

Главные тренды коммуникации с клиентами в 2021 году

Как увеличить продажи с помощью чата
малому и среднему бизнесу



Почему сегодня так важно развивать клиентский сервис?

2020 год запомнится нам неожиданными глобальными событиями, буквально перевернувшими с ног на голову многие отрасли мирового рынка. И если крупные компании уже несколько лет активно развивают каналы e-commerce, то для большинства представителей малого и среднего бизнеса онлайн коммуникация с клиентами — новое и не всегда понятное направление.

В сложившейся ситуации, когда из-за пандемии клиенты начали массово переходить на покупки и заказ услуг через интернет, очевидной стала необходимость выстраивать цифровое общение с пользователями. Тем более, что даже после снятия ограничений многие оценили такие преимущества онлайн-шоппинга, как экономия времени и наличие огромного числа предложений. В условиях растущей конкуренции в сфере e-commerce развитие клиентского сервиса становится основным способом выделиться на рынке.

Главные принципы эффективной онлайн-коммуникации с клиентом

В основе всех успешных кейсов по использованию цифровых каналов клиентского сервиса лежит хорошее понимание психологии целевого покупателя. В уходящем году поведение пользователей достаточно серьезно изменилось, и уже сегодня мы можем выделить главные тенденции, которые будут определять действия клиентов в ближайшем будущем. На что стоит обратить внимание, общаясь с клиентами в 2021 году:

- **Скорость реагирования**

Чем оперативнее посетитель сайта получит информацию, если у него при выборе товара или услуги возникли вопросы, тем быстрее он примет решение о покупке.

- **Применение актуальных технологий**

Практически все нововведения в области клиентского сервиса направлены на упрощение процесса покупки и оформление заказа без совершения лишних действий.

- **Поддержание конкурентоспособности**

С появлением широкого выбора схожих предложений главной задачей становится удержание пользователя, который каким-либо образом проявил интерес к вашему продукту.

- **Квалифицированная поддержка**

Обращаясь в клиентскую службу, пользователь ожидает получить компетентный ответ, при этом клиент не хочет тратить личное время, ожидая, когда его переключат на нужного специалиста.

Как клиентский сервис влияет на уровень продаж?

Грамотно организованные процессы коммуникации с посетителями сайта или пользователями приложения способны обеспечить увеличение прибыли компании в несколько раз. На первый взгляд может показаться, что подключение каналов для цифрового общения — сложная задача, особенно, для тех, кто только начинает работать с обращениями клиентов. Однако, механизм действия таких инструментов достаточно прост, не требует никаких специальных навыков или масштабных материальных вложений:

- Чат на сайте помогает оперативно реагировать на запросы клиентов, что повышает вероятность совершения покупки: не получив своевременно консультацию по характеристикам продукта или помощи с оформлением заказа, пользователь может банально передумать «на полпути»
- Дав возможность посетителям сайта напрямую обращаться к вам, вы демонстрируете открытость и клиентоориентированность, что повышает лояльность и шансы на повторные заказы
- То же касается и качества обработки заявок: современные инструменты для коммуникации с клиентами позволяют контролировать работу операторов и вводить единые стандарты для ответов
- Вы сможете получать лиды даже в нерабочие часы — достаточно добавить на ваш сайт форму обратной связи, с помощью которой вы будете собирать контактные данные заинтересованных пользователей
- Подключив сразу несколько каналов для общения с клиентами (сайт, соцсети, мессенджеры, e-mail) вы получите гораздо больше обращений, а значит, и потенциальных клиентов

Внимательно изучив тренды грядущего года в области коммуникации с клиентом, мы готовы рассказать, как на практике можно улучшить работу с обращениями уже сегодня, чтобы идти в ногу со временем и увеличивать прибыль компании.

Перевод бизнес-процессов в онлайн

Пожалуй, главный тренд этого года. Речь идет не только о переходе сотрудников компании на удаленку, но и о новых способах взаимодействия с клиентами. За время пандемийных ограничений люди привыкли делать покупки и заказывать услуги через интернет, и эта тенденция только набирает обороты. Для бизнеса это значит, что независимо от сферы, основной упор теперь нужно будет делать на онлайн-продажи, а общение с клиентами перенести в цифровые каналы, где можно оперативно получать ответы на возникающие вопросы. Для того, чтобы сделать сайт продающим, потребуется снабдить его соответствующими инструментами.

Что можно сделать:

- Установить чат для общения с пользователями;
- Добавить форму обратной связи для обращений посетителей сайта.

Упрощение интерфейса и сокращение пути клиента

Пользователи не хотят тратить своё время, разбираясь с функционалом сайта, оформляя свой заказ. Поэтому важно, чтобы сайт не содержал лишней запутывающей информацией. Путь к совершению покупки должен быть максимально простым и коротким, а для выяснения деталей можно использовать чат, который не будет создавать визуальной перегруженности.

Наблюдается тенденция к совершению «быстрых» покупок, также обусловленная экономией времени. И в данном случае возможность оперативно получить помощь оператора клиентской службы может сыграть решающую роль, если у потенциального покупателя возникают какие-то сомнения.

Что можно сделать:

- Проанализировать поведение пользователей на сайте и улучшить юзабилити;
- Упростить дизайн и сделать интерфейс удобнее;
- Ввести регулярный мониторинг корректности работы сайта и скорости его загрузки;
- Добавить чат для общения с пользователями на сайте или в приложении;
- Создать бот для ответов на типовые обращения.

Оmnиканальность

Коммуникацию с клиентами не стоит ограничивать общением на сайте, ведь существуют и другие каналы (например, мессенджеры и соцсети), которые могут быть более привычными и удобными для ваших клиентов. Дав возможность пользователю связываться с вами предпочтительным для него способом, вы повышаете вероятность того, что он совершит покупку именно у вас. Интеграция с популярными мессенджерами и соцсетями, а также возможность начать чат прямо из письма рассылки дает возможность собирать заявки пользователей из разных источников в одном месте и даже перенаправлять эти данные в crm-систему, которая используется в вашей компании.

Что можно сделать:

- Подключить интеграцию с мессенджерами (WhatsApp, Telegram, Viber, Facebook Messenger);
- Настроить интеграцию с соцсетями (VK, Facebook, Одноклассники);
- Настроить возможность начала чата из рассылки;
- Подключить интеграцию с популярными crm-системами.

Чаты и боты

Уже успели стать неотъемлемым атрибутом продающих сайтов, помогая успешно осуществлять коммуникацию с пользователями. Чат является самым доступным и функциональным инструментом, позволяющим оперативно консультировать клиентов и решать проблемные ситуации. А благодаря широким возможностям, чат способен «разгрузить» операторов, увеличивая скорость обработки клиентского запроса. Боты «умеют» автоматически отвечать на типовые запросы пользователей, но они актуальны скорее для крупных корпораций, которые ежедневно сталкиваются с сотнями обращений. Представители среднего и мелкого бизнеса успешно могут осуществлять качественный клиентский сервис ограничиваясь возможностями обычного чата.

Что можно сделать:

- Подключить чат для коммуникации с клиентами;
- Создать шаблоны ответов для более быстрой обработки обращений;
- Разделить обращения на потоки для разных отделов;

Быстрая оплата в рамках чата

Посетители сайта очень неохотно совершают дополнительные переходы, и это касается не только выбора товара или оформления заказа, но также и оплаты покупок. Клиенту гораздо комфортнее производить оплату через одну площадку, чем каждый раз регистрироваться на новом сайте или вводить свои данные на новой странице. Возможность переводить средства за свой заказ прямо во время диалога в чате не только чрезвычайно удобна для пользователя, она позволяет сохранять данные о платежах в истории чата, где их всегда можно с легкостью найти. Сделать процесс перевода денежных средств максимально простым для клиента – задача оператора, который может подготовить необходимые документы, выслать ссылку для оплаты и дать подробную консультацию по совершению операции.

Что можно сделать:

- Подключить к вашему сайту чат для общения с клиентами;
- Обучить операторов работе с платежами: они должны рассказывать обо всех возможных способах оплаты, уметь оперативно формировать счета, знать особенности работы платежных систем, используемых вашей компанией;
- Подготовить пошаговую наглядную инструкцию по совершению оплаты на вашем сайте.

Голосовые помощники

Этот тренд активно набирает обороты, и всё больше пользователей смартфонов предпочитают использовать голосовые запросы для поиска нужной информации, поэтому некоторые бренды уже внедряют такую возможность для коммуникации со своими клиентами. Кому-то обращаться к голосовому помощнику действительно удобно: это экономит время и позволяет параллельно заниматься другими делами. Однако, остается очень большой процент пользователей, отмечающих, что всякий раз, получая аудио-ответ вместо текстового, они испытывают раздражение. Сообщения, записанные голосом, неудобно слушать в общественных местах и там, где много шума. В то же время, текст можно прочитать даже во время рабочего собрания или концерта, никому при этом не помешав. Задумайтесь, так ли уж часто вы сами общаетесь с помощью голосовых сообщений? А что насчет ваших клиентов? Уверены, что пока среди них остается много тех, кому комфортнее использовать текст.

Что можно сделать:

- Дополнить ваш сайт текстовым чатом для общения с клиентами;
- Проанализировать, насколько вашим целевым клиентам предпочтительнее задавать вопросы с помощью «голоса».

ИИ и автоматизация

Технологии сегодня позволяют автоматизировать многие процессы, в том числе, упрощать работу операторов службы поддержки. Для самых распространенных вопросов можно создать шаблоны ответов, чтобы не вводить каждый раз текст вручную. Также полезными окажутся функции распределения обращений по тематике запроса между отделами и переадресации на другого оператора при высокой загруженности сотрудника. Это дает возможность отвечать оперативнее, а скорость решения проблемы является ключевым показателем эффективности клиентского сервиса.

Еще один заметный тренд, внедрение искусственного интеллекта, позитивно проявил себя в рамках цифрового общения с клиентами, но для сегмента малого и среднего бизнеса, на наш взгляд, эта технология слишком сложна и требует больших вложений.

Что можно сделать:

- Создать шаблоны для ответов на типовые вопросы в чате;
- Разделить обращения на потоки для разных отделов;
- Воспользоваться возможностью быстрого переключения на другого оператора.

Мессенджеры

Популярность мессенджеров растет с каждым годом, делая их еще одним эффективным каналом для коммуникации с клиентами. Например, приложение WhatsApp, согласно исследованию портала Statista (<https://www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/>), к осени 2020 года насчитывало уже целых 2 миллиарда пользователей!

Сегодня мессенджеры становятся мощным инструментом для продвижения товаров и услуг. Но далеко не всегда бизнес-рассылки приносят ожидаемые результаты, иногда они и вовсе вызывают негативную реакцию и недоверие у пользователей. Мало составить продающее предложение, необходимо позволить потенциальному клиенту легко взаимодействовать с вами, если предложение его заинтересовало. Поэтому рекомендуем отказаться от внешних ссылок, предполагающих лишние переходы, а вместо них дать возможность написать в том же канале.

Что можно сделать:

- Интеграцию с мессенджерами (WA, Telegram, Viber, Skype, Facebook Messenger).

Маркетинг в контексте ситуации

Современный пользователь достаточно быстро принимает решение о покупке, поэтому у вас есть всего несколько секунд, чтобы привлечь его. Дополнительно стимулировать потенциального клиента необходимо в моменте, пока ваши предложения и рекомендации еще остаются актуальными для него. Изучая поведение посетителей вашего сайта, вы можете спрогнозировать сценарии, которые приводят к совершению покупки. Подтолкнуть пользователя к следующему шагу можно с помощью сообщений-подсказок, вопросов в чате или всплывающей формы для обратной связи. Но важно действовать, пока пользователь еще находится «на нужной волне», только в этом случае вы не покажетесь навязчивыми и не вызовете раздражения.

Что можно сделать:

- Подключить форму обратной связи;
- Настроить автоприглашения и тестировать их эффективность на разных страницах с разным вовлечением;
- Добавить приветственное сообщение в чате.

Персонализация в подходе к клиенту

Не секрет, что индивидуальный подход является важным критерием для принятия решения о покупке. А выстраивая доверительное общение с клиентом, вы получаете весомое конкурентное преимущество, ведь лояльность к вашей компании растет.

Персонализация предполагает обращение к клиенту по имени, подготовку специальных предложений ко дню рождения и предоставление рекомендаций, исходя из истории его заказов. Не стоит также забывать про общение с пользователем через мессенджеры и соцсети, так как психологически такой способ коммуникации воспринимается как более личный и вызывающий доверие.

Что можно сделать:

- Добавить форму обратной связи для сбора данных о пользователе;
- Настроить интеграцию с соцсетями (VK, Facebook, Одноклассники);
- Подключить интеграцию с мессенджерами (WA, Telegram, Viber, Skype, Facebook Messenger);
- Воспользоваться возможностью просмотра истории обращений клиента;
- Подключить интеграцию с CRM;
- Выстроить систему допродаж, опираясь на историю покупок клиента и запросов, которые он делал ранее.

AR-технологии

Огромную популярность в связи с вводимыми ограничениями получил тренд дополненной реальности. С его помощью можно воспользоваться функцией онлайн-примерочной или, например, посмотреть, как будет выглядеть новый диван в интерьере. Эта технология хорошо прижилась, и абсолютно точно еще будет развиваться в ближайшие годы. В контексте коммуникации с клиентами AR-примерочные могут быть дополнены чатом, в котором оператор будет выступать в роли продавца-консультанта. Он сможет сориентировать посетителя по ассортименту, предложить сопутствующие товары и ответить на вопросы, сделав онлайн-шоппинг еще комфортнее.

Что можно сделать:

- Воспользоваться возможностью просмотра истории обращений клиента, чтобы дать рекомендации;
- Дополнить интернет-магазин чатом для общения с посетителями;
- Подготовить несложные макеты с элементами фирменного стиля и логотипа клиента, чтобы наглядно показать, как будет выглядеть готовый брендированный товар.

Экстра-сервис при покупке

Получение дополнительных бонусов при приобретении товара или услуги становится настолько привычным для клиента, что отсутствие экстра-сервиса может вызвать у него недоумение или даже чувство досады. Не получив, скажем, скидку на следующую покупку или бесплатную доставку после оформления заказа, покупатель будет неприятно удивлен и вряд ли захочет возвращаться к вам. Поэтому не стоит пренебрегать таким способом повышения лояльности. Продумывайте экстра-сервис таким образом, чтобы он не только нес реальную ценность для вашего покупателя, но и мотивировал его возвращаться к вам в дальнейшем.

Что можно сделать:

- Предоставить клиенту обучающие материалы о работе с вашим продуктом (особенно актуально для различных сервисов);
- Подготовить полезные методички, чек-листы, подборки сопутствующих товаров;
- Подарить бесплатную дополнительную услугу: экспресс-доставку, консультацию по настройке сервиса, абонемент на обслуживание и т.д.

D2C: продажи без посредников

Еще один глобальный быстро развивающийся тренд — покупка товаров напрямую у производителя. Тенденция затронула как крупные компании, так и некоторых представителей малого и среднего бизнеса. Во-первых, такая схема реализации вызывает больше доверия у потенциального клиента, так как он уверен, что не приобретет подделку. А во-вторых, производитель в таких условиях может тщательнее контролировать уровень сервиса, собирать данные обо всех клиентах в одну базу и осуществлять единую коммуникационную политику. Каналы и инструменты для общения с клиентами производитель может выбирать самостоятельно, не переживая о том, что его репутация может пострадать, провоцируя отток покупателей. Таким образом формируется лояльное отношение к бренду.

Что можно сделать:

- Добавить на сайт чат для коммуникации с клиентами;
- Подключить форму обратной связи для сбора данных о пользователях;
- Настроить интеграцию с соцсетями (VK, Facebook, Одноклассники);
- Подключить интеграцию с мессенджерами (WA, Telegram, Viber, Skype, Facebook Messenger);
- Добавить интеграцию с CRM-системой;
- Ввести единую систему оценки сервиса и с помощью статистики следить за его качеством.

Как улучшить клиентский сервис и увеличить прибыль с помощью Webim

Как видите, повышать качество обслуживания клиентов и выстраивать коммуникацию с ними в сегодняшней ситуации просто необходимо. Понимание актуальных трендов и внедрение современных технологий позволяет компании оставаться конкурентоспособной, а часто и занимать лидирующие позиции. Особенно важно развивать клиентский сервис малому и среднему бизнесу, ведь в этом сегменте инструменты для цифрового общения с покупателями еще не получили повсеместного распространения.

Новая реальность требует новых решений, но это не значит, что вам нужно кардинально менять рабочие процессы вашей компании. Достаточно внедрить всего несколько инструментов, чтобы увеличить количество обращений, заказов и в конечном итоге добиться роста продаж. Применив на практике знания о тенденциях в области клиентского сервиса сегодня, вы уже в ближайшее время сможете оторваться от конкурентов и завоевать рынок!

Все способы создания эффективной коммуникации с пользователями, о которых мы рассказывали выше, не требуют специальных навыков и внушительных затрат, поэтому вы легко сможете адаптировать предложенные решения под ваш бизнес. А если останутся вопросы, вы всегда сможете обратиться в службу поддержки клиентов Webim, написав в наш чат или любой, удобный для вас канал.

Благодарим вас за участие!

Будем рады видеть вас среди участников наших следующих вебинаров.

Больше об инструментах для цифрового общения с клиентами здесь:

<https://webim.ru>



ООО «ВЕБИМ.РУ», 2020,

Все права защищены

Любое использование либо копирование материалов запрещено