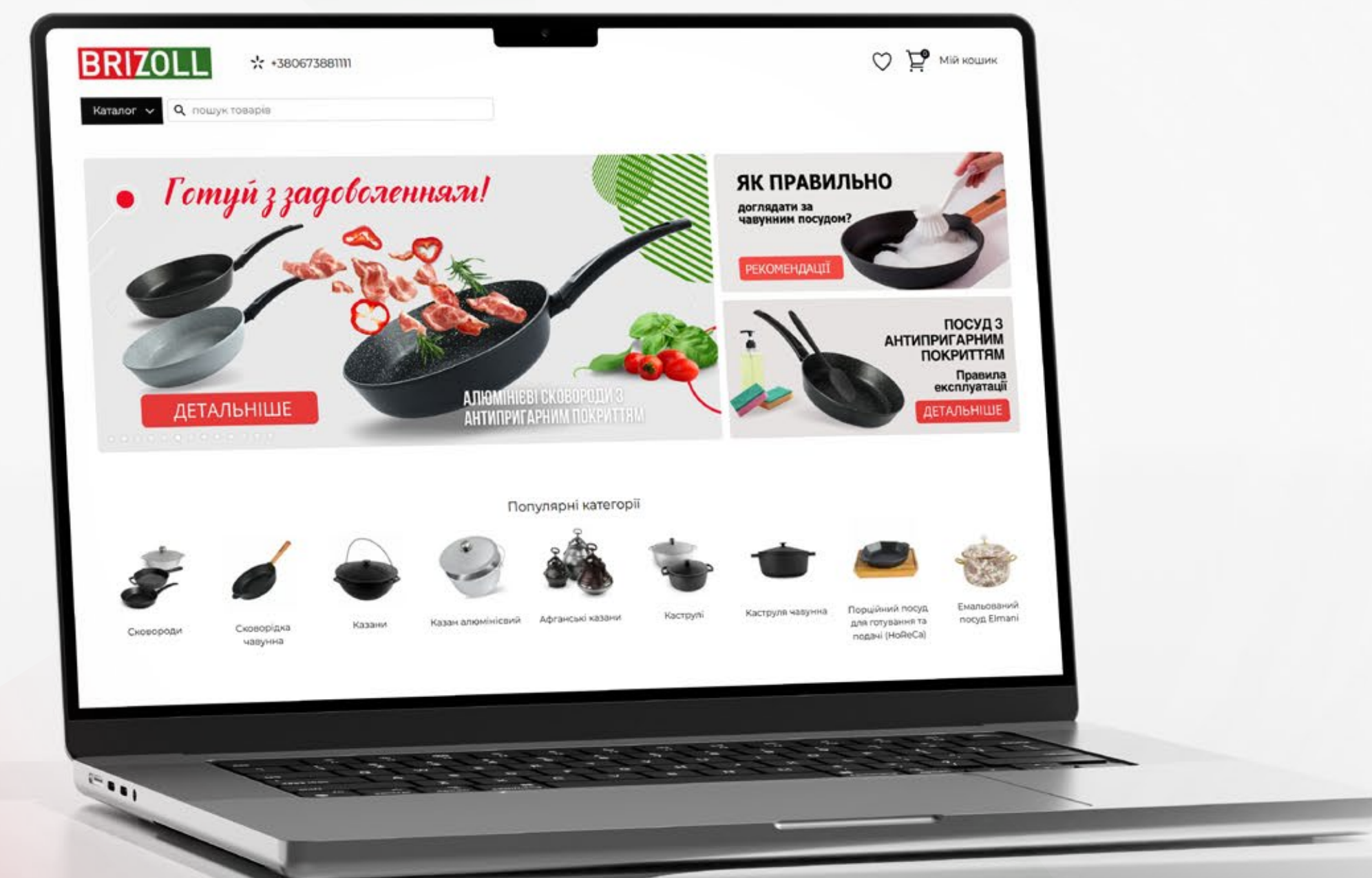


Кейс:

BRIZOLL

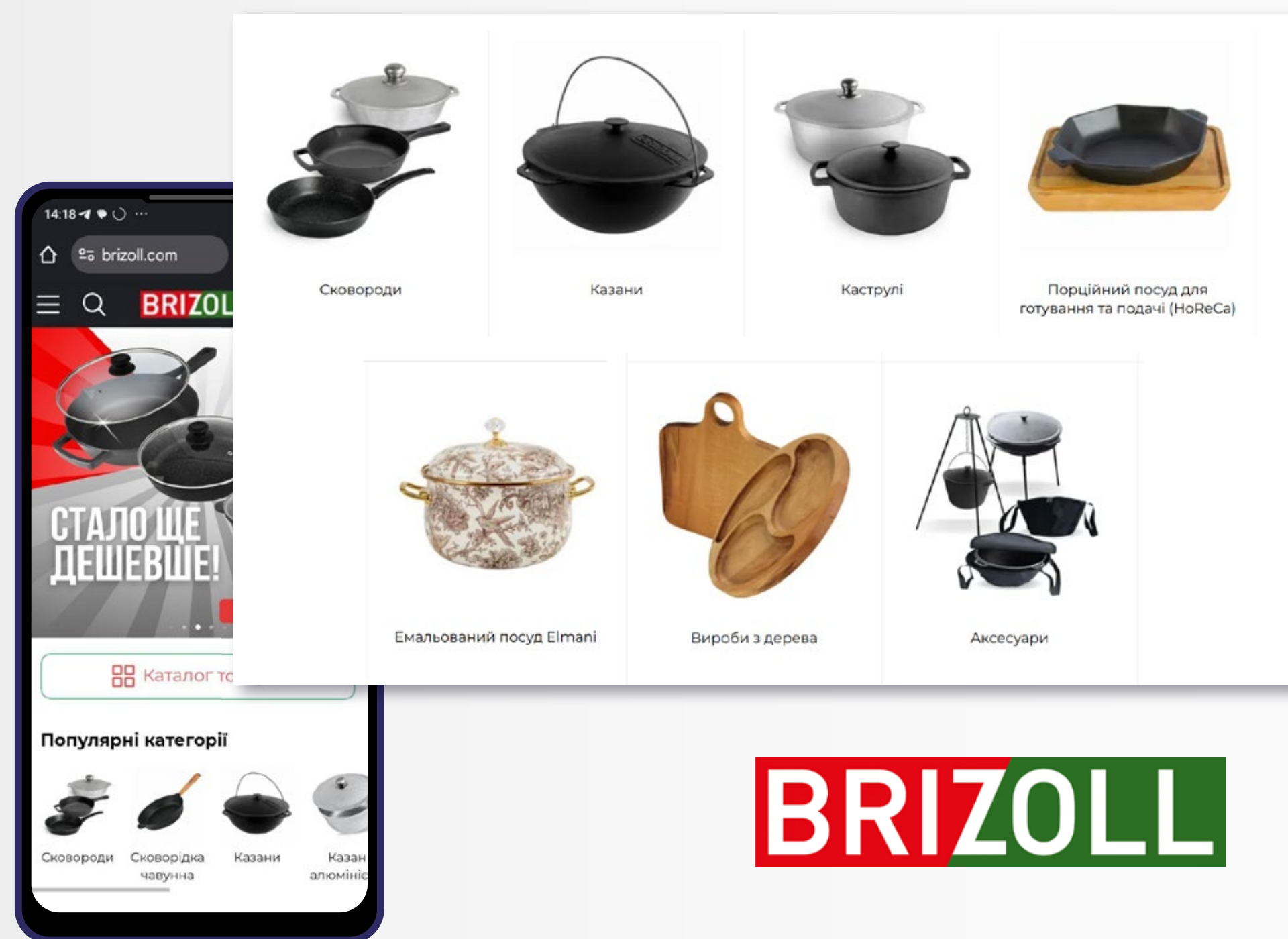
Збір зворотного зв'язку для інтернет-магазину "Брізоль"



imido

Опис проєкту:

Проєкт був реалізований для інтернет-магазину "Брізоль", який спеціалізується на продажу товарів для дому.



Мета проєкту:

Проведення обдзвону клієнтів для збору зворотного зв'язку за ключовими аспектами:

- ✓ **Якість товару:** відповідність опису, стан при доставці, загальне задоволення клієнта.
- ✓ **Рівень обслуговування:** комунікація менеджерів, допомога у виборі товару.
- ✓ **Доставка:** швидкість, точність у термінах, стан товару при отриманні.

Запит від Замовника:

- Виявлення недоліків у роботі інтернет-магазину.
- Аналіз отриманих даних для підготовки рекомендацій щодо підвищення якості послуг і рівня задоволеності клієнтів.



Інструменти:

Телефонія та CRM-система:

Для виконання проєкту використовувалася сучасна CRM-система **Oki-Toki**, яка забезпечила:

- ✓ Фіксацію зворотного зв'язку клієнтів у структурованому вигляді.
- ✓ Автоматизацію процесів розподілу дзвінків.
- ✓ Моніторинг продуктивності та прослуховування менеджерів у реальному часі.
- ✓ Створення аналітичних звітів.
- ✓ Надання всіх доступів для Замовника для змоги контролювати роботу.



Сторона контакт-центру:

- ✓ **Налаштування CRM-системи** під вимоги проєкту (створення чек-листів, інтеграція з телефонією).
- ✓ **Розробка спеціальних анкет** для фіксації відповідей.
- ✓ **Забезпечення безперебійної роботи** телефонії використовуючи додаткові канали інтернету.



Запис всіх розмов дозволив:

- Проводити аналіз якості спілкування менеджерів із клієнтами.
- Вдосконалювати скрипти розмов.
- Виявляти типові проблеми, з якими стикалися клієнти.



Процеси:

Розробка та впровадження скриптів розмов:

Створено спеціалізовані скрипти з нейтральними питаннями, що спонукали клієнтів відкрито висловлювати свою думку.

Навчання менеджерів:

Проведено тренінги для співробітників із акцентом на:

- Роботі з негативним досвідом клієнтів.
- Наданні детальної інформації про продукцію.
- Підтримці доброзичливого тону розмов.

Скрипти містили:

- Найпоширеніші відповіді клієнтів із відповідними сценаріями обробки.
- Інформацію про продукцію та варіанти аргументації.
- Алгоритми роботи з негативними відгуками.

Контроль якості обдзвону:

- Команда прослуховувала записи дзвінків, перевіряла відповідність скриптам і оцінювала тональність спілкування.
- Негативні відгуки оперативно передавалися до відповідних відділів Замовника для вирішення проблем.



Аналіз даних та звітність:

- Щотижня створювалися структуровані звіти з основними висновками, категоризацією проблем і рекомендаціями.
- Звіти передавалися у заздалегідь погодженому форматі для інтернет-магазину.



Результати виконаної роботи:

imido

Обсяг обдзвону

Загальна база:

3514
клієнтів

оброблено за **2 місяці**.

Результативність
дзвінків:

83%

(**2905** клієнтів відповіли).

Робота контакт-центру:

- ✓ Щоденна обробка в середньому **120 дзвінків** одним менеджером із середнім часом розмови **2,5 хвилини**.
- ✓ Використання чек-листів дозволило стандартизувати діалоги та забезпечити однаковий рівень обслуговування.
- ✓ Менеджери працювали за погодженими скриптами, які включали сценарії для роботи з різними типами клієнтів і відгуків.

Середні показники роботи одного менеджера:

- Загальний час роботи: **5 годин 32 хвилини** на день (не включаючи перерви), що включає активну взаємодію та адміністративну роботу.
- Загальний продуктивний час (час у розмові): **5 годин**, що свідчить про високий рівень ефективності та мінімізацію простоїв.
- Робота контролювалась через CRM-систему, що дозволяло моніторити продуктивність у реальному часі та оперативно коригувати дії.

Рівень задоволеності клієнтів

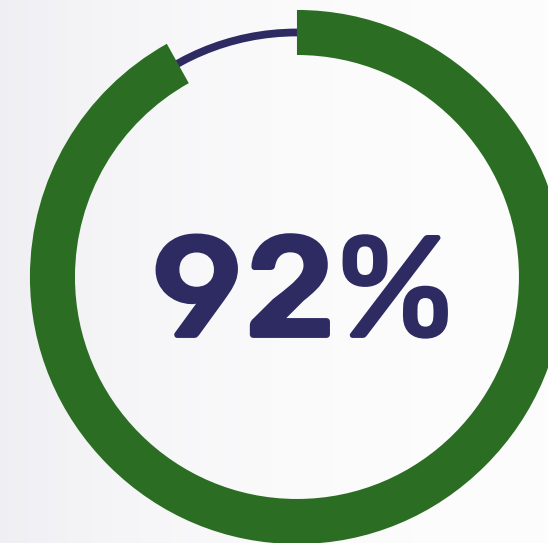
IMIDO

Якість товарів:



клієнтів задоволені.

Рівень
обслуговування:



ПОЗИТИВНО ОЦІНИЛИ
роботу менеджерів.

Доставка:



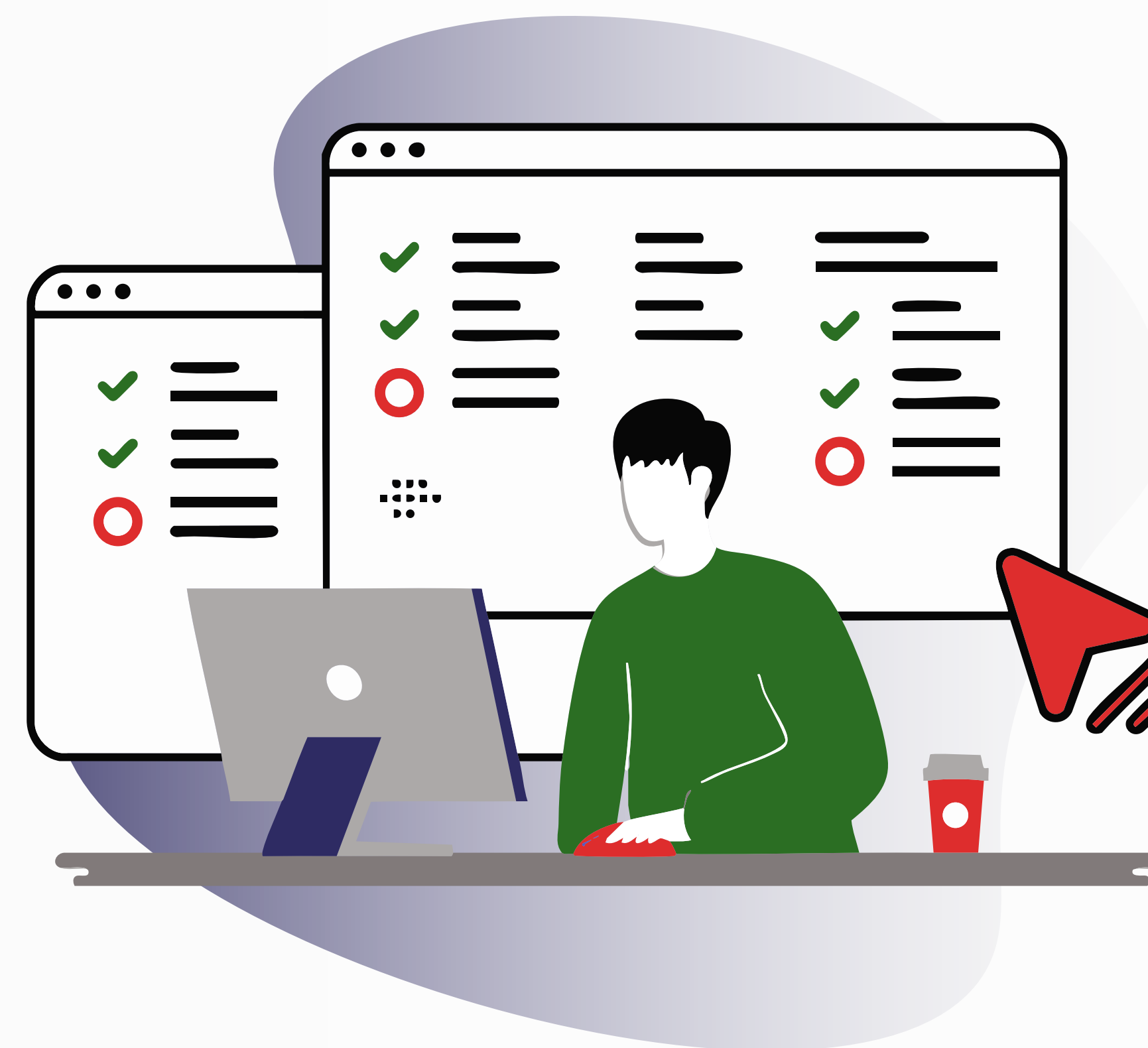
клієнтів задоволені
швидкістю та станом
доставки.

Швидкість виконання

- 🕒 Проєкт реалізовано у заплановані строки – **2 місяці**.
- 🕒 Висока швидкість обробки запитів завдяки автоматизації.

Комунікація з Замовником

- Усі дані передано у вигляді звітів із розподілом на **категорії проблем**: якість товару, обслуговування, доставка.
- Рекомендації надано в зручному форматі для використання у стратегічному плануванні.





Результати проєкту показали важливість прямого діалогу з клієнтами для виявлення ключових проблем. Завдяки структурованому підходу вдалося:

- ✓ Отримати реальний **зворотний зв'язок** від клієнтів і виявити слабкі місця в роботі інтернет-магазину.
- ✓ Надати Замовнику **конкретні рекомендації** щодо підвищення якості товарів, обслуговування та доставки.

Цей кейс демонструє, що правильно організований обдзвін клієнтів може не лише вирішити поточні проблеми, а й підвищити довіру клієнтів до бренду, що позитивно впливає на розвиток компанії та її репутацію на ринку.