

Новотелеком

Концепция цифровой представленности



Ключевые точки для онлайн

Важны для доведения до людей сервисов и измерения успешности.

Идея → Сервис → Клиент → Подключение → Поддержка → Удержание

Новые сервисы

Существующие сервисы

Подключение

Поддержка

Удержание

Фоновая работа с сайтом

*Сейчас есть проблемы с доведением сервисов до клиентов и их измерений.
Из-за чего всё работает не так, как должно.*

Проблемы

Мы посмотрели на всё и увидели такие проблемы (могут не совпадать с вашим видением):

Клиенты

- У компании есть идеальное представление людей и стремление к этому идеалу, продавливание своего видения. реальные люди сложнее, разнообразней и злей.
- нет конкуренции

Решения

Помогут всему бизнесу и каждому участнику

- Упрощать выбор сервисов для людей
- Наблюдать, фиксировать и помнить интересность того или иного сервиса для клиентов
- Измерять интересность и эффективность

Проблемы

Сервисы

- Внедряются сложно (много согласований и разные ЛПРы), не хватает одно ответственного лица или подразделения.
 - не учитывают хотелки и возможности людей и клиентов. Трансляция а-ля «я домохозяйка, что мне выбрать» слабая
 - лендинги не спасут мир
 - как выбрать тот или иной сервис?
- Есть сложности с выбором

Удержание

- Трудно сформулировать концепцию или идеологию удержания ваших клиентов. Если она есть, то очень незаметна. Что такое удержание, как оно работает?

Поддержка

- важный элемент заботы о клиентах, но кажется, что это одновременно и слабое место. Чересчур демонстрировать заботу накладно — не выдержит бизнес.
- колл-центр и служба поддержки не обрабатывают запросы с целью «устранить эти боли» в онлайн - не обращают внимание на боли.

Сервисы

- Внедряются сложно (много согласований и разные ЛПРы), не хватает одно ответственного лица или подразделения.
 - не учитывают хотелки и возможности людей и клиентов. Трансляция а-ля «я домохозяйка, что мне выбрать» слабая
 - лендинги не спасут мир
 - как выбрать тот или иной сервис?
- Есть сложности с выбором

Решения

- Культура сопровождения и доведения сервисов до онлайн и клиентов.
- внутренняя конкуренция
- доведения до онлайн через редакционный отдел
- введение KPI всех участников и самого сервиса

- Текущим клиентам предлагать дополнительные пакеты
- предлагать особые условия при отключении от услуг

- Внимание на обращения в поддержку, сразу делать FAQ, шаблоны ответов, классифицировать обращения и передавать задачу разработчикам
- Ввести KPI загрузки поддержки.

- Культура сопровождения и доведения сервисов до онлайн и клиентов.
- внутренняя конкуренция
- доведения до онлайн через редакционный отдел
- введение KPI всех участников и самого сервиса

Итого: цельная история

1. Сервис для внедрения новых продуктов
(собираем из кирпичиков и лендингов продукты)
2. Внедряем KPI для всех (менеджеры, разработчики, маркетологи, поддержка)
3. Создаем редакционную службу и следуем от идеи до реализации по четкому плану

Главное правило: чего нет на сайте, того нет вообще