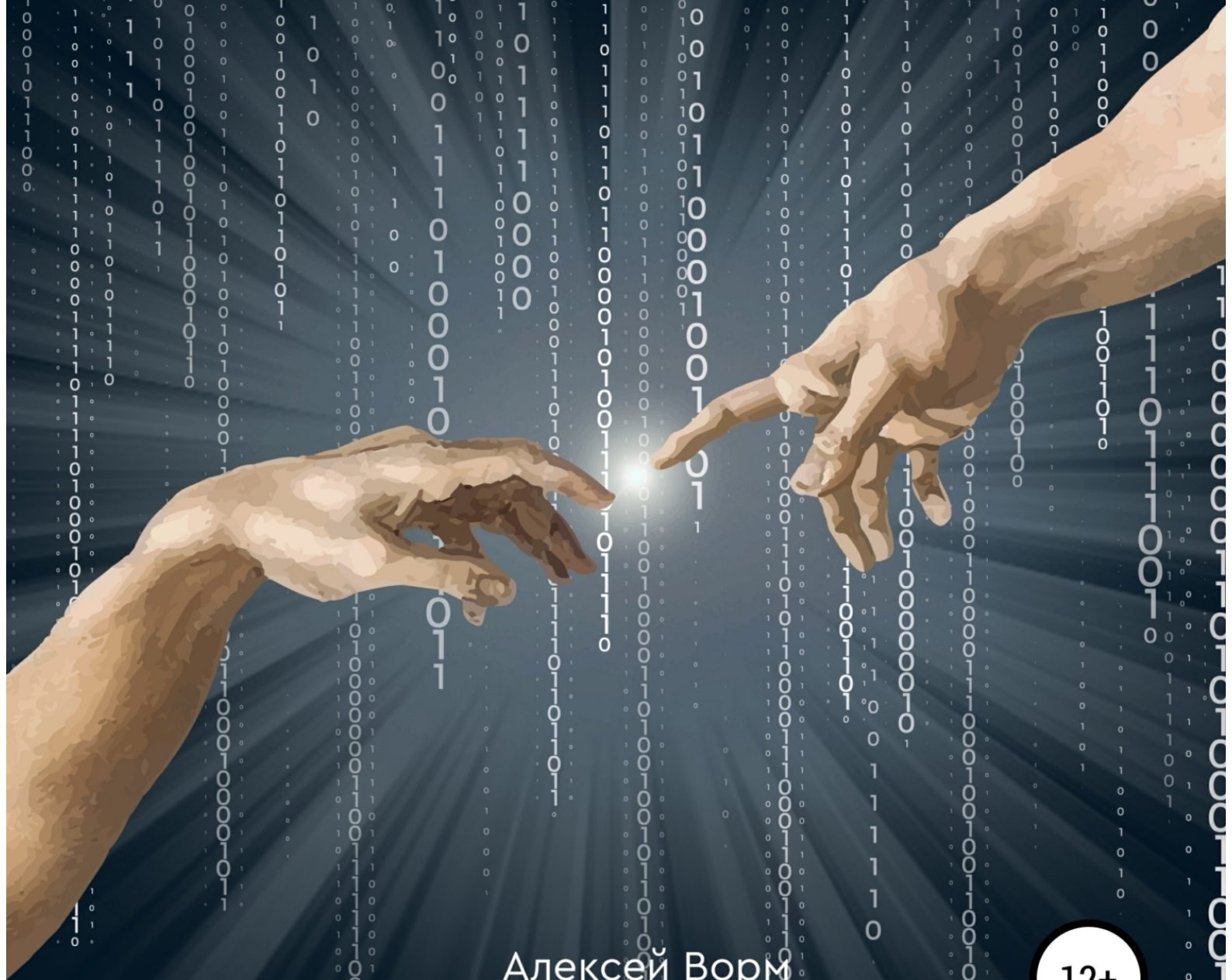


# ЛУЧШАЯ

Техническая  
поддержка



Алексей Ворон

2022

12+

Алексей Ворм

**Лучшая техническая поддержка**

«Автор»

2022

## **Ворм А.**

Лучшая техническая поддержка / А. Ворм — «Автор», 2022

ISBN 978-5-532-92046-0

Хотите узнать, как построить лучшую техническую поддержку в России? Эта книга для вас. 22 года работы в технической поддержке позволяют не без ложной скромности говорить о том, что у меня есть опыт, который может быть полезен и вам. На страницах этой книги я делюсь опытом интеграции инновационных сервисов в один технический инструмент под названием Хелпдеск. Правильно — это когда вы используете один инструмент. Правильно — это когда у вас есть правила. Правильно — это когда вы постоянно развиваетесь и улучшаетесь. В этой книге лаконично написано про то, как построить лучшую техническую поддержку. Книгу посвящаю своей жене Стасе.

ISBN 978-5-532-92046-0

© Ворм А., 2022

© Автор, 2022

# Содержание

Эпиграф	5
Пролог	6
Глава 1. Телефонная интеграция.	9
Глава 2. Интеграция в Хелпдеск направлений компании.	13
Глава 3. Интеграция в работу мессенджера Телеграм	15
Глава 4. Интеграция мессенджера Ватсап.	16
Глава 5. Внедрение Корпоративного мессенджера	17
Глава 6. Реализация прозрачного стиля общения	19
Глава 7. Создание Баз знаний по направлениям компании	20
Глава 8. Реализация информационных рассылок.	21
Глава 9. Внедрение методологии работы с жалобами.	25
Глава 10. Ежедневные летучки.	32
Конец ознакомительного фрагмента.	33

# Алексей Ворм

## Лучшая техническая поддержка

### Эпиграф

Книга «Лучшая техническая поддержка» – это результат двадцатидвухлетнего опыта в мире клиентского сервиса и технической поддержки. Начав свой путь джедая в мире техпода в двухтысячном году, я переродился в самурая клиентского сервиса, руководителя пятого уровня. По мере движения вперёд, я бережно складывал на полочки сознания кейсы, полученные от клиентов. В этой книге я делюсь с читателем своими знаниями, силами, опытом и надеждами. Я твёрдо верю в то, что делая вместе одно дело (создавая лучшую техническую поддержку), мы движемся навстречу общему благополучию.

Это не первая моя книга, но первая из серии бизнес-литературы. Все персонажи, названия компаний, бренды носят случайный и вымышленный характер. Это важно, чтобы не отвлекать моего читателя от главного – от создания лучшей технической поддержки.

Обращение к друзьям: если вы узнали здесь себя – это не про вас, но я с радостью подарю вам книгу, чтобы было что вспомнить.

Люблю вас!

## Пролог

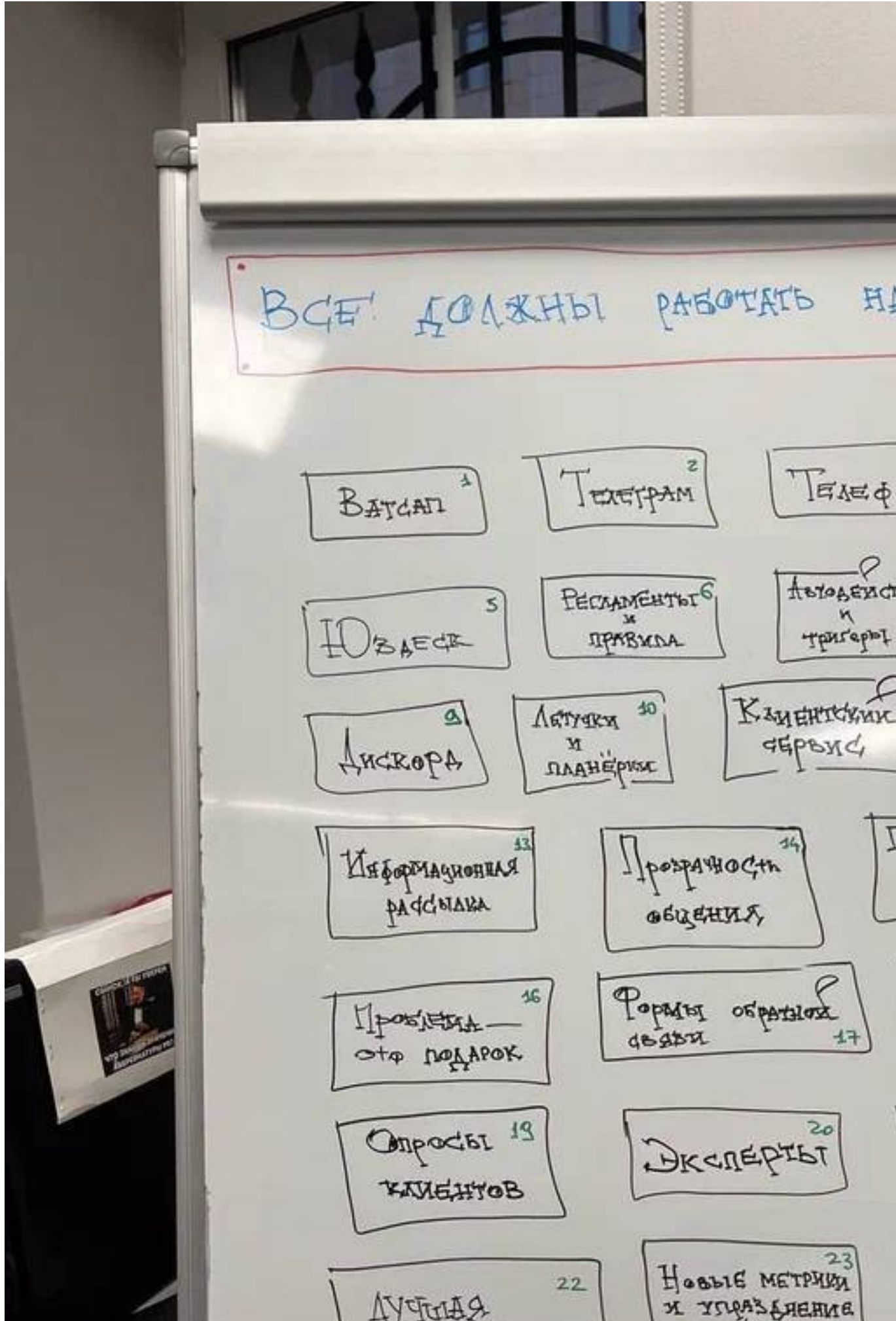
Друзья, здравствуйте.

Меня зовут Алексей Ворм. Мне 44 года и 22 из них я работаю в технической поддержке клиентов. Мой путь в техподе начался 13 января 2000 года. В тот год я оказался в одной из лучших компаний, в которых мне доводилось работать. Должен сразу сказать и заметить, что все компании, в которых я работал – это лучшие компании России. Возможно, это судьба, возможно, везение, но так или иначе, мне довелось работать там, где многие мечтали оказаться. Я никогда не гнался за деньгами, для меня всегда был важен результат, а ещё качество и удовлетворённость от выполненной работы. В каждую компанию я вложил частичку своей души, любви и честности. И каждая из этих немногих, но безусловно лучших российских компаний оставила неизгладимый след в моей жизни.

Сейчас я руководитель технической поддержки в крупнейшей российской IT-компании. Мы пилим/разрабатываем IT-решения, широко используемые на просторах нашей необъятной родины.

Во избежание ненужных слухов, домыслов, пересудов и других неприятных историй я постараюсь избегать упоминаний названий предприятий, в которых мне довелось работать, а также названий компаний-партнёров и технологических продуктов – это абсолютно лишняя история. В издательствах не разрешается коммерческая реклама, поэтому в некоторых местах, в тексте книги, я заменил упоминания коммерческих продуктов, онлайн-магазинов и прочих подобных ресурсов на их лаконичные аналоги типа – CRM, Хелпдеск, Телефонный провайдер № 0, Лучший телефонный провайдер и другие. Эта книга никогда не появилась бы на свет, если бы передо мной не была поставлена задача – создание лучшей технической поддержки. Возможно, многочисленные «бы» и являются ключом, открывающим дверь создания лучшей технической поддержки. Мы начали с плана, затем перешли к описанию, а после погрузились в детали. У нас появилось 24 опции/пункта требуемых функций и дорабо-

ток по внедрению и интеграции, необходимых для создания лучшей технической поддержки.



Наш пазл сложился, и всё, что нам оставалось сделать – это просто сделать то, о чём мы договорились в нашем плане. Приятного вам чтения и пусть у вас всё получится наилучшим образом – так, как это получилось у нас.

## Глава 1. Телефонная интеграция.

Итак, пункт первый – это телефонная интеграция.

Для телефонной интеграции мы выбрали лучшего телекоммуникационного провайдера, далее так и будем его называть – Лучший телефонный провайдер. Этот телефонный провайдер обладает несколькими важными качествами и параметрами, которые необходимы и важны для того, чтобы создать/поддерживать/вести правильную техническую поддержку и клиентский сервис.

Один из основных параметров, по которым мы выбирали телефонного провайдера для нашей технической поддержки – это параметр качественного клиентского сервиса у самого провайдера. Для того, чтобы создать лучшую техническую поддержку – нужно иметь лучшего телефонного провайдера с лучшей технической поддержкой у самого провайдера. Обратившись в техническую поддержку Лучшего телефонного провайдера мы всегда получаем оперативный ответ – обычно это 10 минут. Специалисты компании всегда оперативно решают любой вопрос. Выбор нашего телефонного провайдера также обусловлен моим личным опытом – ранее мы проводили аналитику среди других подобных телефонных операторов, таких как Телефонный провайдер 0, Телефонный провайдер 1, Телефонный провайдер 2.

Лучший телефонный провайдер оказался самым лучшим из тех, с кем мы его сравнивали, уж простите за тавтологию. То есть, по факту, наша задача – найти лучших из лучших и выбрать того, кто наиболее чётко подходит. Ключевым показателем для нас является отношение к клиентам и максимальная забота о них. Мы исходим из того, что если мы сами строим лучшую техническую поддержку, то и нас так же должны поддерживать лучшие. Нельзя построить лучший дом, используя гнилые доски.

Функционал нашего телефонного провайдера позволяет записывать и хранить записи телефонных разговоров неограниченное время, что является необходимым условием для ведения и создания качественной технической поддержки.

Лучший телефонный провайдер интегрирован в функционал CRM системы Хелпдеск и в настоящий момент времени является единым целым, работающим вкуче с CRM-системой Хелпдеск.

Стоимость обслуживания данного оператора составляет разумные деньги ежемесячно за несколько направлений – это Направление 0 и Направление 1. Здесь и далее мы намеренно не даём названий наших направлений.

Лучший телефонный провайдер позволяет оперативно вносить коррективы в режимы, которые нужно оперативно изменять в различных штатных и нештатных ситуациях, например, при сбоях, авариях, выходных днях, рабочем и нерабочем времени.

Логическая система «Лучший телефонный провайдер» позволяет оперативно управлять функциональными возможностями на уровне специалистов технической поддержки, что важно для управления функционалом в критических и нетривиальных ситуациях.

Интеграция «Лучший телефонный» провайдер с Хелпдеском позволяет фиксировать каждый новый звонок в формате тикета с уникальным идентификационным номером, что в свою очередь позволяет вести коммуникацию с клиентом на уровне диалога по номеру тикета. В CRM-системе ведётся бережное хранение данных по каждому звонку и обращению клиента в техническую поддержку. Каждому звонку от клиента присваивается тематика обращения и уровень сложности.

Номер технической поддержки Направление 0: +7 (800) 000-00-00

Номер технической поддержки Направление 1: +7 (800) 000-00-01

Так же стоит заметить, что Лучшего телефонного провайдера мы выбрали за прозрачную аналитику, за то, что информация сразу поступает в Хелпдеск, и за то, что можно динамично

менять записи – это три основных показателя почему мы выбрали этого оператора. Лучший телефонный провайдер позволяет видеть длительность разговоров, позволяет фиксировать и отслеживать проблемные разговоры.

Говоря про проблемный разговор, мы имеем в виду разговоры, длительность которых составляет более 5 минут. То есть, условно мы предполагаем, что если разговор длится больше 5 минут – в этом разговоре есть проблема.

Проблемные звонки фиксируются уже через инструмент «почта и почтовый ящик»: проблемные звонки@наш.домен. То есть все наши условно-проблемные разговоры отправляются на нашу почту и далее обрабатываются и анализируются либо роботами, либо людьми.

В рамках работы с телефонным оператором мы зафиксировали, разместили и приняли в эксплуатацию следующие регламенты для технической поддержки:

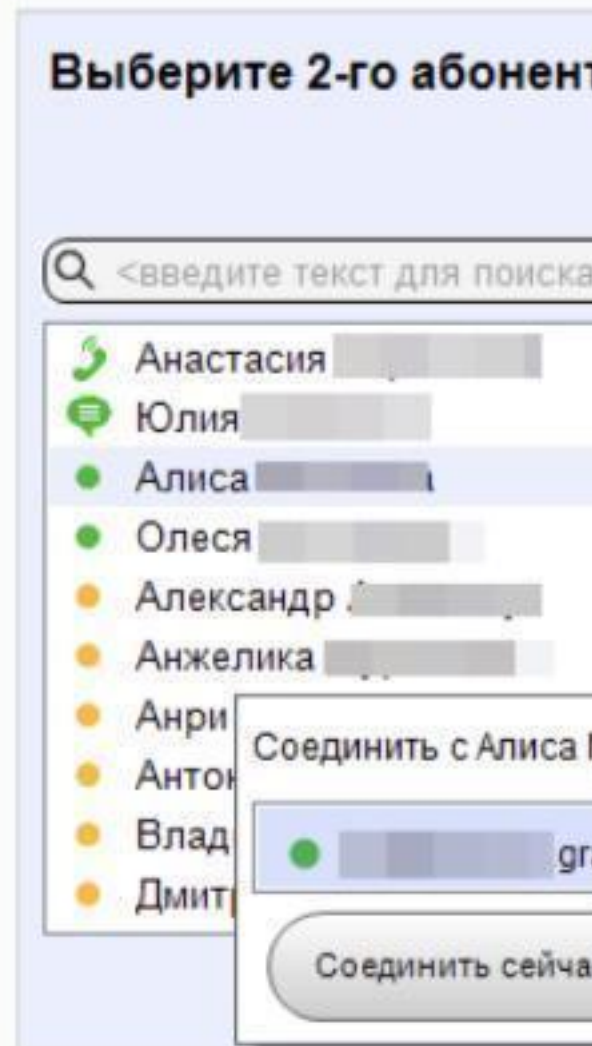
**Регламент по переводу звонков на другого специалиста.**

Если у агента техподдержки (технического специалиста) есть сложности с ответом,

### **С софтфона (коммуникатора) на компьютере.**

При использовании коммуникатора Gravitel в момент активации

(перенаправление), выберите второго абонента и нажмите кнопку  
"Предварительно позвонить" (если хотите передать какую-то информацию)



При использовании сторонних софтфонов (X-Lite, Linphone, etc.)

он может перевести клиента на коллегу.

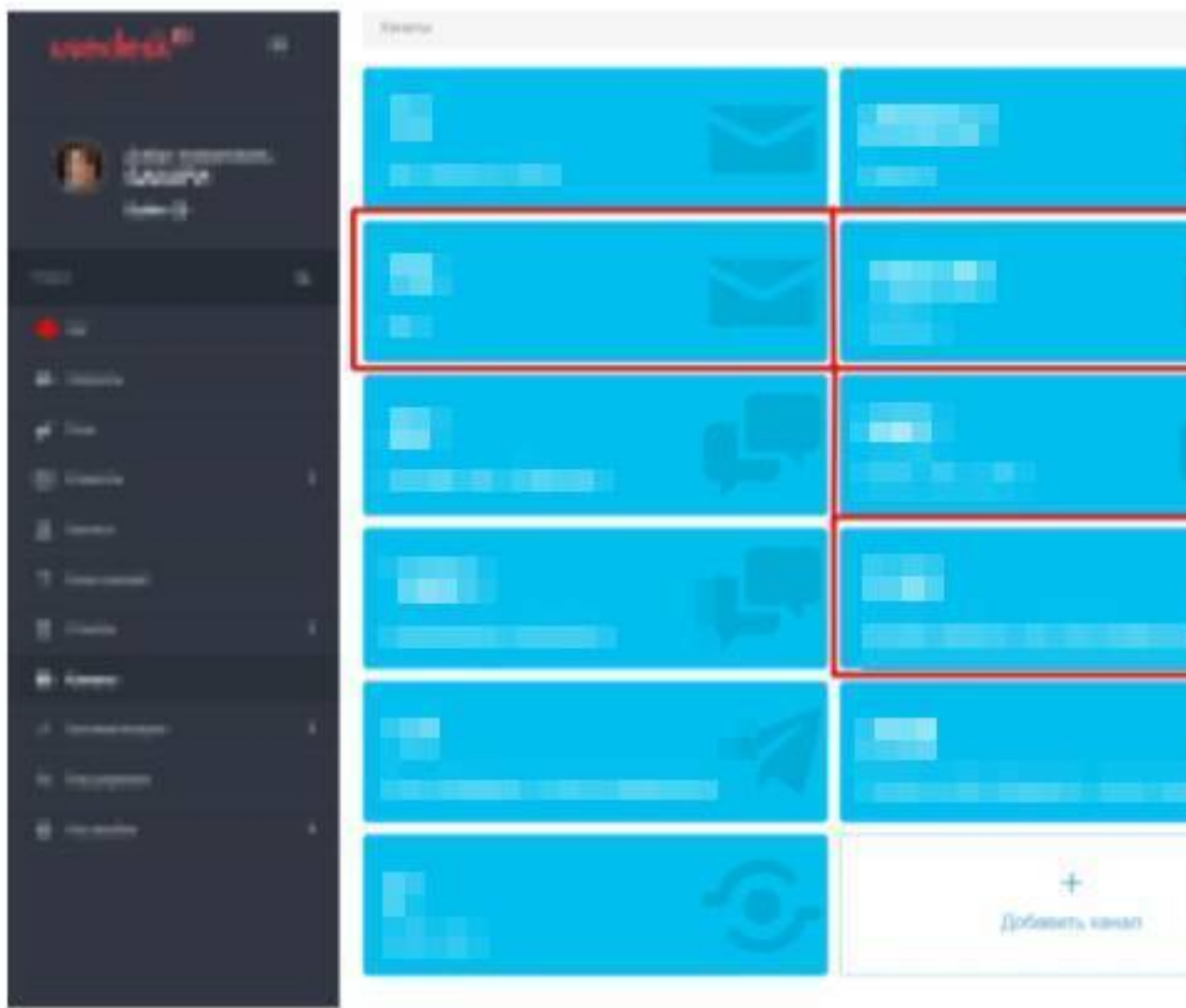
### **Регламент о пропущенных вызовах.**

- 0) Любой пропущенный вызов должен быть закрыт обратным звонком.
- 1) Мы проверяем – связывались с клиентом или ещё не связывались.
- 2) Если с клиентом связывались, то нужно закрыть обращение и прокомментировать, что мы уже связались с клиентом и вот ссылка на тикет, в котором мы общались.
- 3) Проставляем тематику обращения и одному, и второму тикету (в котором уже общались, если ещё не поставили).
- 4) Если мы не связывались с клиентом (не находим информацию о том, что клиенту звонили или писали), то мы делаем это сейчас.
- 5) Звоним клиенту, если тикет не старше двух дней, либо если пропущенный тикет после выходных (после праздников).
- 6) Тикет обрабатывается тем агентом технической поддержки, для которого тот изначально назначался, либо тикет переназначается руководителем отдела на любого другого агента технической поддержки.

## Глава 2. Интеграция в Хелпдеск направлений компании.

Мы проводим интеграционные процедуры для направлений по вопросам, связанным с Направлением 2.

Мы интегрировали в Хелпдеск направления компаний, обслуживание которых ранее осуществлялось отдельными направлениями, блоками-инструмен-



тами.

Таким образом мы замкнули на одном инструменте – это Хелпдеск, интеграционное обслуживание по всем направлениям корпорации.

Это является важным шагом для того, чтобы оперативно взаимодействовать по всем направлениям в рамках единого центра технической поддержки.

Инновации позволили нам реализовать возможность поддержки новых направлений через подключение нового/хорошо скрытого функционала хелпдеска.

Важность данной процедуры заключается в том, что теперь, когда мы видим низкую загрузку сотрудников технической поддержки в отдельных направлениях компании – мы можем увеличивать и распределять эту нагрузку по другим направлениям.

Например, когда мы видим, что техническая поддержка по Направлению 3 не до-загружена – у нас появляется возможность оперативно переключать коллег на поддержку других

направлений. Это же касается и Направления 0 – когда мы видим, что специалисты недогружены – переключаем специалистов на другие направления и задачи.

Подобные взаимодействия стали осуществимы после того, как мы интегрировали все направления нашей Корпорации в CRM систему Хелпдеск.

Ранее мы не могли определять и анализировать информацию по всем направлениям компании.

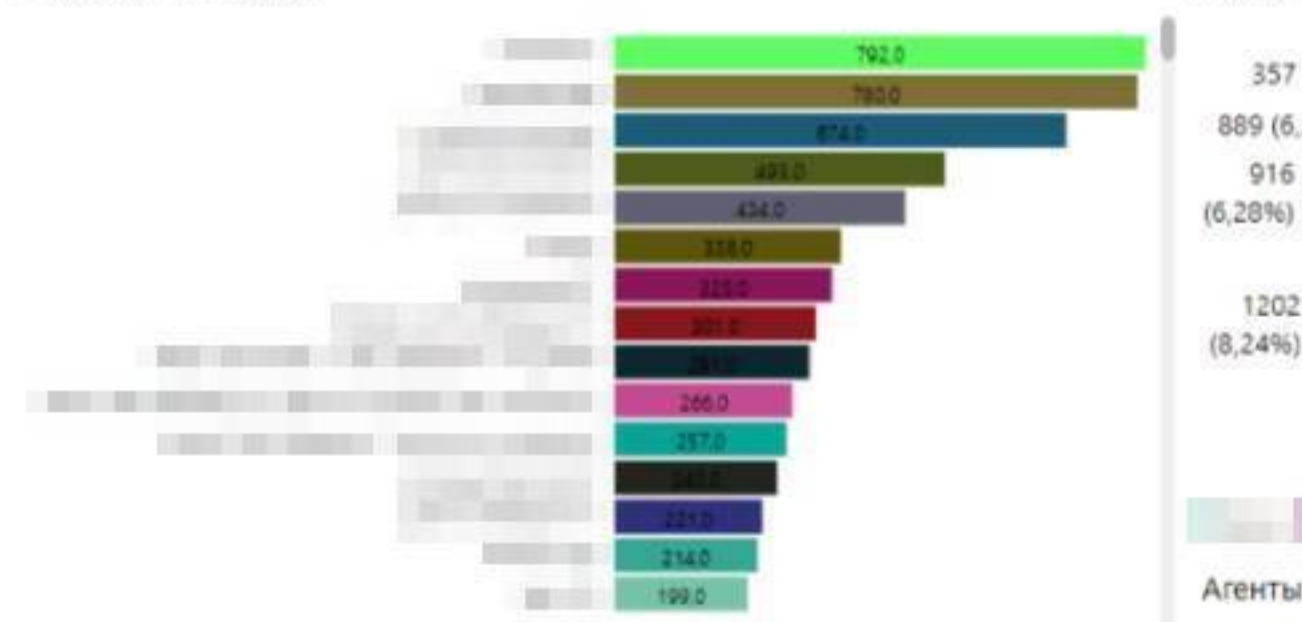
Используя современные методы, нам удалось открыть шкатулку Пандоры.

На диаграмме ниже мы видим, что общая недогруженность технической поддержки составляет 68 % – это в разрезе данных за шесть месяцев с 1 июля по 10 января 2022

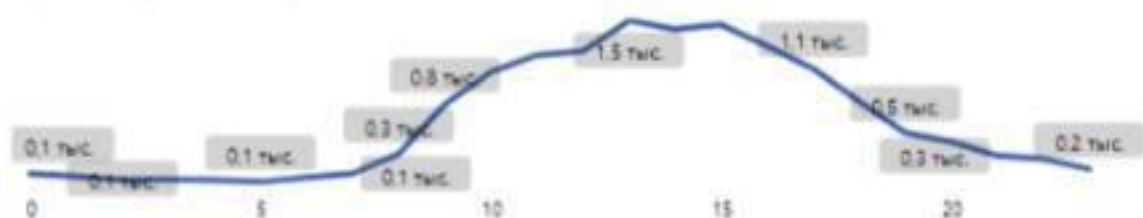
## Аналитика обращений в техподдержку все на



### Тематики обращений



### Время поступления запроса



года.

## Глава 3. Интеграция в работу мессенджера Телеграм

Техническая поддержка и ранее использовала мессенджер Telegram в своей работе. Однако применив практику интеграции – нам удалось каждый запрос от клиента, поступающий в Telegram канале, фиксировать как новое, отдельное сообщение/обращение – это важно для того, чтобы каждое обращение было зафиксировано и обработано, и у каждого обращения был свой идентификационный номер.

Ранее обслуживание канала Telegram осуществлялась в несбалансированном, архаичном и сложно управляемом потоке данных. Клиенты писали в одну группу, задавали много вопросов, и не было чёткого понимания того, закрыт вопрос клиента или нет. Клиенты жаловались, что их вопросы не решаются. Техническая поддержка жаловалась, что их заваливают большим количеством вопросов, на которые сложно и трудно отвечать. Руководству сообщалось о том, что взаимодействовать в большой группе общения с клиентами очень сложно.

Интеграция канала Telegram в CRM-систему Хелпдеск, а также гибкое распределение запросов от клиентов позволило снизить нагрузку по обращениям на техническую поддержку, а также улучшить общение с технической поддержкой на уровне клиентского сервиса. Каждое обращение от клиента, направленное в техническую поддержку – это новая задача, новый вопрос, новое решение или возможность. Как только мы реализовали и запустили этот функционал – мы в разы улучшили качество обслуживания клиентов на уровне технической поддержки.

Интеграция мессенджера Telegram в CRM-систему Хелпдеск на уровне технической поддержки – это очень важный стратегический шаг, сделанный нами для создания лучшей технической поддержки.

Сейчас ежемесячно через канал Telegram мы получаем около более 200 запросов от клиентов. Каждый новый запрос – это закрытая и решённая задача. При этом мы добились такой интеграции и взаимодействия с клиентами, когда даже если мы не можем решить вопрос клиента – мы его заводим либо на доску разработчика, либо на доску аналитика и при этом оставляем тикет клиента на удержание.

Таким образом у клиента складывается ощущение того, что он просто общается через мессенджер с технической поддержкой, но на стороне технической поддержки – это выглядит более логично, и каждый вопрос клиента – это решение.

Данная интеграция позволила нам добиться того, что даже если через год разработчик ответит на вопрос технической поддержки и закроет задачу на своей стороне – в этом случае мы всё равно сможем и ответим клиенту, что его вопрос решён. То есть, даже если решение вопроса от клиента произойдёт через год, мы в любом случае ответим клиенту через канал Telegram, что решили его вопрос.

Понятно, что лучше не доводить до таких ситуаций, когда клиенту отвечаем через год, но нужно заметить, что ситуации бывают разные, и что не всегда все ответы от клиентов решаются на стороне технической поддержки. Обычно к таким сложным вопросам относятся такие задачи, как доработка системы, аналитика и аналитическая проработка данных на стороне группы аналитиков, сложно программируемые задачи и дополнения к основному функционалу программы.

В рамках данной интеграции были разработаны и внедрены регламенты про сложные задачи клиентов, с ними можно ознакомиться далее в главе 12 – «Регламенты и работа по правилам».

## Глава 4. Интеграция мессенджера Ватсап.

Интеграция в работу технической поддержки мессенджера WhatsApp – это поистине инновационный шаг вперёд в работе технической поддержки. WhatsApp не имеет прозрачного API – это и есть основная сложность интеграции данного мессенджера в любую CRM-систему и Хелпдеск. Мы реализовали взаимодействие с клиентами на уровне WhatsApp с использованием методов и средств Лучшего Хелпдеска. К Ватсапу подключили номер технической поддержки – +7(000) 000-00-00.

Написав в WhatsApp, клиент вначале сразу получает информационное сообщение о том, что он общается с технической поддержкой. Далее клиент получает информацию о том, что находится в канале технической поддержки Направление №0, что этот канал не поддерживается роботами, так как для нас очень важно живое общение. Клиент получает краткую инструкцию – как и что нужно сделать для того, чтобы оформить запрос в техническую поддержку Направления №0. Если лаконично – при первом написании клиентом в канал технической поддержки WhatsApp в работе задействуются тонкости взаимодействия чат-бота с клиентом с минимальным описанием работы системы. Далее, когда клиент обращается с проблемой, даёт описание или сообщает ещё какие-то дополнительные данные – запрос отправляется в техническую поддержку Направление №0, мы его также получаем на уровне CRM-системы Хелпдеск.

Интеграция WhatsApp важна для того, чтобы клиенты, которых мы поддерживаем в рамках нашей программы и Направления №0, могли обратиться к нам не только через информационный чат программы или через телефон, но также и через мессенджер WhatsApp, к которому клиенты привыкли (это касается всех сегментов бизнеса – все любят писать на Ватсап).

Проведённый между клиентами опрос выявил, что большая часть клиентов не пользуются мессенджером Telegram, а пользуются мессенджером WhatsApp – именно поэтому нашим клиентам удобно писать через WhatsApp.

Каждое отправленное сообщение из WhatsApp в канал технической поддержки фиксируется на уровне CRM-системы Хелпдеск как новое сообщение. В рамках этого сообщения техническая поддержка решает вопрос клиента и закрывает задачу на своей стороне. Клиенту отправляется предложение оценить работу технической поддержки. Оценить работу можно по шкале – всё хорошо или всё плохо.

Интеграция WhatsApp в Хелпдеск также позволяет вести обратный диалог с клиентами на уровне технической поддержки, то есть техническая поддержка в рамках клиентского сервиса взаимодействует с клиентами именно в том канале, в каком удобно общаться самим клиентам.

WhatsApp – это основной инструмент наших клиентов, и для создания и поддержания лучшей технической поддержки мы обязаны поддерживать и общаться с клиентами в том инструменте, в котором клиенту удобно и понятно общаться.

WhatsApp также может применяться в критических и нетривиальных ситуациях для того, чтобы проинформировать клиентов о сбоях и аварийных ситуациях. К таким ситуациям могут относиться серьёзные аварии, о которых мы не можем сообщить через канал взаимодействия в программе.

Интеграция WhatsApp с CRM-системой Хелпдеск позволила нам сделать ещё один шаг на пути создания лучшей технической поддержки.

## Глава 5. Внедрение Корпоративного мессенджера

Внедрение корпоративного мессенджера в работу технической поддержки позволило гибко взаимодействовать между всеми направлениями компании, а также оперативно решать сложные вопросы клиентов, как внутренних, так и внешних.

В рамках корпоративного мессенджера (изначально) был выбран продукт американской разработки «Хороший корпоративный мессенджер».

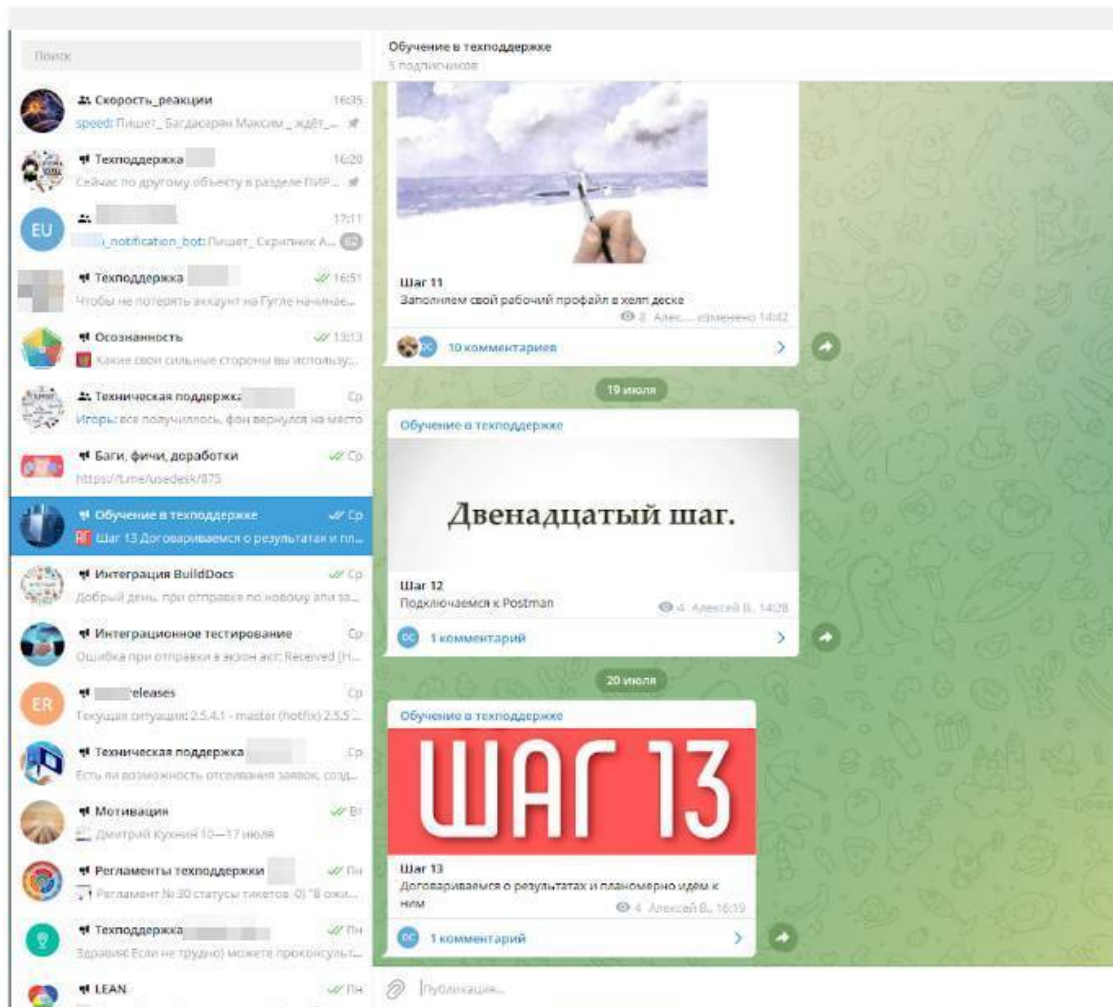
«Хороший корпоративный мессенджер» – это облачная разработка, позволяющая на уровне нескольких виртуальных серверов создавать каналы и ветки общения. В рамках технической поддержки «Хороший корпоративный мессенджер» используется как коммуникационный инструмент для решения любых вопросов клиентов. Техническая поддержка также использует «Хороший корпоративный мессенджер» для организации внутренней базы знаний сотрудников. «Хороший корпоративный мессенджер» является поистине инновационным инструментом, позволяющим быстро внедрять в работу технической службы новых сотрудников технической поддержки. В Хорошем корпоративном мессенджере реализованы такие функциональные возможности, которые позволяют быстро и оперативно создавать, внедрять, взаимодействовать, между сотрудниками технической поддержки, а также другими отделами компании на уровне регламентов и правил.

В настоящий момент времени в нашей группе компаний созданы серверы для направлений – Направление №0, Направление №1, Направление №2, Направление №3, Направление №4, Направление №5 и Направление №6.

Каждое направление компании – это отдельный сервер, на котором у нас заведены каналы, где отображаются сообщения по процессам. Каждый канал – это отдельное направление/движение/сервис. В рамках отдельного/любого направления ведётся диалог по той или иной проблеме. Для каждой проблемы заводится отдельная ветка сообщения, которая (через определённый момент времени) автоматически архивируется – это нужно для того, чтобы не засорять канал и сервер в целом.

Сотрудники технической поддержки, а также сотрудники других отделов компании приняли инструмент «Хороший корпоративный мессенджер» как современный инструмент взаимодействия и ведения бизнеса для решения любых ситуаций клиентов.

И действительно, «Хороший корпоративный мессенджер» являлся основным инструментом внутрикорпоративного взаимодействия между сотрудниками технической поддержки и клиентского сервиса. Удобство пользования этим инструментом уже было проверено временем и по достоинству оценено сотрудниками компании. Но затем грянул бум, и политическая ситуация в мире привела нас к тому, что мы были вынуждены отказаться от «Хорошего корпоративного мессенджера» по причине того, что он является американской разработкой. Мы взвесили все за и против, вспомнили историю про то, как техподдержка «Хорошего корпоративного мессенджера» как-то раз заблокировала половину наших сотрудников и мы долго мучились с восстановлением доступов. Посоветовались и приняли коллегиальное решение – от «Хорошего корпоративного мессенджера» отказаться в пользу «Лучшего корпоративного мессенджера». И отказались. И правильно сделали.



Нашим выбором «Лучшего корпоративного мессенджера» стал Telegram. Мы создали каналы, ветки, перетащили в «телегу» все необходимые правила жизни для работы в технической поддержке и поехали, как говорится, вперед, к светлому будущему России.

Один канал – это одно направление. Другой канал – это другое. Третий, ну вы поняли.

В каждом канале есть ответственные администраторы, обладающие полномочиями заведения топика, темы сообщения. От топика уже отходит ветка общения по данной проблеме/вопросу.

Сначала мы переживали, а справится ли «телега» с функциональными требованиями, выставленными в шаблоне – «Лучший корпоративный мессенджер»? «Тележка» справилась и вывезла. Едем дальше.

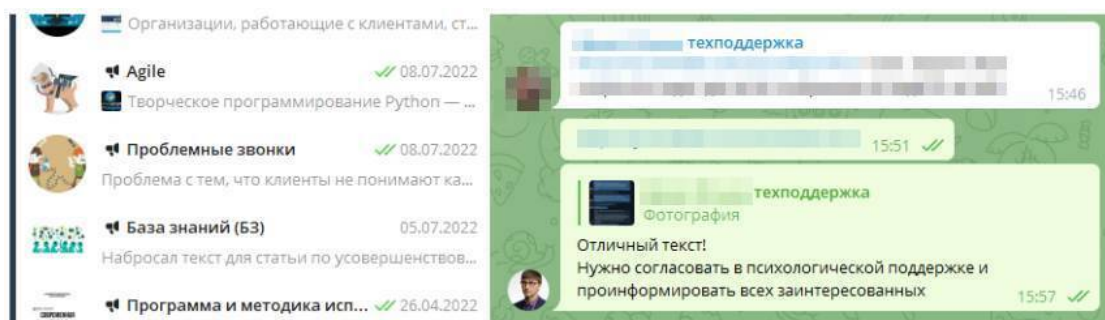
## Глава 6. Реализация прозрачного стиля общения

Реализация прозрачного стиля общения – это новый стандарт лучшего мирового сервиса по работе с клиентами.

Для того, чтобы лучше обслуживать клиентов многие компании, с недавнего времени заговорили о том, что должна быть прозрачность общения. Очень важно решать вопросы клиентов, используя не личные переписки между сотрудниками, а большие группы и информационные каналы – это важно для того, чтобы как можно большее количество вовлеченных и заинтересованных людей было в курсе той или иной проблемы. В рамках взаимодействия с использованием прозрачного стиля общения техническая поддержка использует инструмент Telegram. У этого инструмента есть и плюсы, и минусы, но всё же мы (техническая поддержка) считаем, что «телега» в данном случае является лучшим инструментом для того, чтобы поддерживать прозрачный стиль общения.

Прозрачный стиль общения и взаимодействия является очень важным для того, чтобы мягко взаимодействовать, решать и передавать клиента по отделам, а также решать все его вопросы. Техническая поддержка в рамках основного такого инструмента использует Telegram.

И прозрачный стиль общения является основополагающим фактором для того, чтобы создать лучшую техническую поддержку не только в России, но и в мире.

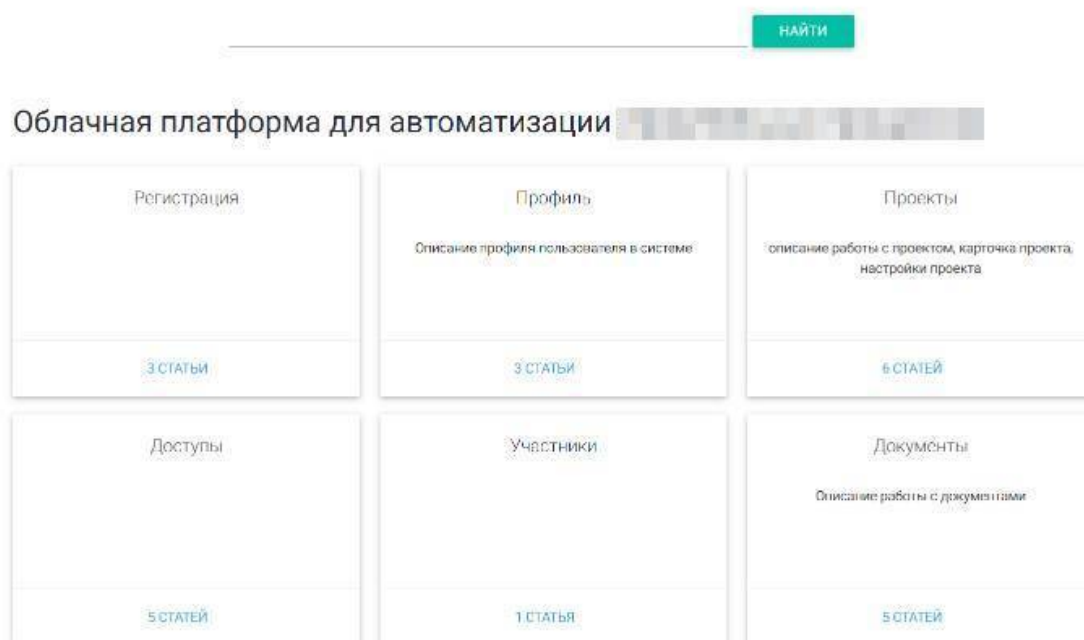


Очень часто в «телеге», можно заметить, как сотрудники технической поддержки, привлекая внимание аналитиков, разработчиков, общаются по вопросам клиента и все вместе решают проблему клиента – это очень важно, чтобы сделать лучшую техническую поддержку.

Все должны работать на клиента и прозрачный стиль общения – это именно то, что мы делаем для того, чтобы любые вопросы клиента были решены.

## Глава 7. Создание Баз знаний по направлениям компании

В рамках работы технической поддержки реализуется направление по созданию и поддержке баз знаний для всех направлений группы компаний.



К таким направлениям относится Направление 0, Направление 1, Направление 2, Направление 3. Базы знаний ведутся и поддерживаются в одном месте и имеют условно одну общую структуру и архитектуру по взаимодействию между собой и другими объектами, а также клиентами технической поддержки.

База знаний содержится и находится в облаке. Управление базами знаний осуществляется на стороне технической поддержки клиентского сервиса. В Базу знаний гибко интегрированы интернет-ресурсы, а также программы, что позволяет клиентам быстро получать доступ к требуемой информации.

Для нас было важно создание единого облачного решения, которое при обновлении в одном месте ретранслирует обновлённую информацию во все разделы, структуры и иерархии других подразделений, с которыми работают наши клиенты.

Сейчас базы знаний находятся в одном месте и оперативно обновляются технической поддержкой. Очень важно, чтобы информация была актуальной. Даже тогда, когда происходят небольшие изменения – мы стараемся оперативно быстро обновить информацию в Базе знаний.

В Базах знаний содержатся и находятся ответы на все вопросы клиентов, которые нам когда-либо задавали. Если клиент задаёт нам вопрос, ответа на который нет в Базе знаний – специалисты технической поддержки (клиентского сервиса) добавляют эту информацию в необходимый раздел данного информационного ресурса.

Все базы знаний во всех направлениях интегрированы в CRM Хелпдеск – это особенно важно для того, чтобы давать оперативный вопрос клиентам и отвечать на любой вопрос клиентов.

## Глава 8. Реализация информационных рассылок.

Реализация информационных рассылок предусмотрена для того, чтобы оповещать клиентов в случае аварийных ситуаций, когда программа или программное обеспечение для взаимодействия с клиентом не работает.

Информационные рассылки реализованы на основе платформы Хелпдеск, а также интеграционного взаимодействия с функционалом от ботмамы.

Используя опции CRM, мы информируем клиентов о том, что в нашей системе произошёл сбой/авария, и когда данный сбой будет устранён, ну и, конечно, после устранения сбоя.

Данная процедура необходима для организации лучшей технической поддержки. Это важно для того, чтобы оповещать клиентов о сбое раньше, чем они с ним (сбоем) столкнутся.

Данная реализация имеет как плюсы, так и минусы. К плюсам относится то, что мы имеем функционал, позволяющий в двухстороннем направлении общаться с клиентами. Минус – это то, что клиенты могли бы и не узнать об аварии, но из-за нашего информирования они (клиенты) об аварии узнают и могут использовать данную информацию в провокационных и других целях, носящих характер саботажа или коммерческого шантажа.

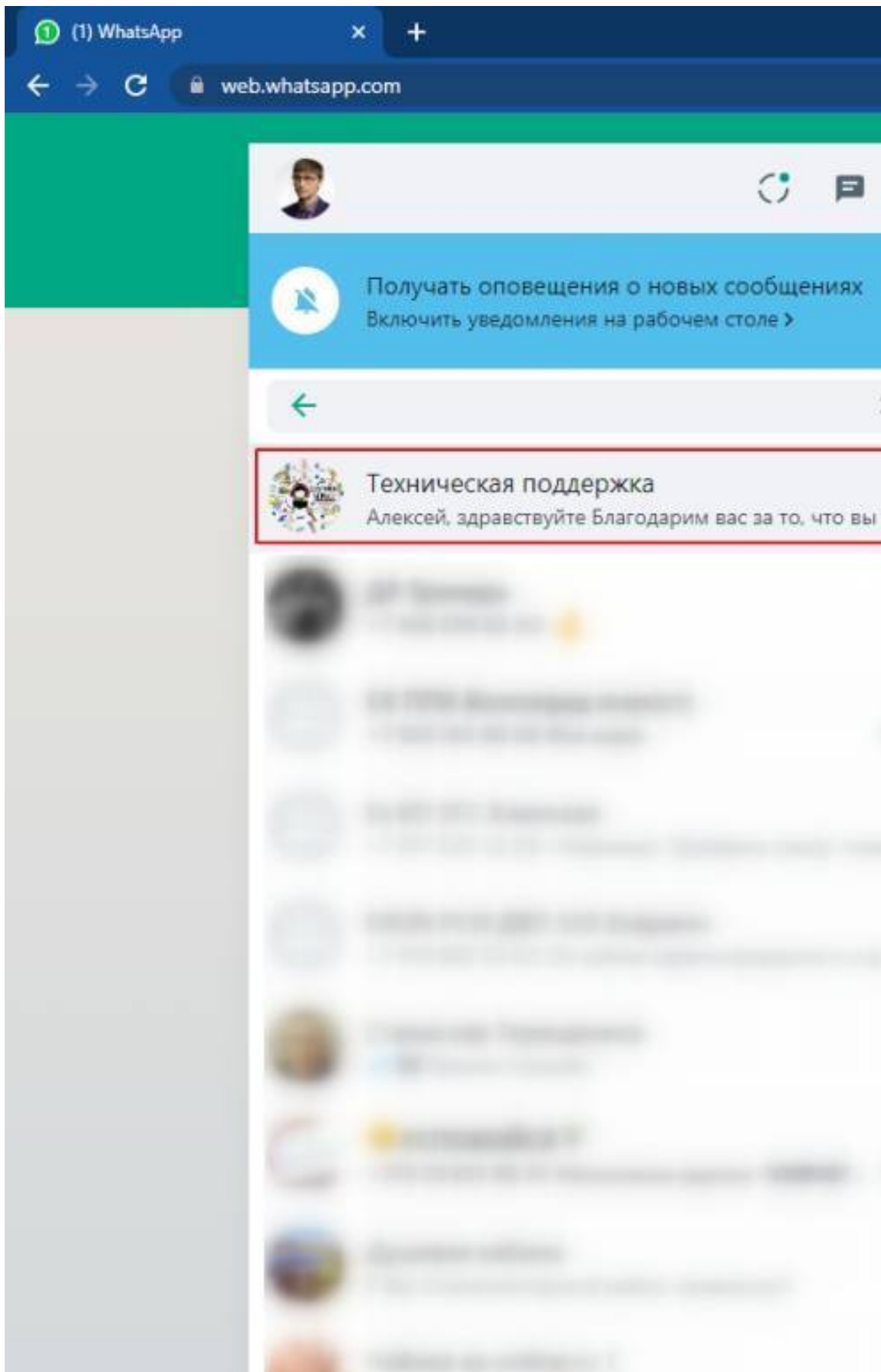
После того, как мы реализовали информационные рассылки через Ватсап, мы реализовали информирование в самой программе, но, как я и писал раньше – индивидуальное обращение в Ватсап или «тележку» работает лучше, чем информирование о сбое или аварии в самой программе. Также к минусам информирования о сбое/аварии из самого ПО – можно отнести тот факт, что если ПО не работает, то и саму «объяву» наши клиенты также не видят. Мы почесали затылки, пообщались, обсудили, ещё раз пообщались и договорились, что:

- если мы не хотим усложнять реализацию задачи, её проработку и эксплуатацию – нам нужно, прежде всего, сделать акцент на том, чтобы избегать аварийных и сбойных ситуаций, когда у нас не работает программа;

- мы заводим аварийный канал в «телеге» и заводим туда всех заинтересованных пользователей, клиентов, партнёров, при этом число ответственных, которые имеют возможность информирования в канале, регламентировано определённым количеством от каждой стороны участников процесса;

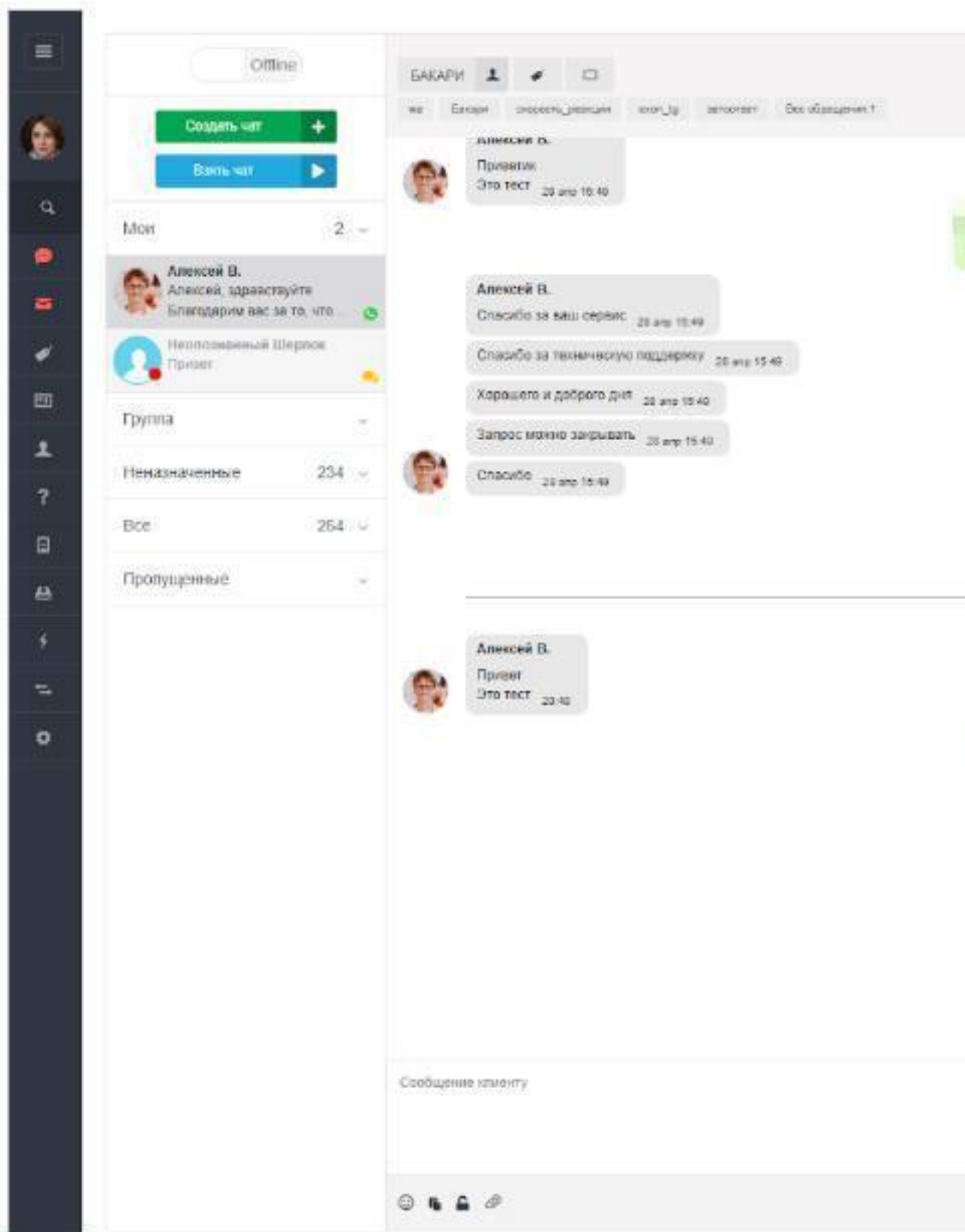
- мы создаем всплывающую информационную плашку в программе, в которой информируем клиентов о сбоях и нововведениях, при этом важно отметить, что в зависимости от важности новости у плашки разная цветовая гамма и палитра: красный, жёлтый, зелёный;

- в качестве резервного канала информирования клиентов мы используем Ватсап и Telegram и используем их, когда остальные средства и методы недоступны.



есть, говоря простыми словами – мы не пишем в Ватсап о том, что у нас ошибка или неполадка в модуле. В Ватсап мы пишем только в случае серьёзной аварии, только тогда, когда проинформировать клиентов в программе не получается.

Ну и конечно информируем через, а точнее, ИЗ нашего Хелп-



деска.

не буду напоминать, что КЛИЕНТЫ – это наше всё, и наша задача, задача Лучшей технической поддержки – информировать клиентов и держать их в курсе. Это важно не только для того,

чтобы закрывать вопросы типа: «а почему вы нас не предупредили?» Это важно, чтобы клиенты понимали, что происходит, и если это происходит, могли оперативно принимать стратегически важные для них (КЛИЕНТОВ) решения.

Так обстоит в нашей технической поддержке дело с информационными рассылками.

## Глава 9. Внедрение методологии работы с жалобами.

Методология работы с жалобами – это современная часть клиентского сервиса. Многие компании недооценивают эффективность работы с жалобами и вместо того, чтобы обращать на жалобы особенное и пристальное внимание, стараются эти проблемы замаскировать и не учитывать ни в работе технической поддержки, ни в работе компании. Многие используют жалобы как некий формат метрики, по которому оценивают работу и качество технической поддержки и клиентского сервиса (чем меньше жалоб, тем лучше сервис) – это неправильно. Неправильно не то, что коллеги используют жалобу как метрику, неправильно то, как эту метрику используют. Непонятно? Запутанно? Тогда читайте дальше, сейчас всё разжуём и погрузимся в детали.

Современные методы работы технической поддержки с жалобами таковы, что крайне важно относиться к жалобам, как к подарку, как к подарку судьбы. Жалоба от клиента – это именно подарок судьбы. Ведь представьте, что клиент мог отнести этот подарок не вам, а куда-нибудь в другое место, например, на Первый телевизионный канал и затем эту новость подали бы вам в вечерних новостях.

Задача технической поддержки (при получении проблемы), не хвататься за голову и не прятать её (голову) в песок, а искренне поблагодарить клиента за то, что он сообщил нам о проблеме.

Мы благодарим клиентов за то, что они нам жалуются и сообщают о проблемах.

Сегодня у нас есть определённый регламент, в котором описываются конкретные действия для технической поддержки, если они получают жалобу:

- благодарим клиента и говорим спасибо за жалобу/проблему;
- объясняем клиенту, почему для нас важна жалоба;
- извиняемся перед клиентом (очень важно извиняться, но не делать это сразу, а только после 1 и 2 пункта);
- сообщаем о том, что мы все уже бросились на исправление/решение ситуации;
- исправляемся и отвечаем.

Пример:

Благодарим вас за проблему.

Спасибо, что сообщили нам об этой ситуации.

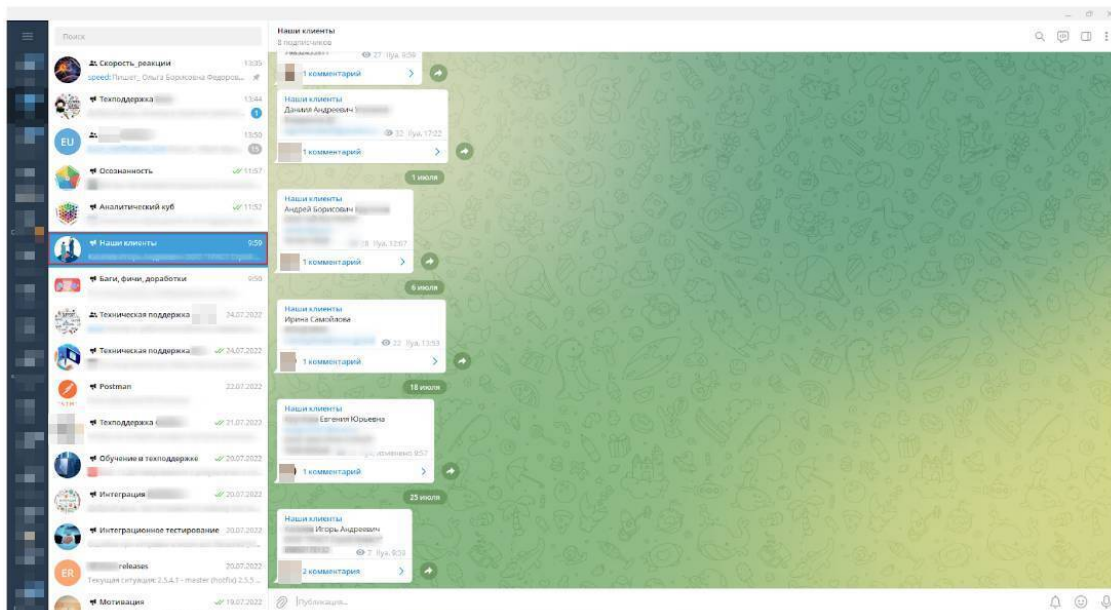
Для нас очень важен подобный фидбек.

Извините за доставленные неудобства.

Мы уже связываемся с коллегами из диспетчерского центра, чтобы выяснить ситуацию о сбое.

Главные задачи технической поддержки – это поблагодарить за жалобу, рассказать клиенту о том, что для нас это очень важно, и объяснить почему. Извиниться за то, что мы доставляем клиенту подобные неудобства. Рассказать о том, что мы уже взяли в работу данную жалобу и через определённое время вернёмся к клиенту с решением и ответом на вопрос по его жалобе.

Данный формат очень важен для того, чтобы не потерять клиентов, а приумножить. Также в формате работ с жалобами в технической поддержке организован специальный канал – «Наши клиенты».



В этом канале собраны все клиенты, которые любят сообщать нам о проблемах. Наши клиенты нам часто пишут и жалуются, и сообщают о проблемах. Наши клиенты – это очень важные для нас люди. Всех клиентов, которые находятся в этом канале, в этом разделе, мы обслуживаем как наших лучших клиентов. Обычно, вопросы от Наших клиентов мы решаем в первую очередь. Мы всем клиентам стараемся отвечать максимально быстро, но Нашим клиентам мы стараемся отвечать реактивно – мы быстро передаём проблему в любых направлениях для достижения лучшего результата. Это не значит, что со всеми другими клиентами мы не делаем так же, как с Нашими клиентами – делаем, но приоритет всё же у Наших клиентов.

Мы абсолютно уверены в том, что будущее прибыльных компаний там, у кого техническая поддержка и клиентский сервис умеют правильно работать с жалобами клиентов.

Для нас очень важно установить постоянный канал связи, идущий от потребителя к разработчику/производителю – мы это реализуем через формат регламента работы с жалобами клиентов. Когда техподдержка в курсе того, чего хотят клиенты, и реализует это – значит техподдержка смотрит глазами клиента, в таком случае компания двигается на шаг впереди конкурентов.

Мы учитываем жалобы от клиентов с таким же пиететом, с каким мы считаем и положительные отзывы. Также мы привязываемся к общей статистике и аналитике и смотрим на проблемы в процентном соотношении как к друг другу, так и к общему и среднему количеству обращений. Мы уверены в том, что жалобы могут сообщить организации о качестве её работы и о положении на рынке больше, чем это могут дать специально разработанные опросы типа NPS. Многие компании прячутся от плохих новостей и претензий потребителей, и ваш покорный слуга искренне считает, что те, кто прячется от плохих новостей – проигрывает в этом марафоне по созданию лучшей технической поддержки в мире.

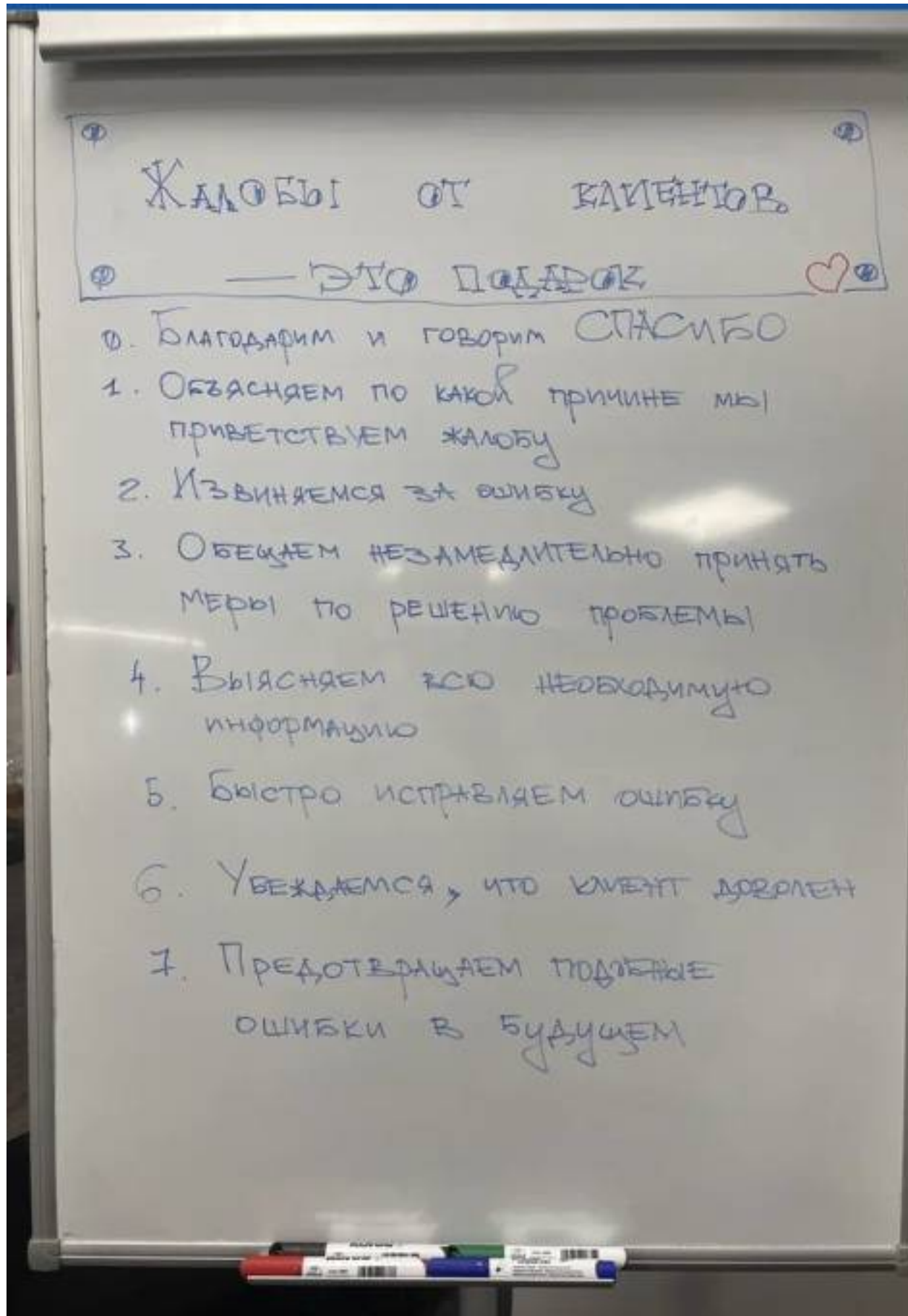
Лучшая техническая поддержка в мире – это та техническая поддержка, которая относится к жалобам клиентов как к подарку.

В этой книге я не буду рассказывать о том, как нужно работать с жалобами, об этом в деталях рассказано в трудах Джанелла Барлоу и Клауса Мёллера в произведении «Жалоба как подарок». В данном произведении закрывается масса вопросов, которые возникают или могут возникнуть при работе с клиентами. Кстати, именно после прочтения данной книги я понял недооценённость данной метрики – это ЖАЛОБЫ.

Ниже правила, которые мы внедрили:

- жалующиеся клиенты – это подарок для нас;
- мы помним, что недовольные клиенты не оставляют нам ничего: ни деньги, ни доверие;
- мы не ставим себе цель снизить количество жалоб – это опасно тем, что мы можем начать борьбу с ветряными мельницами;
- мы поощряем своих сотрудников для выявления проблем и жалоб;
- мы приветствуем проблемы и жалобы – они делают нас лучше;

– мы стараемся получать как можно больше жалоб, именно так мы узнаём, что думают наши клиенты (формы обратной связи, связь с директором, оценка качества



ответа).

Также в качестве личного регламента, можно сказать, шаблона по работе с проблемами – я не гнушаюсь лично связываться с клиентами, сообщившими о проблеме. Иногда руководители взлетают так высоко, что уже и не смотрят на то, что происходит внизу, наверное, боятся упасть. Хороший руководитель должен быть везде. Хороший руководитель должен быть в курсе любых проблем, с хорошим руководителем должно быть легко связаться как сотруднику, так и клиенту. Именно по этой причине я лично представляюсь всем проблемным клиентам. Особое отношение к Нашим клиентам заключается в том, что клиент, чью проблему решили, так рьяно начинает отстаивать интересы компании, как раньше он (клиент) пытался эту компанию утопить. К чему это я? Да к тому, что как бы вы не выстраивали техническую поддержку – очень многое зависит от вас самих. Если вы не нацелены на решение вопроса, то и техподдержка будет так же работать. Лучшая техническая поддержка – это та техподдержка, где работает лучший руководитель. Будьте лучшими.



и в заключение этой главы, очень важно не называть клиентов – проблемными клиентами, сложными клиентами, а возможно и другими нелицеприятными эпитетами. У нас – это Наши клиенты. Ещё раньше мы называли таких клиентов – Любимыми клиентами. Позже мы отказались от словосочетания «Любимый клиент» – это звучит как-то вычурно, с издёвкой что ли, с каким-то пафосом, сарказмом. Мы отказались от формулировки «Любимые клиенты» в пользу «Наши клиенты».

Много времени и внимания мы уделяем жалобам – это будущее лучших мировых технических поддержек. Любите своих клиентов.

## Глава 10. Ежедневные летучки.

Организация и проведение ежедневных митапов или летучек – это обязательные мероприятия для правильной работы технической поддержки и клиентского сервиса.

Митап (meet up) по своей сути означает то же самое, что «митинг» (meeting) – встреча.

В отличие от митинга, митап – это встреча в коротком промежутке времени между иными мероприятиями, но объединяющая людей одной темой.

Мы же у себя обозначаем данные мероприятия русским словом – «летучка».

Это важно для того, чтобы быть постоянно в тренде, быть постоянно на волне и в гуще событий.

Сотрудники технической поддержки находятся в постоянной работе и могут упустить важные моменты, о которых нужно сообщить остальным коллегам.

Несмотря на то, что у нас предусмотрен прозрачный канал общения в текстовом формате через корпоративный мессенджер (Telegram), у сотрудников технической поддержки периодически возникают сложности разного характера, которые иногда сложно оперативно сообщить и передать, оформить в формате проблемы. Для того, чтобы поделиться важной информацией, а также для того, чтобы все понимали, кто и чем занят, над чем работает, о каких проблемах сообщают клиенты – мы проводим ежедневные летучки.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.