

שירות לקוחות בעידן המדיה החברתית

בסטטוס הקריאה ובאופן פרטי, מבלי לחשוף את פרטי המקרה לעיני כל, מה שמהווה יתרון לחברה במקרה של תקלה שלה ויתרון ללקוח מאחר והוא מרגיש שמטפלים בו כלקוח מועדף (VIP).

- קיצור תהליכים עבור הלקוח ועבור החברה שיכולה לקבל היזון חוזר בכלי המדיה החברתית ישירות למערכת ה-CRM שלה.
- כל מידע הקיים היום במדיה החברתית שהלקוח בוחר לשתף עם החברה כגון: ימי הולדת וכד', ניתן לשימוש בכלי ה-CRM החברתי, לרבות משלוח ברכה ליום הולדת, פרחים להולדת ילד ועוד.

איך אנחנו ב-One1 נערכים לקראת שירות הלקוחות בעידן המדיה החברתית.

- כיום מופעל דף אוהדים של One1 ב-Facebook אותו אוהדים כ-400 איש (עובדים/שותפים ולקוחות). בקרב יופעל גם דף חברה ברשת החברתית הנחשבת עסקית יותר - LinkedIn.
- כיום השימוש העיקרי במדיה החברתית בחברה הוא בעיקר לשם מסרות פנים ארגוניות של עובדי החברה ולקוחותיה כגון פרסום תמונות מאירועים ידועות שהתפרסמו בעיתונות וכד'.
- בתקופה הקרובה אנחנו מתכננים להעביר את התחום הזה שינוי מהותי לפסים של ניהול מקצועי בדרך שתאפשר קבלת מידע מקצועי, פרסומים מקצועיים, דיווחים של אנשי המקצוע בחברתנו וכן פינה מקצועית ללקוחות ולעובדים.

שכל תפקידם הוא לשבת ולנטר אזכורים של המותג ולהגיב בזמן אמת, במיוחד חברות שהשירות שלהם מחייב תגובה מיידית כגון חברות הטלפון, האינטרנט והטלוויזיה.

- להלן כמה כיווני התפתחות עתידיים אפשריים לתחום שירות הלקוחות בעידן המדיה החברתית:
- זיהוי לקוח הקצה שיזדקק לשירותינו הרבה לפני שהוא מודע לכך (לדוגמא - מיפוי הלקוח בעת שהוא מציין כי הוא רכש מוצר כלשהו).
- מוקדי השירות הטלפוני יעברו טרנספורמציה ויהפכו למוקדי בקרה, כמות הפניות הטלפונית ירדו בצורה משמעותית, והקשר בין המשתמשים לארגונים יתבצע באמצעים אלקטרוניים.

- פעילות שטח פרואקטיבית, שתזוים פעולות לפני היווצרות בעיה כזו או אחרת, וכן במקרי תגובה מהירה לבעיות, לכן ברור שהאזנה לבדה אינה מספיקה. מהירות התגובה היא אחת מהפרמטרים הנמדדים ביותר בעידן זה כאשר מדרגים את איכות השירות של נותן השירות.

- אינטגרציה של מערכות ה-CRM לאינטרנט בכלל, ולרשתות חברתיות בפרט. הלקוח מצפה לקבל שירות מסונכרן בכל הפלטפורמות באמצעותם הוא פנה, אם הלקוח פנה באמצעות Twitter, הוא מצפה להכרות מלאה עם המקרה הספציפי שלו כאשר הנציג טלפוני חוזר אליו, גם אם פנייתו היתה באמצעות האינטרנט בלבד.

- נותני שירות עם "פנים" - כיום, בכל פניה למוקד הטלפוני תקבלו מענה מנציג אנונימי ושונה (לעיתים אף מעבר לים). השימוש בפלטפורמות החברתיות הופך את הקשר לאישי, מול בנאדם בעל אישיות אמיתית. אחת הדוגמאות היפות היא Zappos (קמעונאית הנעלים האמריקאית). עובדי החברה, באמצעות חשבונותיהם האישיים מהווים נציגים של החברה, מה שנותן לשירות נופך אישי מאוד, ובאמצעות מדיניות זו לחברה יש אלפי שגרירים המעניקים למותג אישיות.

כלי CRM חברתיים כסטנדרט

- כלי CRM החברתיים (Social CRM), הם כלי חדשים יחסית ועדיין לא הגיעו ליישום במרבית הארגונים.
- כלי ה-CRM החברתי מאפשר ללקוחות לפתוח את קריאות השירות ישירות באמצעות חשבונות הלקוחות במדיה החברתית (Twitter, Facebook, LinkedIn) ובאמצעותם לקצר תהליכים וליעלם.
- נציגי השירות יכולים להגיב ישירות בכלי המדיה החברתית ולעדכן את הלקוח



גילי שלזינגר

"אנו מעצבים את הכלים שלנו, ולאחר מכן הכלים שלנו מעצבים אותנו"
מרשל מקלוהן [מתוך הספר "להבין את המדיה"]

אין ספק שהמדיה החברתית מהווה את המהפכה האמיתית של השנים האחרונות. הדוגמא המובהקת למדיה חברתית לפחות במדינת ישראל היא רשת הפייסבוק, מה שהתחיל כניסיון של סטודנטים בהרווארד, כבש את העולם.

נכון לרגע זה כמות המשתמשים בפייסבוק הגיע ליותר ממיליארד משתמשים, אם פייסבוק היתה מדינה היא היתה השלישית בגודלה בעולם.

קצת נתונים במדינת ישראל	
(socialbakers.com)	
Total Facebook Users	3782280
Position in the list	45
Penetration of population	51.43
Penetration of online population	71.86%

איך זה משפיע עלינו כספקי השירותים?

אחת ממטרותיה המובהקות של המדיה החברתית בפן המקצועי שלה, היא ניהול שירות הלקוחות. כבר היום המדיה החברתית מובילה שינוי מהותי באופן בה נקבל ונספק שירות לקוחות. חברות רבות משקיעות אנרגיה ומשאבים רבים על מנת לזהות את צרכי הלקוחות שלהם על גבי הרשת. לדוגמא: האזנה לפניות לקוחות, ניטור אזכורים של המותג או מתחריו.

כיום, התופעה כמעט ברוהר מאליה. התקשורת הבין אישית השתנתה והיא מחלחלת למגזר העסקי וכך משפיעה על הדרך והמתודולוגיה בתהליכים אל מול הלקוח הקיים והפוטנציאלי.

חברות רבות, בארץ ובעולם מפעילות אנשים

אנחנו ב-One1 מבינים שבעידן המדיה החברתית, כללי המשחק השתנו כח הלקוח מחייב ארגונים לבצע שינויים טכנולוגיים ומבניים כדי לשפר את השירות והקשר עם הלקוחות.