

*Исследования персонала с целью
повышения качества
обслуживания клиентов*

Дмитрий Яблоновский

Отдел финансовых исследований GfK Ukraine

GfK

содержание

1. Исследования качества обслуживания в контексте работы HR службы
2. Исследования персонала в контексте обслуживания клиентов
3. Пример исследования

1. Исследования качества обслуживания в контексте Работы HR службы

Роль исследований персонала в управлении обслуживании Клиентов

Исследования персонала наряду с исследованиями удовлетворенности клиентов и mystery shopping помогают получить данные для планирования и отслеживания эффективности мероприятий по управлению качеством обслуживания клиентов

4



Технология проекта: постановка задачи и получение результатов

5



1. Постановка задачи (примеры)

6

▪ Задачи Топ-менеджмента:

- Оценить реализацию стандартов сервисного обслуживания;
- Определить степень удовлетворенности клиентов/потребителей;
- Определить уровень лояльности продавцов/консультантов к предлагаемым продуктам/услугам;
- Определить позицию компании/ продукта среди конкурентов.

▪ Задачи Службы персонала:

- Оценить профессиональные и коммуникативные навыки сотрудников;
- Контролировать выполнение тренинговых программ;
- Оценить успешность мотивационных программ.

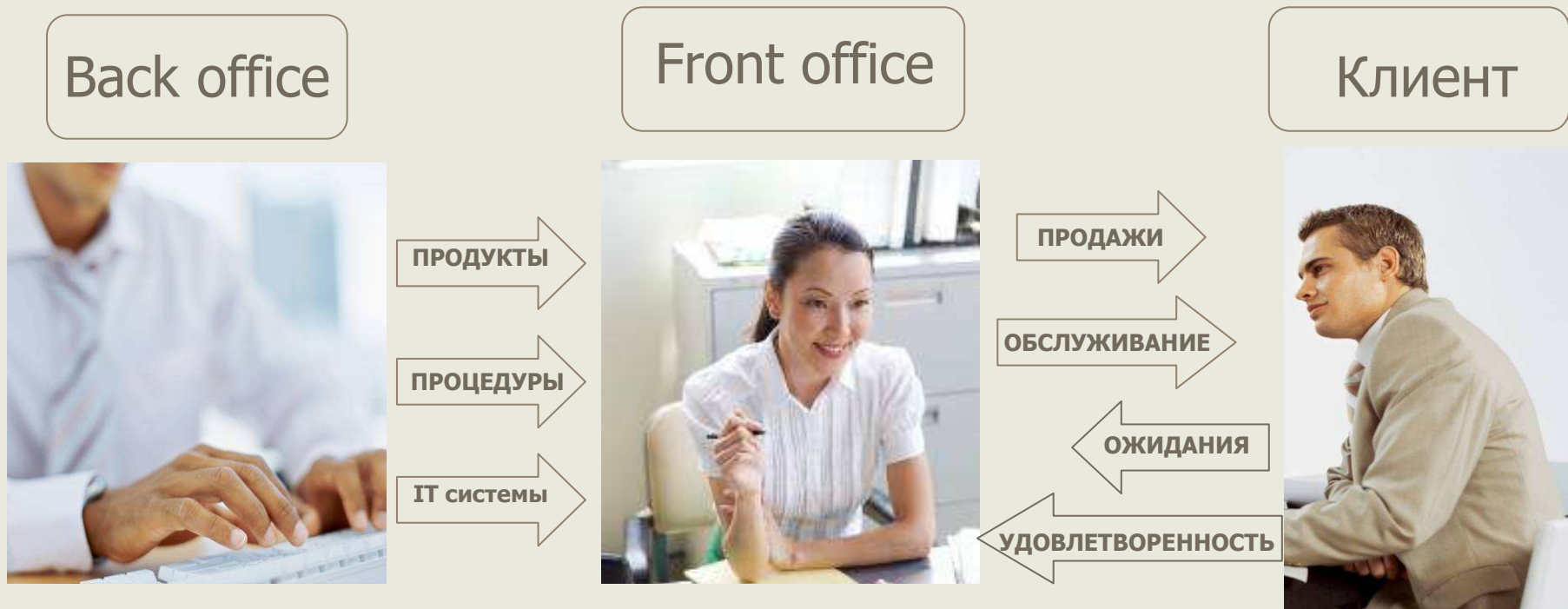
▪ Задачи Отдела маркетинга:

- Оценить каналы продаж (исследовать розничные сети);
- Определить позицию компании/ продукта среди конкурентов;
- Определить уровень лояльности продавцов/консультантов к предлагаемым продуктам/услугам.

2. Исследования персонала в контексте обслуживания клиентов

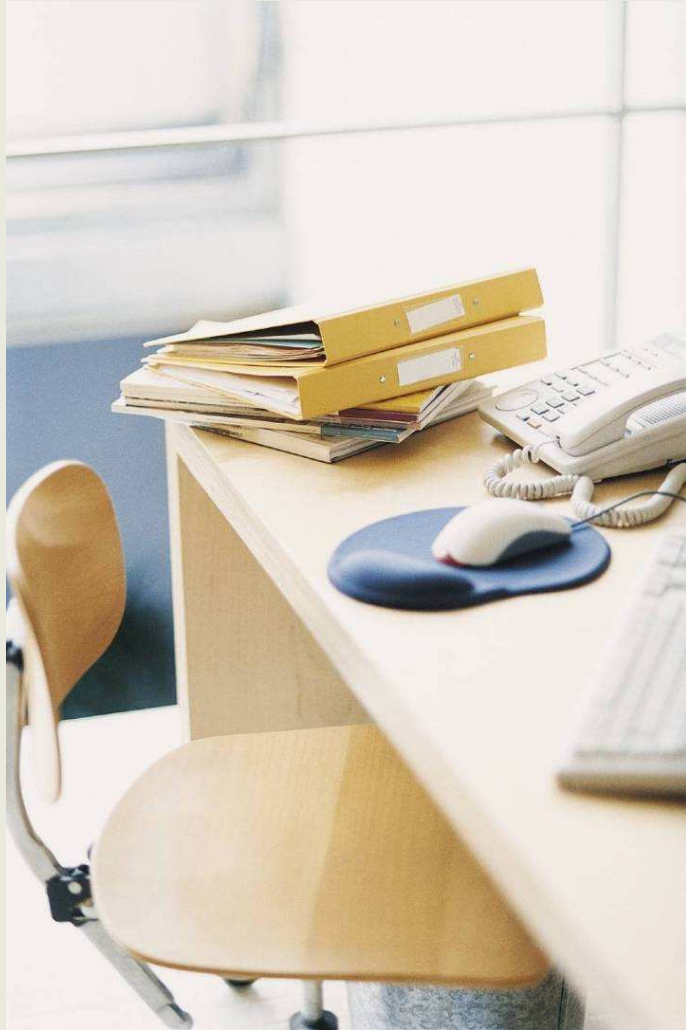
Система обслуживания Клиентов

8



Сотрудники – это связующее звено между компанией и Клиентом. Они являются лицом компании для Клиента, одновременно получая информацию относительно ожиданий Клиента от компании.

Виды исследований персонала: качество обслуживания



9

Цель:

- увеличение вовлеченности сотрудников в процесс улучшения качества обслуживания клиентов

Задачи:

- разработка стандартов обслуживания
- оценка актуальности стандартов обслуживания
- понимание и принятие стандартов обслуживания

Методы:

- поисковые задачи: он-лайн и офф-лайн ФГД, форумы
- количественные замеры: он-лайн опросы, телефонные интервью, анкеты на самозаполнение

Результаты:

- стандарты обслуживания, разработанные при участии тех, кто их будет выполнять, что увеличивает мотивацию
- тренинги персонала, ориентированные на наиболее проблемные места
- осознанность в следовании стандартам

Виды исследований персонала: инновации в компании



10

Цель:

- увеличение вовлеченности сотрудников в процесс разработки новых продуктов, услуг, ребрендинга

Задачи:

- разработка новых услуг, продуктов
- отношение, понимание и принятие ребрендинга, ристайлинга, изменения позиционирования

Методы:

- креативные задачи: он-лайн и офф-лайн ФГД, форумы
- количественные замеры: он-лайн опросы, телефонные интервью, анкеты на самозаполнение

Результаты:

- разработка новых продуктов, базируясь на практическом опыте обслуживающего персонала, что также увеличивает вовлеченность персонала в процесс продаж
- тренинги персонала, ориентированные на проблемные места, связанные с непониманием новых продуктов, а также ребрендинга компании, увеличение вовлеченности персонала в данные процессы

3. пример ИССЛЕДОВАНИЯ

Тестирование новой концепции обслуживания в отделениях

12

- **Предыстория:**
 - Банк разработал новую концепцию обслуживания
 - Проект был внедрен в качестве пилота в нескольких отделениях
- **Цель исследования:**
 - Оценить потенциал новой концепции с помощью исследования текущих клиентов, пользователей новой концепции, а также персонала банка
- **Подход к исследованию:**
 - Качественный (ФГД) и количественный (телефон) опрос Клиентов
 - Качественные исследования персонала (ФГД отдельно с начальниками и сотрудниками отделений)
- **Задачи исследований:**
 - Оценить привлекательность и направления доработки концепции среди клиентов
 - Оценить адекватность концепции с точки зрения продаж, а также процедуры обслуживания клиентов, работа систем ИТ

Тестирование новой концепции обслуживания в отделениях: результаты исследования персонала

13

▪ Направления исследования:

- Общее восприятие концепции
- Оценка изменений в отделениях, продуктах и услугах
- Оценка программы мотивации персонала отделений (сотрудники и начальники)

▪ Основные результаты:

- Выяснение узких мест в обслуживании
- Определение различий в восприятии концепции клиентами и сотрудниками отделения (видят разные сильные и слабые стороны)
- Клиенты не всегда способны оценить все проблемные места, т.к. персонал старается их сглаживать (например, работа ИТ систем)

▪ Рекомендации:

- Способы продвижения новой концепции (каналы и содержание)
- Разделение клиентов на подсегменты в зависимости от потребностей и соответствующая корректировка обслуживания
- Изменения дизайна отделений с новой концепцией обслуживания, дифференциация их от обычных отделений

спасибо
за внимание

Держите руку на пульсе Вашего коллектива!

GfK Ukraine

бул. Леси Украинки, 34, оф. 601
Киев, 01601
Украина

Тел.: (044) 230-0260

Факс: (044) 230-0262

info.ukraine@gfk.com

www.gfk.ua; www.twitter.com/gfk_ua

GfK