

RATE MY SERVICE SURVEY / ПЕРСОНАЛНА ОЦЕНКА НА КЛИЕНТСКИЯ СЕРВИЗ

Същност на проучването

Информацията се извлича чрез обратна връзка от ежедневната мейл-кореспонденция между служители и контрагенти.

Подходящо в най-голяма степен за служители, които обменят търговска и/или сервизна мейл-комуникация с ключови за бизнеса контрагенти – клиенти, доставчици, партньори, финансови или държавни институции.

Механизъм на проучването

Към електронния подпис на всеки Ваш подчинен, в електронната му поща се прикрепя:

- Снимка с логото на Вашата компания, с добавен текст „Rate My Service”
- Към снимката има прикачен URL-link, който при кликване отваря формата за оценка
- При получаване на всяко електронното писмо, контрагентът *на момента* може да оцени сервиза, който е получил от Вашия подчинен.
- Най-често проучване „Rate My Service“ съдържа до 7 критерия за оценка (виж по-долу)
- Всеки служител от фирмата може да се оценява индивидуално
- През определен период от време Мениджърът получава обобщен репорт с резултатите на всеки подчинен

Пример

Mail text, mail text , mail text ...

*Best regards!
George Todorov
Chief Trainer
ReExe Ltd*



(Кликни върху логото)

Критерии за оценка на служителите

С помощта на този вид проучване могат да се измерват, анализират и контролират:

- **компетентността** в сервиза – дали се предоставя правилната информация на контрагента
- **ефективност на решенията** – дали предложените действия удовлетворяват контрагента
- **бързината на обслужването** – дали изпратените отговори към контрагентите са навремени
- **организацията на информацията** – дали предоставената информация е структурирана и лесна за разбиране
- **начина на презентиране** – дали се спазват стандартите на фирмата Ви за продуктова презентация
- **ефективност на комуникацията** – дали нуждите на контрагента са били разбрани бързо и правилно
- **позитивност на комуникацията** – дали всеки път контрагентът получава позитивен и конструктивен сервиз
- **препоръки и коментари** – контрагентът може да предоставя препоръки и да прави коментари
- и т.н.

ТОП 3 ползи на тези проучвания

1. Мениджърът е информиран навременно за *нивото на обслужване* на ключови контрагенти.
2. Мениджърът знае точно *зоните за подобряване* на клиентския сервиз.
3. Мениджърът знае точно *хората*, с които трябва да подобрява нивата на сервиз.