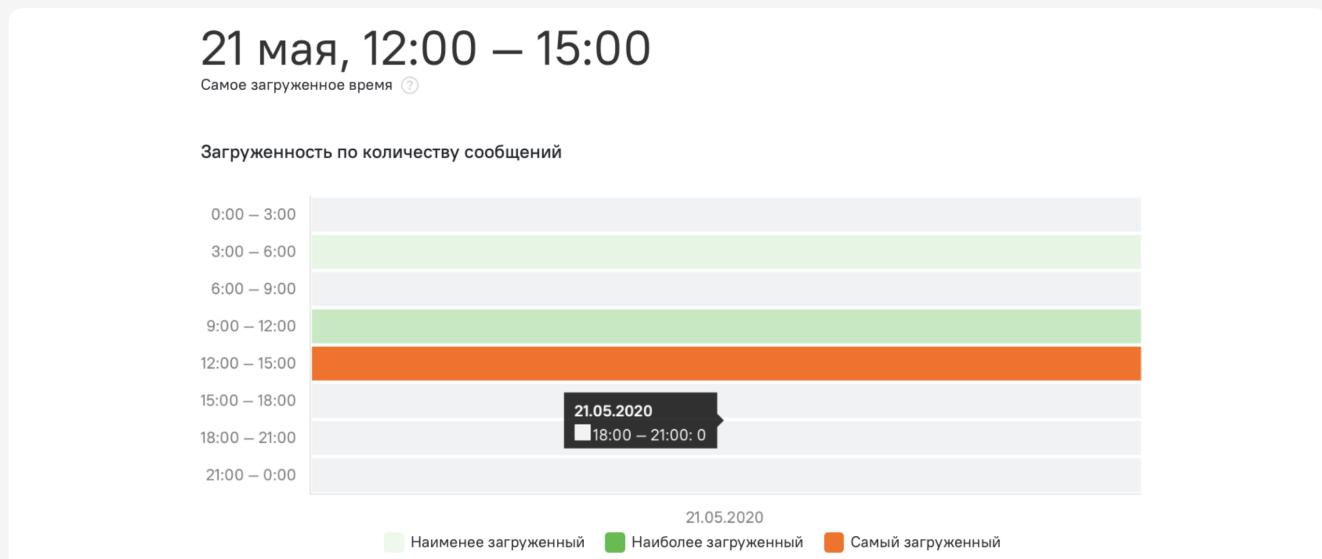
Количество пользователей с решёнными вопросами

Как можно улучшить: постоянно анализировать ошибки и не закрывать вопрос, пока пользователь не будет удовлетворён.

Сравните это число с количеством решенных вопросов. Если показатели сильно отличаются – что-то идёт не так. Возможно, у пользователей возникает много вопросов по ходу работы, либо оператор закрывает диалог прежде чем убедиться, что клиент всё понял и полностью удовлетворён.

С другой стороны, клиенты, которые задают много вопросов, могут оказаться наиболее лояльными пользователями, решившими досконально разобраться в продукте. В любом случае стоит посмотреть, что происходит.

Загруженность по часам



Как можно улучшить: распределить нагрузку с учётом самых «горячих» часов.

Когда вы будете знать, в какое время операторам приходится обрабатывать больше всего запросов, то сможете скорректировать режим работы и направить максимум ресурсов на те часы, когда нагрузка максимальна.

Оценка работы операторов

Эта метрика покажет вам, насколько пользователь доволен работой службы поддержки. Попросите его поставить оценку в конце диалога: плохо, хорошо или отлично. Уделяйте особое внимание диалогам, где пользователя что-то не устроило.

Оценка «плохо» – это сигнал от пользователя, что что-то идет не так, и мы ему не помогаем.

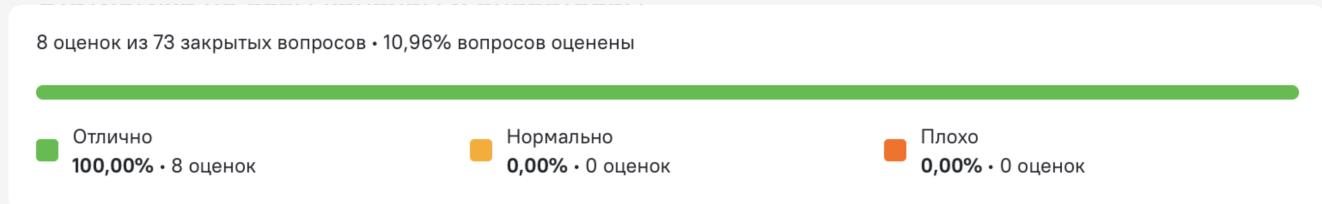
Ирина Алиева

Customer support team lead

Для оценки показателей ориентируйтесь на данные отчета [Live Chat Benchmark Report 2020](#):

Индустрия	Удовлетворенность пользователей
Услуги для бизнеса	89,47%
eCommerce	86,06%
Технологии	90,13%

Статистика по операторам



Анализируя работу операторов, вы сможете сделать работу поддержки лучше: наградить лучших работников и помочь отстающим.

Мы рекомендуем обращать внимание на следующие индивидуальные показатели:

- **Время ответа оператора** – если оператор долго отвечает на вопросы, возможно, у него возникают трудности и ему необходима помощь.
- **Средняя оценка оператора** – если с пользователями общаются сотрудники разных отделов, можно распределять диалоги по командам и оценивать работу каждого канала по отдельности. Удобно смотреть общую оценку, а затем разбирать оценки отдельно каждого оператора.
- **Решённые вопросы** – показатель позволяет оценить квалификацию оператора и качество ответов.

Больше метрик в нашей подборке статей:

[Удовлетворен или нет? 5 простых шагов по оценке счастья вашего пользователя](#)

[«Вы просто супер» – как оценить работу вашей службы поддержки](#)

[Индекс NPS: как выразить любовь клиентов в цифрах](#)

Качественный анализ диалогов

В дополнение к этому можно проводить качественную оценку диалогов – метрики помогают увидеть ситуацию в целом и основные тенденции, но не учитывают многих важных нюансов.

Нельзя воспринимать цифры абсолютно, надо всегда проводить качественный анализ. Пользователи могут поставить оценку «плохо» за недоработки в продукте, а не за ответ оператора.

Ирина Алиева

Customer support team lead



Вы можете сделать выгрузку записей рандомных диалогов разных операторов и оценивать их по следующим критериям:

- пользователь смог выполнить свою задачу;
- пользователь доволен решением;
- скорость закрытия задачи;
- оператор использовал базу знаний, блог (если была возможность);
- представлены все возможные варианты решения задачи;
- даны рекомендации для успеха (заранее продуманы следующие задачи для пользователя);
- оператор весел и дружелюбен;
- оценка диалога в целом.



Carrot quest решает две задачи онлайн-бизнеса:

- помогает продавать больше на том же объеме трафика;
- оптимизирует поддержку пользователей.

Инструменты для увеличения продаж



Онлайн-чат
с персонализацией,
аудио- и
видеозвонками



Лид-бот на сайте
для генерации
и квалификации
лидов



Поп-ап окна,
работающие
на основе поведения
пользователей



Автоматический
трекинг данных
о пользователях
с сегментацией



Триггерные
email-кампании
для удержания
и возвращения
клиентов

Инструменты для оптимизации поддержки



Онлайн-чат
с персонализацией,
аудио- и
видеозвонками



Каналы диалогов
для распределения
по операторам



База знаний для
самообслуживания
клиентов и ускорения
работы менеджеров



Объединение почты,
мессенджеров
и соцсетей, чтобы
не потерять
ни одного клиента



База пользователей
со всеми данными
по ним в одном
сервисе

Еще больше полезных материалов от Carrot quest

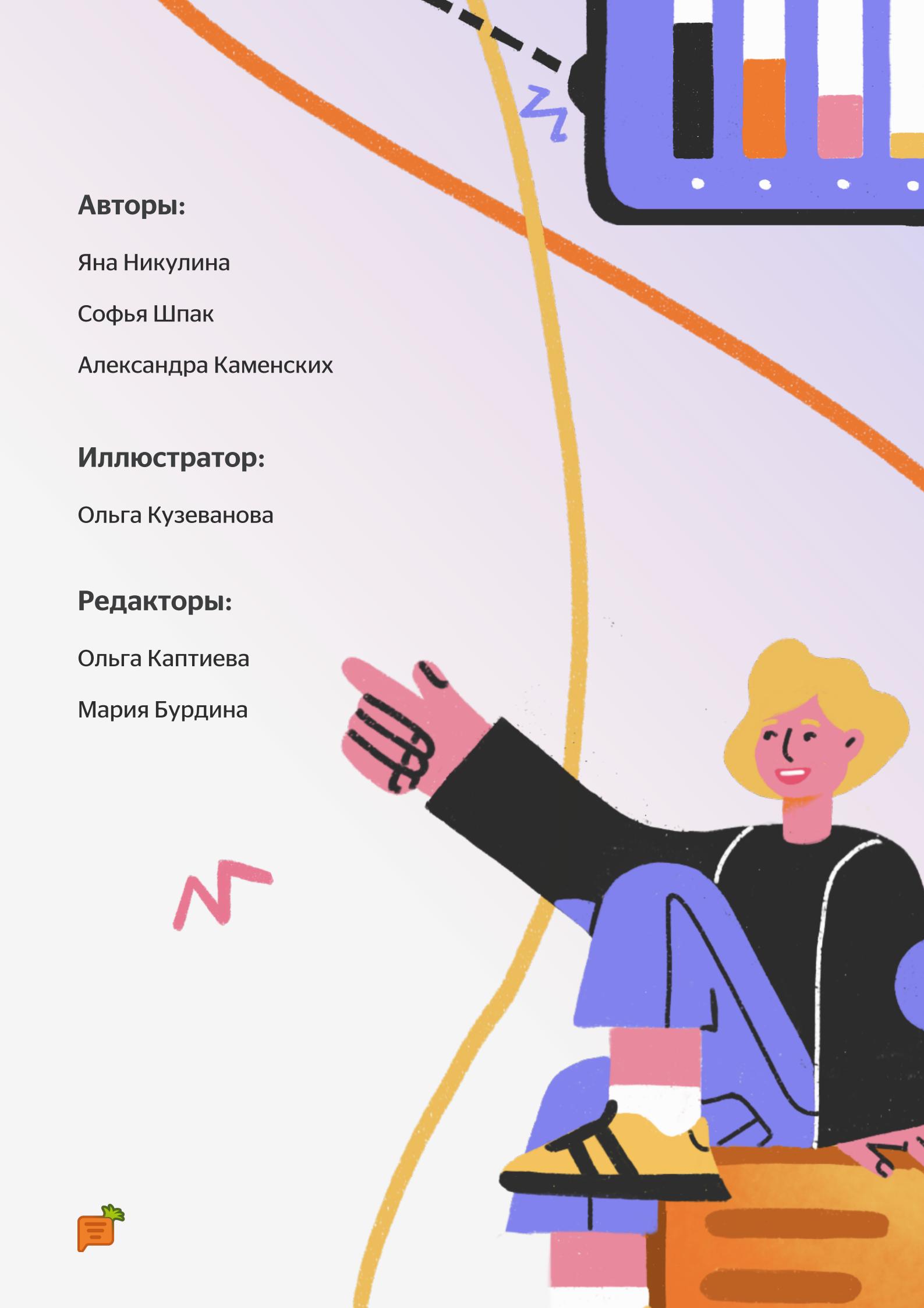
Carrot quest
Видеокурс
Как увеличить продажи
на том же трафике,
используя инструменты
Carrot quest

Carrot quest
Онлайн-книга
Трансформация
онлайн-маркетинга
и продаж

Библиотека Carrot quest

Полезные материалы про маркетинг и развитие продуктов,
а также инсайты от наших экспертов





Авторы:

Яна Никулина

Софья Шпак

Александра Каменских

Иллюстратор:

Ольга Кузеванова

Редакторы:

Ольга Каптиева

Мария Бурдина

