



Итоговый экзамен Оператор контактных и сервисных центров.ДРБ_ОКиСЦ РХ

- 1 Клиентоориентированность – это:
- 2 Принципы клиентоориентированности:
- 3 Эмпатия и глубина понимания клиента – это:
- 4 Структура колл-центра представлена следующими сотрудниками:
- 5 Этапы создания эффективного колл-центра:
- 6 Виды колл-центров:
- 7 Какие интонационные роли присущи при ведении диалога с клиентами, согласно телефонного этикета:
- 8 Какие особенности интонационной роли «эмпат»:
- 9 Какие особенности интонационной роли «герой»:
- 10 Цель этапа кросс-продажи:
- 11 Какова цель этапа завершения в разговоре по телефону:
- 12 Что такое закрытые вопросы:
- 13 Что означает клиентоориентированный подход при конфликтных ситуациях на линии с клиентами:
- 14 Каковы основные принципы работы в конфликтной ситуации:
- 15 Что обозначает принцип «управление эмоциями» при работе с клиентом в конфликтной ситуации:
- 16 Что входит в понимание преимущества работы с CRM-блоком «управление рабочим временем»:





- 17) Ниже представлены показатели (метрики) для контроля эффективности обслуживания клиентов с описанием. Прочитайте внимательно: 1) LTV – Lifetime Value – полная прибыль, которую приносит клиент за время работы с компанией – метрика показывает лояльность клиентов и выгоду взаимодействия с каждым из них. Это финансовый показатель, который может рассчитываться без участия самого клиента 2) CSAT – Customer Satisfaction Score – индекс удовлетворенности, фактически, его оценка работы конкретного оператора или сервисной службы по заявке. Это прямая оценка клиента, которую стоит у него получить после закрытия очередного обращения 3) CES – Customer Effort Score – индекс усилий. Это ещё одна оценка от клиента, в которой ему предлагается оценить объем усилий со своей стороны, потребовавшихся, чтобы решить вопрос. Как и предыдущая, метрика относится к конкретной заявке и оценивает работу сервисной службы в данный момент времени 4) NPS – Net Promoter Score – индекс лояльности клиента – его собственная оценка, с какой вероятностью он порекомендует сервис коллегам. Эта метрика показывает уровень обслуживания в целом, а не работу конкретного специалиста. При этом на неё может влиять предыдущий негативный или позитивный опыт взаимодействия с компанией. Вопрос по кейсу: Какой показатель напрямую влияет на эффективность работы оператора колл-центра и соответственно его мотивацию:
- 18) Прочитайте внимательно приведенный ниже скрипт (разговор с клиентом) оператора, обратите внимание, что по тексту ударение проставлено заглавными буквами: Клиент: «ЗдравствуйтЕ, у меня проблема с вашим сервисом. Я заказал товар, но не получил его вовремя. Что происходит?» Сотрудник КЦ: «Приветствую. Извините за проблемУ с доставкой. ДАйте мне ваш номер заказа, и я посмотрю, что произошЛО». Клиент: «Мой номер заказа – 123456». Сотрудник КЦ: «А, пОнял. Ну, видите ли, я не вижу тут никаких проблем. Возможно, просто задерживается. Подождите еще пару дней, и если ничего не изменится, позвОните нам снова». Клиент: «Но у вас на сайте написано, что доставка должна быть в течение 2-3 дней. Я уже ждал неделю! Верните мои деньги!». Сотрудник КЦ: «А, ну да, извините за это. ВИдимо, случилось что-то неожиданное. И да, ваши денежные средства мы тоже, наверное, вернЕм. Я передам информацию в службу доставки, и, наверное, они разберутся. ПрОсто ждите». Клиент: «Ну ладно, я подожду, но это не очень хорошо. Надеюсь, вы что-то предпримете». Сотрудник КЦ: «Да, конечно. Спасибо за ваш звонок. Если что-то изменится, мы вам позвОним. Удачи». Вопрос по кейсу: Какое личное качество оператора колл-центра находится на низком уровне из приведенного разговора с клиентом:





- 19) Прочитайте приведенный ниже скрипт (разговор оператора с клиентом) и проанализируйте его: – Компания «Звезда», отдел продаж, меня зовут Наталья, добрый день! – Клиент: Здравствуйте, а сколько стоит «товар такой-то»? – Да, вы обратились по адресу! Все зависит от комплектации, подскажите, вы уже выбрали что-то конкретное или еще подбираете, сравниваете? – Клиент: Да, меня интересует цена «товара такого-то». – Цена от «xxx» рублей, кстати, как к вам лучше обращаться? – Клиент: Андрей. – Очень приятно, Андрей, а меня, ещё раз повторю, Наталья. Говоря о вас, вы уже где-то были, что-то видели или звоните впервые? – Клиент: Да, звонил в пару мест... Хорошо, спасибо за консультацию. А еще вопрос, скажите у меня по моему вопросу – по возврату прошлого заказа еще не пришли деньги-можете посмотреть, что там? – Понимаете, Андрей, у меня нет такой информации, я не знаю? – Клиент: Интересно конечно, тогда позвоню на другую ГЛ-может там скажут? – Понимаю, до свидания? Вопрос по кейсу: Как необходимо поступить в данном случае оператору, если вопрос клиента не в рамках его компетенции:
- 20) Прочитайте приведённый ниже скрипт (разговор оператора с клиентом) и проанализируйте его: Менеджер: Добрый день, компания «...», менеджер Светлана, слушаю вас. Клиент: Я очень недоволен вашей доставкой и сервисом тоже!!!! Я уже не первый раз обращаюсь к вам, и никакого результата нет! Что за бардак! Я буду жаловаться!!!! Менеджер: (выключив микрофон, дав клиенту высказаться и выпустить «пар») Прощу прощения от лица компании за доставленные неудобства. Подскажите ваш номер и номер вашего заказа, дату последнего обращения. Я сейчас посмотрю историю вашего обращения. Минуту. Клиент: Да уж посмотрите, что вы не видите мои обращения, я уже звоню 15 раз (ненормативная лексика) Менеджер: Будь добры, не выражайтесь в такой форме, обращаю внимание, что все разговоры записываются. Клиент: (продолжает ругаться и выражаться, грозить в адрес оператора и компании в целом). Менеджер: Извините, но в таком случае я вынуждена прервать разговор. До свидания. Менеджер повесила трубку первой. Вопрос по кейсу: Правильно ли поступила менеджер в данной ситуации и почему:

