



TONE OF VOICE

**Как сохранить единый стиль
общения с аудиторией бренда?**

Комкова Ирина
руководитель отдела сервиса

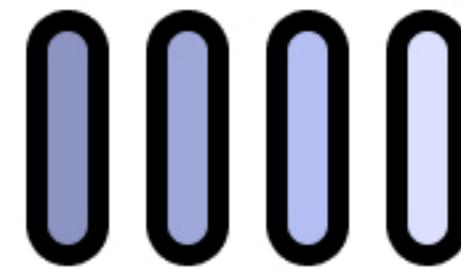
CC Week 2021

Неделя Контактных Центров

TONE OF VOICE



Голос бренда –
стратегия коммуникации и набор
узнаваемых паттернов для
идентификации компании.



Тональность коммуникации –
способ применения голоса бренда
в конкретных обстоятельствах.

- диалект для общения с потребителями
- лексика бренда + правила, стандарты и регламенты

- показатель отношения к собеседнику
- эмоции, дополняющие сообщение

ДИАЛОГ “ЗАКРЫТИЕ РЕКЛАМАЦИИ”

	ЭЛЕМЕНТ ТОВ (СКРИПТ)	РЕЧЬ ОПЕРАТОРА В РАЗГОВОРЕ
Приветствие	– Добрый день,(имя клиента)	– Здравствуйте,(имя клиента)
Представление	– Компания INMYROOM, менеджер отдела сервиса ... (имя менеджера)	– INMYROOM, менеджер (имя менеджера)
Уточнение условий для разговора	<p>– Вам удобно, сейчас, говорить о вашей претензии?</p> <p>– Извините пожалуйста, (имя клиента) подскажите, когда вам лучше позвонить или написать в мессенджере?</p>	<p>– Можем обсудить вашу претензию?</p> <p>– Вам перезвонить или в написать в мессенджере?</p>
Подтверждение финального действия	– Наши сотрудники произвели сборку (наименование товара) (дата сборки)?	– Наши сборщики собрали вам (наименование товара)?
Удовлетворенность решением	– (имя клиента), вы довольны тем, как мы решили ситуацию?	– После сборки, вас все устраивает или остались претензии?
Завершение разговора	– Всего доброго, (имя клиента).	– До свидания, (имя клиента).



YOU ARE
YOUR OWN
BRAND

БРЕНД = ЧЕЛОВЕК

Собирательный образ вымышленной персоны, которая взаимодействует с клиентами, партнерами и конкурентами компании



Многоликий ToV -

результат самодеятельности отделов компании при
несогласованном внедрении скриптов, макросов, шаблонов.

МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТОНАЛЬНОСТИ КОММУНИКАЦИИ ОТ NIELSEN NORMAN GROUP

КРИТЕРИИ	ХАРАКТЕРИСТИКИ
Смешной / серьезный	Веселый, Консервативный, Забавный, Шутливый, Серьезный, Информативный, Причудливый, Остроумный, Прикольный
Официальный / разговорный	Благонадежный, Разговорный, Обыденный, Формальный, Профессиональный, Откровенный, Сочувствующий, Дружелюбный, Умный
Уважительный / дерзкий	Авторитетный, Заботливый, Непочтительный, Провокационный, Нетерпеливый, Вежливый, Непримиримый, Саркастический, Вспыльчивый, Грубый
Восторженноэмоциональный / обыденный	Сухой, Страстный, Оптимистический, Пессимистический, Модный, Ностальгический, Романтический, Рекламный

ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТОНАЛЬНОСТИ КОММУНИКАЦИИ ЧЕРЕЗ ОЖИДАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

CC Week 2021

С какими людьми вам нравится общаться?

ХАРАКТЕРИСТИКА ЧЕЛОВЕКА

Спокойный

Ответственный

Доброжелательный

Стильный

Современный

Активный

ХАРАКТЕРИСТИКА БРЕНДА

Эмоционально стабильный

Выполняющий обещания

Позитивный

Узнаваемый

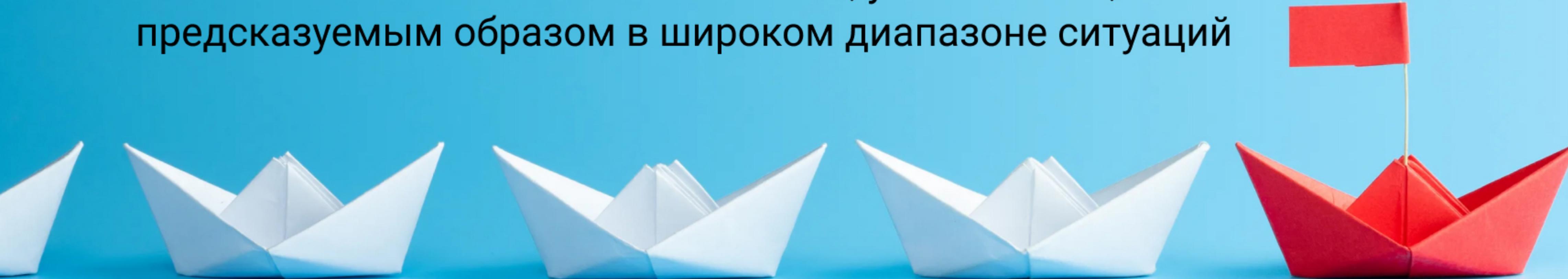
Следующий трендам

Технологичный

Стабильность Tone of voice = стабильность восприятия бренда

СТАБИЛЬНОСТЬ

- способность сохранять значимое, имеющее будущее развитие
- способность вести себя неизменным, узнаваемым, предсказуемым образом в широком диапазоне ситуаций



Устойчивый бренд - это результат взаимодействия компании и клиента

ПРИЧИНЫ НЕСТАБИЛЬНОСТИ TONE OF VOICE



ВЛИЯНИЕ VOICE OF THE CUSTOMER

Ожидания клиента: эмпатия и отзывчивость со стороны бренда (должны спокойно выслушать и предложить решение)

Поведение клиента: свобода слова, свобода эмоций (высказаться и получить желаемое)



ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И ENPS

Ожидания сотрудника: комфортная нагрузка и атмосфера в компании (четкий функционал и правила взаимодействия внутри компании)

Поведение сотрудника, вследствие дискомфорта: нарушение стандартов и регламентов компании

МАРКЕРЫ НАРУШЕНИЯ TONE OF VOICE



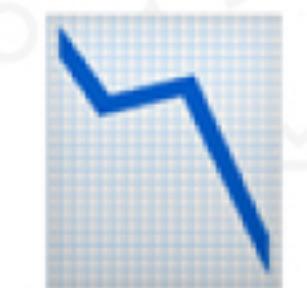
1. Понижение оценки клиентов за обслуживание в чатах и по телефону



2. Понижение уровня выполнения чек-листов



3. Применение словарей негативных эмоций и конфликтов (результат проверки речевой аналитики)



4. Понижение индексов NPS и eNPS

РОБОТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ

- автоматизирует бизнес-процессы
- увеличивает эффективность работы
- снижает затраты и риски компании
- повышает качество услуг улучшает управляемость процессов.

УСЛОВИЯ:

1. Четкий алгоритм действий (без рандомных исключений)
2. Структурированные данные в электронном виде

ОЖИДАНИЯ КЛИЕНТОВ ПО СРОКАМ ОТВЕТА КОМПАНИИ

КАНАЛ КОММУНИКАЦИИ	СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ ОТВЕТА	ДОЛЯ АУДИТОРИИ
 Горячая линия	30 секунд	95%
 Онлайн-чат на сайте	1 минута	82%
 Мессенджеры	2 минуты	93%
 Директ	3 минуты	91%
 Комментарий в соц. сетях	5 минут	88%
 Ответ на отзыв	12 часов	79%
 Электронная почта	24 часа	72%

ПАНЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ТОУ

- Каналы коммуникации, с детализацией по объему входящих и исходящих обращений.
- Доля пропущенных обращений
- Время ответа в различных каналах коммуникации
- Уровень выполнения чек-листов, стандартов и регламентов.
- Доля применения словарей (благодарности, извинений, эмпатии) от общего объема коммуникации.
- Доля использования запрещенных словарей от общего объема коммуникации.
- Оценка обслуживания в диалоге от пользователя (в чатах и на линии)
- Тональность коммуникации с детализацией по каналам (рейтинг на отзовиках, тональность коммуникации комментариев и упоминаний)
- Доля претензий по сервису в КЦ от общего объема претензий.
- Значение индексов NPS и eNPSC

ОТЗЫВ О КОМПАНИИ С ТОВ



СОНЯ, 14 сентября 2021

Заказала карту на определенный день и время, но утром все планы поменялись, нужно было выезжать загород. Позвонила на номер, который в смс пришел с утра и попросила курьера приехать пораньше. Курьер не стал возражать, только попросил подождать 15 минут пока он прикинет по своему плану. Он реально перезвонил через 5 минут и сказал, что сможет подъехать гораздо раньше.

Получила карту и уехала в область. Уже оценила удобство, что можно легко закинуть деньги в приложении без комиссии мгновенно. Можно снимать в любом банкомате без комиссии.

ОТЗЫВ О КОМПАНИИ БЕЗ ТОВ



Алексей, 25 сентября 2021

Самый ужасный банк. Отношение к клиентам наплевательское. Сначала звонят с предложением от банка взять кредит, как надежному клиенту, а пока ты думаешь, оказывается что никакого предложения не было или вырос процент.. А если купил что-то в кредит и выплатил, то Справку о закрытии долга не отдают. Постоянно перекидываю звонок с отдела на отдел. Каждый раз звонишь, как в первый раз. Никто ничего не знает. На письма не отвечают.. Прежде чем взять там что-нибудь, подумайте о том, что всю жизнь им будите должны. Так как нет справки и, значит, долг не закрыт.

ФУНКЦИИ TONE OF VOICE

- 1 Презентовать бренд на рынке (заявить о себе потребителям)
- 2 Установить эмоциональную связь с клиентами
- 3 Обозначить особенности бренда (запомниться)
- 4 Повысить доверие и приверженность к бренду
- 5 Масштабировать продажи



БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!

Комкова Ирина
руководитель отдела сервиса

8 903 645 0704
i.komkova@inmyroom.ru