

مدیریت پشتیبانی مشتریان



چگونه با تمرکز بر مشتریان
کسب و کارمان را رونق بدهیم؟

مدیر پشتیبانی	عنوان
تیم تولید محتوای دیدار	ترجمه و گردآوری
الهه پروانه‌وار	به سرپرستی
تیم گرافیک دیدار	گرافیک
ساجده مختارپور	صفحه‌آرا
پاییز سال ۱۴۰۲	زمان انتشار
ابرایانش دیدار	ناشر
فروش و بازاریابی	موضوع

کلیه‌ی حقوق مادی و معنوی این کتاب متعلق به شرکت ابرایانش **دیدار** می‌باشد. انتشار این کتاب بدون دستکاری در محتوای آن و فقط به صورت آنلاین، نه تنها مجاز بلکه باعث خشنودی است.

توجه!

با توجه به اینکه کتاب‌های رایگان منتشر شده توسط دیدار به صورت دوره‌ای به‌روزرسانی می‌شوند، اگر این کتاب را از مسیر دیگری جز سایت ما دانلود کرده‌اید، برای دریافت آخرین نسخه‌ی کتاب «مدیر پشتیبانی» روی لینک زیر کلیک کنید.

فهرست

۶	مقدمه
۷	مدیر پشتیبانی
۱۷	استخدام مدیر پشتیبانی
۲۷	جلسه‌ی مصاحبه استخدامی مدیر پشتیبانی
۴۰	مهارت‌های اصلی مدیر پشتیبانی
۵۲	مدیر پشتیبانی موفق
۵۹	حقوق مدیر پشتیبانی
۶۹	تفاوت کارشناس پشتیبانی و مدیر پشتیبانی
۷۸	چگونه مدیر پشتیبانی شویم؟
۸۹	تفاوت مدیر پشتیبانی و آموزش مشتریان
۹۸	مهم‌ترین KPIهای واحد پشتیبانی

۱۰۹.....	هشت راهکار ساختن تیم پشتیبانی حرفه‌ای
۱۱۹.....	علل جذابیت شغل مدیریت پشتیبانی
۱۳۰.....	اعدادی جالب درباره‌ی مدیر پشتیبانی در ایران و جهان
۱۴۳.....	ابزارهایی که مدیران پشتیبانی نیاز دارند
۱۵۳.....	بهترین کتاب‌های حوزه‌ی مدیریت پشتیبانی
۱۶۷.....	چالش‌های مدیر پشتیبانی
۱۷۹.....	سخن آخر

مقدمه

انسان از دیرباز نیاز به توجه، محبت و حمایت داشته است. نیاز به پشتیبانی و حمایت مرزهای فرهنگی و جغرافیایی نمی‌شناسد. به همین دلیل، هر کسب‌وکاری باید سیستم خاصی برای پشتیبانی مشتریان در نظر بگیرد. دپارتمان پشتیبانی مشتری قرار است به مشتریان نشان دهد که چقدر برای شرکت اهمیت دارند.

مطمئناً حضور مدیرانی ماهر در این بخش می‌تواند واکنش‌های مثبتی میان مشتریان برانگیزد و آن‌ها را تشویق کند تبلیغ برند را پیش دوستان و آشنایان خود بکنند.

شغل مدیر پشتیبانی یکی از مهم‌ترین موقعیت‌ها در هر کسب‌وکاری است که روی روابط شما با مشتریان تأثیر فوق‌العاده‌ای می‌گذارد. ما در این کتاب تمامی ابعاد پشتیبانی از مشتریان را بررسی خواهیم کرد. شما هم اگر مدیر پشتیبانی مشتریان هستید، پس از مطالعه‌ی این کتاب عملکردتان تا حد زیادی بهتر می‌شود. اگر هم به دنبال فرصت‌های شغلی مدیر پشتیبانی هستید، مطمئناً شانس بیشتری برای پذیرش و استخدام خواهید داشت.

مدیر پشتیبانی



مدیر پشتیبانی مشتری (CSM) کیست؟

مدیر پشتیبانی مشتری (Customer Support Manager) بر عملیات روزانه‌ی بخش پشتیبانی مشتری شرکت نظارت می‌کند. این مدیران تیم پشتیبانی و خدمات مشتری را رهبری کرده و جلسات استخدای این بخش را برگزار می‌کنند. همچنین وظیفه‌ی آموزش کارکنان جدید بخش پشتیبانی هم با مدیران آن است.

این متخصصان اطمینان حاصل می‌کنند مشتریان خدماتی با کیفیت بالا دریافت کنند و از این طریق، به گسترش پایگاه مشتریان شرکت کمک می‌کنند.

هدف مدیر پشتیبانی مشتری خلق تجربیاتی مثبت و به‌یادماندنی از برند است. مدیر پشتیبانی مشتریان برای حمایت از اهداف شرکت و کاهش احتمال ریزش مشتریان، مطمئن می‌شود میان مشتریان و کارباز فروش شرکت هیچ اصطکاکی وجود نداشته باشد.

هر CSM به عنوان صدای مشتری در داخل شرکت عمل می‌کند. او در این راستا، باید به کشف مشکلات و پاسخ به مسائل مشتریان کمک کرده و بازخوردها را به تیم‌های توسعه‌ی محصول، بازاریابی و فروش منتقل کند. به طور کلی می‌توان گفت وظیفه‌ی اصلی مدیر پشتیبانی خلق تجربیات عالی برای مشتری، با هدف افزایش احتمال حفظ آن‌ها، است.

مهم‌ترین مهارت‌های مدیر پشتیبانی

منظور از مهارت‌های مدیر پشتیبانی همان قابلیت‌هایی است که به مدیران کمک می‌کند مسئولیت‌های شغلی خود را به بهترین شکل ممکن انجام دهند. در ادامه چند مورد از مهارت‌های ضروری مدیر پشتیبانی مشتریان را بررسی می‌کنیم.

۱) مهارت‌های سیاسی و دیپلماتیک

همه‌ی ما ایرانی‌ها با عبارت «سیاست‌داشتن» آشنا هستیم. مثلاً از خیلی‌ها می‌شنویم که فلانی آدم باسیاستی است. باسیاست‌بودن یکی دیگر از مهم‌ترین مهارت‌های مدیر پشتیبانی است.

مهارت‌های سیاسی یا دیپلماسی هم برای خدمات مشتری و هم برای رهبری تیم ارزشمند است. در مورد اول، مهارت دیپلماسی به مدیران کمک می‌کند مسائل را مؤدبانه و حرفه‌ای حل کنند. به عنوان مدیری باسیاست، باید در موقع بروز مشکل یا درگیری، آرام بمانید و به تیم کمک کنید تا آرامشش را به دست آورد.

این مهارت موقع گرفتن بازخوردهای منفی هم مؤثر است. چراکه برخورد دیپلماتیک با نظرات منفی به تیم شما کمک می‌کند به جای غرق شدن در حس سرخوردگی، برای بهبود عملکردش انگیزه بگیرد.

۲) توانایی حل مسئله

یکی از مهم‌ترین مهارت‌های مدیر پشتیبانی توانایی حل مسئله است. اغلب مشتریانی که با بخش پشتیبانی تماس می‌گیرند، سؤال یا مشکلی در مورد محصول دارند. مسائل ساده و تکراری مشتریان را هر یک از اعضای تیم می‌توانند حل کنند. اما وقتی مشکل جدید یا پیچیده‌ای به وجود بیاید، به مداخله‌ی مدیر پشتیبانی نیاز است.

۳) مهارت‌های ارتباطی

مهارت‌های ارتباطی اهمیت زیادی برای یک CSM دارد. چرا؟ چون بیشتر وقت آن‌ها به تعامل با تیم خود، مشتریان و مدیران دیگر می‌گذرد. برای کار مؤثر با گروه‌های مختلف، داشتن مهارت‌های ارتباط کلامی و نوشتاری ضروری است. این مهارت‌ها به مدیر پشتیبانی کمک می‌کنند کارکنان خود را آموزش دهند، آن‌ها را از سیاست‌های جدید بخش آگاه کنند و بازخوردهای مناسبی از آن‌ها بگیرند. البته نباید اهمیت این مهارت را هنگام رسیدگی به چالش‌های مشتری فراموش کنیم.

۴) مهارت‌های انگیزشی

تلاش برای انگیزه‌بخشیدن به تیم، اصل اساسی در شغل مدیریت پشتیبانی است. از آنجایی که فعالیت در بخش خدمات مشتری می‌تواند چالش‌برانگیز باشد، خیلی مهم است که روحیه‌ی کارکنان خود را بالا نگه دارید.

۵) یکدلی و صمیمیت

همدل بودن به معنای درک دیدگاه طرف مقابل است. یعنی در جایگاه مدیر پشتیبانی درک کنید دقیقاً چرا مشتری تجربه‌ی ناامیدکننده‌ای با محصول داشته است. یا چرا کارمند به غیر از وظایف اصلی‌اش ترجیحات دیگری را دنبال می‌کند. وقتی در وهله‌ی اول، نگرانی افراد را درک کنید، پیدا کردن بهترین راه‌حل برای رفع آن نگرانی‌ها کار سختی نیست.

۶) هوش هیجانی

هوش هیجانی یا هوش عاطفی یعنی علاوه بر درک احساسات طرف مقابل، به احساساتش پاسخ مناسب هم بدهید. مثلاً فرض کنید متوجه شدید کارمندی با وظایف کاری خود مشکل دارد و نمی‌تواند درست از پس آن‌ها بر بیاید. اینجا باید از حس همدلی و هوش هیجانی خود برای نظریه‌پردازی استفاده کنید. با خودتان فکر کنید آیا مشکل این کارمند کمبود انگیزه است؟ یا مسئله‌ی شخصی دارد؟ یا پای دلیل دیگری وسط است که من خبر ندارم؟ همین موضوع درباره‌ی درک احساسات مشتری نیز صدق می‌کند. یکی از مهم‌ترین مهارت‌های مدیر پشتیبانی این است که از طریق گفتگوی تلفنی یا گفتگوی مستقیم، بتواند پاسخ مناسبی به احساسات و هیجانات مشتری بدهد. البته فراموش نکنید که هوش هیجانی یعنی به شیوه‌ای پاسخ دهید که هم به نفع مشتری باشد، هم به نفع شرکت.

۷) سازمان دهی

یکی از ویژگی‌های مدیر پشتیبانی که به قول معروف می‌تواند او را جلو ببرد و باعث پیشرفتش شود، مهارت سازمان دهی است. این مهارت به مدیر پشتیبانی کمک می‌کند در رسیدگی به درخواست‌های پرتعداد مشتریان و طبقه‌بندی سوابق آن‌ها، عملکرد مناسبی داشته باشد.

البته برای کسب چنین مهارتی می‌توان از نرم‌افزار CRM نیز کمک گرفت. با یادگیری نحوه سازمان دهی کارمندان و مشتریان، مدیر پشتیبانی از تلاطم و شلوغی ذهن خود کم می‌کند تا کیفیت تعاملاتش با کارمندان و مشتریان بهتر شود.

۸) تجزیه و تحلیل

به کمک مهارت‌های تحلیلی می‌توان طرز تفکر مبتنی بر داده را آموخت. در عصر داده‌ها و اطلاعات دیجیتال، یکی از وظایف مدیر پشتیبانی این است که توانایی تحلیل داشته باشد و با استفاده از اطلاعات موجود، تصمیمات سودمندتری بگیرد.

۹) خلاقیت

شغل مدیریت پشتیبانی خیلی جای کار دارد! اگر مدیر خلاق باشد، همیشه برای نوآوری در فرایندها و طراحی استراتژی خدمات مشتری ایده‌های جدیدی وجود دارد. خلاقیت نقش مهمی در شخصی‌سازی استراتژی‌های خدمات مشتری دارد. همچنین می‌تواند برای حل مشکلات مشتری نیز مفید باشد. چراکه شاید بعضی نگرانی‌های

پیچیده‌ی مشتریان به راه‌حلهایی نیاز داشته باشند که با فرایندهای معمول برطرف نشوند. در دنیای عجیب و پیچیده‌ی امروز، اختیارات مدیر پشتیبانی مشتری بدون داشتن خلاقیت، بسیار محدود خواهد بود.

مدیر پشتیبانی مشتری چه مسئولیت‌ها و وظایفی دارد؟

برای ردیف شغلی مدیر پشتیبانی هیچ شرح شغل ثابت و مشخصی وجود ندارد، با این حال به طور کلی یک مدیر پشتیبانی معمولاً دارای وظایف زیر است:

۱) مراقبت از مشتری (Customer Care)

همان‌طور که در ابتدای فصل اشاره شد، اولویت اصلی مدیر پشتیبانی، مراقبت از مشتریان و ارائه‌ی بهترین تجربه‌ی ممکن به آن‌هاست. خیلی وقت‌ها ممکن است CSM مکرر با یک مشتری خاص برای مدت زمانی طولانی کار کند. یا شاید نیاز باشد مدیر پشتیبانی روی نوع خاصی از درخواست‌های مصرف‌کنندگان تمرکز کند. در هر صورت، همواره هدف نهایی ارائه‌ی حداکثر ارزش ممکن به مشتریان است. یکی از مهم‌ترین وظایف مدیر پشتیبانی این است که ضمن نشان‌دادن همدلی و تخصص، سعی کند روابطی که مشتری با شرکت دارد، کاملاً لذت‌بخش باشند.

۲) پشتیبانی فنی و حل مشکل

ارائه‌ی پشتیبانی فنی یکی دیگر از وظایف مدیر پشتیبانی است. این مدیر باید به اندازه‌ی کافی دانش فنی مرتبط با محصول را داشته باشد. در این صورت هم می‌تواند به مشتریان جدید کمک کند، هم روی مسائل پیچیده‌تری که مشتریان فعلی دارند، کار کند. پشتیبانی فنی مشتری یعنی بفهمیم مشکل مشتریان از کجا نشأت می‌گیرد و بهترین راه‌حل برای رفع آن مشکل چیست.

۳) مدیریت حساب (Account Management)

یکی از وظایف مدیر پشتیبانی مشتری توجه به رفتارها و تصمیمات هر مشتری است. مثلاً یکی از مواردی که در مدیریت حساب مشتری مهم است، تصمیمات مربوط به مرجوعی یا تعویض محصول است. اگر مدیر پشتیبانی ذهنیت و مقاصد مشتریان را درست بشناسد، بهترین توصیه‌ها و راهکارهای ممکن را به آنها ارائه می‌دهد.

۴) توجه ویژه به اعضای تیم پشتیبانی

از مدیران پشتیبانی انتظار می‌رود نسبت به اعضای تیم خود توجه ویژه‌ای داشته باشند و از آنها حمایت کنند. در ضمن، یکی از مهم‌ترین وظایف مدیر پشتیبانی آنالیز و سازمان‌دهی معیارهای عملکرد تیم است.

معیارهای عملکرد مدیر پشتیبانی مشتری

از زمانی که شغلی تحت عنوان مدیر پشتیبانی ابداع شد، یک سری شاخص‌های کلیدی عملکرد برای آن به وجود آمد که CSM بر اساس این معیارها قضاوت می‌شود. در ادامه به چند مورد از معیارهای عملکرد پشتیبانی مشتری اشاره خواهیم کرد:

- امتیاز خالص پروموتر (NPS): چقدر احتمال دارد مشتری محصولی را به شخص دیگری توصیه کند؟
- زمان رسیدگی: چه مدت طول کشید تا مشکل مشتری حل شود؟
- میزان رضایت مشتری (CSAT): مشتری تا چه حد از تعامل با تیم پشتیبانی راضی بوده است.
- زمان اولین پاسخ: مشتری با چه سرعتی پاسخ سؤالش را دریافت کرده؟
- نرخ حل و فصل مسائل: تعداد پرونده‌های باز تیم پشتیبانی (در مدت زمان معین) چقدر است؟
- شادی و مشارکت کارکنان: اعضای تیم پشتیبانی چقدر در موقعیت شغلی خود خوشحال هستند؟ چقدر احتمال دارد شرکت را ترک کنند؟

متقاضی شغل مدیر پشتیبانی به چه تجربیاتی نیاز دارد؟

مهارت‌های ارتباطی عالی، همدلی و توانایی حل مسئله از الزامات کار در این مسئولیت هستند. همچنین دانش فنی و مدرک تحصیلی مرتبط با کسب‌وکار نیز اهمیت بالایی برای استخدام مدیر پشتیبانی دارند.

به غیر از این موارد، هیچ الزامات استانداردی برای شغل مدیر پشتیبانی وجود ندارد. بهترین کار این است که شرح شغلی شرکت موردنظر را بخوانید و ببینید ویژگی‌های مدیر پشتیبانی از نظر آن‌ها چیست و چه مهارت‌ها و تجربیاتی لازم دارند.

استخدام مدیر پشتیبانی



مدیر پشتیبانی مسئول رهبری بخش پشتیبانی مشتریان در شرکت است. برای اینکه تیم پشتیبانی و امور مشتریان کارآمد، مؤثر و سازنده عمل کنند، مدیران شرکت باید روی فرایند استخدام مدیر پشتیبانی حداکثر ظرافت ممکن را به خرج دهند. چراکه در غیر این صورت، نارضایتی مشتریان بیشتر و بیشتر شده و این موضوع باعث می‌شود میزان فروش و درآمد شرکت کاهش چشمگیری پیدا کند. اینجا قرار است هرآنچه را که باید درباره‌ی استخدام مدیر پشتیبانی بدانید، با هم بررسی کنیم.

مدیر پشتیبانی امور مشتریان چه وظیفه‌ای دارد؟

وظیفه‌ی اصلی مدیر پشتیبانی مشتری نظارت بر عملکرد کارمندان بخش پشتیبانی است. این مدیران اطمینان حاصل می‌کنند که فرایندها و رویه‌ها در بهترین شکل ممکن ادامه داشته باشند و نیازهای مشتریان با سرعت و دقت بالا رفع شود. مدیر پشتیبانی باید بازخورد مشتریان را بشنود و بهترین نظرات را به بخش‌های توسعه‌ی محصول، بازاریابی و فروش منتقل کند. بدیهی است که همه‌ی این کارها برای اطمینان از رضایت مشتری و وفادارکردن او نسبت به برند است. در ضمن، فراموش نکنیم مدیر پشتیبانی مشتریان باید کارمندان این بخش را استخدام کرده و پروتکل‌های تجاری لازم را به آنها بیاموزد. او باید مطمئن شود افراد تازه‌وارد، دانش لازم برای پاسخ به هرگونه سؤال مشتری را دارند و می‌دانند چگونه به شکایات مشتریان رسیدگی کنند.

مهم‌ترین وظایف روزمره‌ی مدیر پشتیبانی عبارت‌اند از:

- استخدام و آموزش کارمندان بخش پشتیبانی مشتری و امور مشتریان
- رسیدگی به شکایات مشتریان
- شنیدن نظرات مشتریان و پیگیری اعمال تغییرات در کسب‌وکار
- شناسایی و تعیین اهداف برای تیم پشتیبانی
- بررسی پیشرفت کارمندان و انتقال فیدبک‌های لازم به آنها

الزامات لازم برای استخدام مدیر پشتیبانی

الزامات استخدام مدیر پشتیبانی از یک شرکت به شرکت دیگر متفاوت است. این موضوع خصوصاً در کشور ما، ایران، بیشتر صدق می‌کند. بعضی شرکت‌ها به مدرک تحصیلی خاصی اشاره می‌کنند، بعضی‌ها هم چندین مدرک تحصیلی را برای استخدام می‌پذیرند.

اگرچه هیچ شرح شغلی ثابتی در استخدام مدیر پشتیبانی وجود ندارد، با این حال یک سری الزامات و نیازها هست که تقریباً در همه‌ی آگهی‌ها ذکر می‌شود و حتی اگر ذکر نشوند، مدیر پشتیبانی قطعاً باید آنها را داشته باشد.

برخی از این الزامات عبارت‌اند از:

- حداقل لیسانس در رشته‌های مدیریت بازرگانی، MBA یا رشته‌های مرتبط با کسب‌وکار
- توانایی کار با جدیدترین نرم‌افزارهای مدیریت ارتباط با مشتریان مانند CRM
- توانایی تجزیه و تحلیل و آنالیز اطلاعات مربوط به مسائل و مشکلات مشتریان
- استفاده از بازخورد مشتریان برای اعمال تغییرات سودمند در شرکت یا محصولات آن

البته همان‌طور که حتماً خودتان هم متوجه شدید، برای استخدام مدیر پشتیبانی باید خیلی موارد دیگر را هم در نظر بگیرید تا بتوانید کارشناس پشتیبانی خوبی را استخدام کنید. در فصل دیگری در همین کتاب، مفصل درباره‌ی مهارت‌های مدیر پشتیبانی صحبت می‌کنیم.

شرح موقعیت شغلی مدیر پشتیبانی مشتری

تا اینجای کار مشخص کردیم شرکت‌ها برای استخدام مدیر پشتیبانی چه چیزهایی را در نظر می‌گیرند. از ویژگی‌های لازم برای مدیر پشتیبانی که بگذریم، برای استخدام مدیر پشتیبانی به یک شرح شغلی نیاز است.

در شرح موقعیت شغلی مدیر پشتیبانی باید این را در نظر بگیرید که ارزش‌های

اصلی شرکت شما چیست و این ارزش‌ها، چه انتظاراتی را پدید می‌آورند. این طرز فکر است که تضمین می‌کند شما حتماً فرد مناسب را برای شرکت خود شناسایی می‌کنید. شرح موقعیت شغلی ۴ بخش اصلی دارد که در ادامه آن‌ها را بررسی می‌کنیم:

بخش اول) سؤالات پایه

- چرا نیاز به استخدام مدیر پشتیبانی داریم؟
- این مسئولیت چگونه در راستای فعالیت دیگر بخش‌های سازمان قرار خواهد گرفت؟
- چه چیزی در استخدام مدیر امور مشتریان شرکت ما را منحصربه‌فرد می‌کند؟
- کار کردن به عنوان مدیر پشتیبانی برای شرکت ما چگونه خواهد بود؟

بخش دوم) الزامات

- برای استخدام شدن در این شغل کدام مهارت‌های فنی موردنیاز هستند؟
- از بین مهارت‌های نرم به کدام نیاز داریم؟
- تجربیات و رزومه‌ی خوب از نظر ما چیست؟

بخش سوم) مسئولیت‌ها

- مدیر پشتیبانی پس از استخدام شدن چه انتظاراتی را باید برآورده کند؟
- کدام فرایندها را باید اجرا کند و در نتیجه‌ی فرایندها چه چیزی باید تحویل دهد؟
- روتین روزانه‌ی این شغل در شرکت ما چگونه است؟

بخش چهارم) حقوق و مزایا

- حقوق مدیر پشتیبانی در شرکت ما چقدر است؟
- آیا سیستم‌های پاداشی خاصی برای این شغل وجود دارد؟
- آیا تصمیماتی برای آموزش رایگان مدیر پشتیبانی گرفته شده؟
- آیا شرکت امکانات رفاهی خاصی برای این شغل در نظر دارد؟ (صبحانه، ناهار، کافی‌شاپ، عصرانه یا ...)
- وضعیت بیمه برای شغل مدیر پشتیبانی چگونه است؟

نمونه آزمون استخدام مدیر پشتیبانی

بسیاری از شرکت‌ها برای استخدام مدیر پشتیبانی از یک آزمون استخدامی استفاده می‌کنند. این آزمون به شما کمک می‌کند رزومه و تجربیات متقاضی را از زبان خودش بشنوید. برای همین اهمیت زیادی دارد.

در ادامه یک نمونه آزمون استخدامی آورده شده که می‌توانید از آن برای استخدام مدیر پشتیبانی امور مشتریان استفاده کنید.

سؤال ۱ (درباره‌ی توانایی حل مسئله)

آیا قبلاً فرایند یا رویه‌ی جدیدی را اجرا کرده‌اید که مسئولیت شما یا تیمتان را آسان‌تر کرده باشد؟

سؤال ۲ (درباره‌ی مهارت رهبری)

افتخارآمیزترین لحظه یا بزرگ‌ترین پیروزی شما در زمینه‌ی مدیریت چه بوده است؟

سؤال ۳ (درباره‌ی هوش تجاری)

آیا تا کنون برای صرفه‌جویی در هزینه‌های کسب‌وکار فرایندی را اصلاح یا ایجاد کرده‌اید؟

چطور بهترین مدیر پشتیبانی را استخدام کنیم؟

مدیران پشتیبانی در خط مقدم شرکت‌ها هستند و به طور فعال روابط شرکت با مشتریان را مدیریت می‌کنند. این افراد نقش مهمی در چرخه‌ی زندگی مشتریان دارند و به‌تنهایی می‌توانند درآمد زیادی نصیب شرکت کنند. البته همان‌طور که ابتدای فصل گفتیم، برعکس این قضیه هم صادق است.

اگر صرفاً با حدس و گمان دست به استخدام مدیر پشتیبانی بزنید، ممکن است ضررهای جبران‌ناپذیری به شرکت خود وارد کنید. این موضوع برای شرکت‌های B2B بیشتر صدق می‌کند. چراکه حتی یک مشتری، می‌تواند درآمد هنگفتی نصیب شرکت کند. در ادامه به این سؤال پاسخ می‌دهیم که چطور بهترین مدیر پشتیبانی را استخدام کنیم و از این طریق، بهترین روابط ممکن را با مشتریان خود داشته باشیم.

۱) مهارت‌ها و الزامات موردنیاز خود را به‌درستی تعریف کنید.

درست است که بالاتر به الزامات استخدام مدیر پشتیبانی اشاره کردیم، اما ممکن است شرکت شما نیازهای خاص‌تری داشته باشد. بنابراین همین‌طور که به دنبال کاندیدای رؤیایی خود هستید، یک قدم به عقب برگردید و الزامات مورد انتظارتان را با وضوح و جزئیات کامل تعریف کنید.

۲) ویژگی‌های رفتاری و اخلاقی را جدی بگیرید.

مدیران یک شرکت، الگوی کارکنان هستند. اگر آن‌ها باانگیزه، سرسخت و پرتلاش باشند، اعضای تیمشان نیز همین‌طور خواهند بود. بهترین متقاضی استخدام مدیر پشتیبانی فردی است که پس از زمین‌خوردن، بتواند خودش را بلند کند، از این تجربه درس بگیرد و به فعالیت خود ادامه دهد.

در ضمن، مدیر پشتیبانی باید مثبت‌نگر باشد.

این روزها هیچ قدرتی بالاتر از مثبت‌نگری بودن وجود ندارد. این ویژگی اخلاقی باعث می‌شود نگاه کارکنان امور مشتریان به چالش و شکایات مشتری کاملاً عوض شود. در این صورت آن‌ها هر چالش و هر بازخورد منفی را به چشم یک فرصت می‌بینند. خلاصه اینکه، ویژگی‌های رفتاری و اخلاقی را جدی بگیرید.

۳) از شیوه‌های استخدام هوشمند استفاده کنید.

استفاده از آزمون‌های دیجیتالی، روشی عالی برای استخدام هوشمندانه‌ی مدیر پشتیبانی است. با استفاده از نتایج این آزمون‌ها می‌توانید نکات ارزشمندی را در مورد هر متقاضی استخراج کنید. (مثلاً ویژگی‌های روان‌شناختی، خصوصیت‌های رفتاری، توانایی شناختی و...)

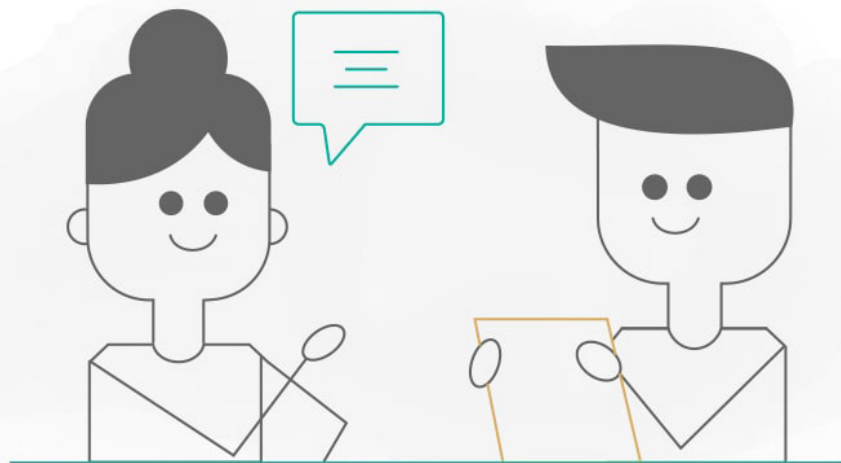
به هر سؤال امتیازی اختصاص داده و فردی را که بیشترین امتیاز را گرفت، در اولویت استخدام قرار دهید.

۴) تعصبات استخدامی را کنار بگذارید.

همه‌ی ما ادعا می‌کنیم بی‌طرف هستیم، اما همیشه یک سری جهت‌گیری‌های ناخودآگاه داریم. این جهت‌گیری‌ها می‌توانند در تصمیمات استخدامی شما مؤثر باشند. یکی از راه‌های کاهش تعصبات استخدامی، تکیه بر داده‌ها و اطلاعات است. اطلاعاتی که از مصاحبه‌ها و آزمون‌های استخدامی به دست آورده‌اید، به مراتب

معتبرتر از سوگیری‌های ناخودآگاه شما هستند. افراد را بر اساس میزان تناسب آن‌ها با شغل انتخاب کنید، نه بر اساس سن، جنسیت یا دانشگاهی که قبلاً رفته‌اند. برای بهبود مستمر تجربه‌ی مشتری، باید استخدام مدیر پشتیبانی در هوشمندانه‌ترین شکل ممکن انجام شود. برای همین در این کتاب سعی کردیم نکاتی ارائه دهیم که به کمک آن‌ها می‌توانید بهترین گزینه‌ی ممکن را انتخاب کنید. به علاوه، سعی کردیم چهار نکته‌ی ساده اما بسیار مهم را برای استخدام بهترین مدیر پشتیبانی بیان کنیم. امیدواریم به کمک این مطلب، فرایند استخدام خود را با شناخت کامل و به دور از تعصبات ذهنی اجرا کنید و بهترین نتیجه را بگیرید.

جلسه‌ی مصاحبه‌ی استخدامی مدیر پشتیبانی



اگر قصد استخدام شدن در موقعیت شغلی مدیر پشتیبانی را دارید، حتماً می‌دانید قرار است چه کارهایی انجام دهید. شما مسئول اطمینان از ارائه‌ی خدمات عالی به مشتریان هستید. البته این مسئولیت به این سادگی‌ها هم نیست. برای اینکه مشتریان خدماتی عالی دریافت کنند، باید به کارکنان بخش خود آموزش‌های لازم را بدهید، مشکلات مشتری را به درستی برطرف کنید و از پس تجزیه و تحلیل داده‌های مختلف بربیایید.

حتی قبل از اینکه بخواهید این کارها را انجام دهید، باید در جلسه‌ی مصاحبه‌ی مدیر پشتیبانی شرکت کنید. آنجا باید بهترین پاسخ‌های ممکن را به سؤالات نسبتاً سخت مصاحبه‌کنندگان بدهید. برای اینکه از دشواری مسیر شما کم کنیم، لیستی از سؤالات مصاحبه‌ی استخدامی مدیر پشتیبانی جمع‌آوری کرده‌ایم و در اختیار شما قرار می‌دهیم. امیدواریم هم برای آمادگی مصاحبه و هم برای اطلاع از وظایف خود بتوانید از این راهنما استفاده کنید.

۱۵ سؤال و جواب برای مصاحبه‌ی استخدامی مدیر پشتیبانی

- سؤال ۱: آیا با محصولات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مورد استفاده در این شغل آشنایی دارید؟

اینجا باید صادقانه در مورد سطح آشنایی خود با نرم‌افزارها پاسخ دهید. البته، با

ذکر این نکته که همیشه مایل به یادگیری سیستم‌ها و فرایندهای جدید هستید.

پاسخ: «بله، من با نرم‌افزارها و محصولات سخت‌افزاری مورد استفاده در این زمینه آشنا هستم. در تجربیات قبلی‌ام با خیلی از این محصولات کار کرده‌ام. قابلیت‌ها و محدودیت‌های هرکدام را می‌شناسم و می‌دانم چطور می‌توان از آن‌ها برای برآورده کردن نیازهای مشتری استفاده کرد. علاوه بر این، دوستان زیادی در این حوزه دارم که در صورت نیاز می‌توانم برای کمک با آن‌ها تماس بگیرم.»

- سؤال ۲: برای مدیریت بخش پشتیبانی از چه استراتژی‌هایی استفاده می‌کنید؟

این سؤال مصاحبه‌ی استخدامی قرار است درباره‌ی مهارت‌های رهبری شما و نحوه‌ی مدیریت بخش پشتیبانی، اطلاعاتی به مصاحبه‌کنندگان بدهد. بهتر است روی توانایی انگیزه‌بخشیدن به کارکنان، تفویض مؤثر کارها و حمایت از اعضای تیم تمرکز کنید.

پاسخ: «شغل مدیریت پشتیبانی مستلزم ترکیبی از قابلیت‌های مدیریتی و مهارت‌های ارتباطی است. رویکرد من برای مدیریت بخش پشتیبانی مبتنی بر این دو اصل خواهد بود. تیم من اهداف روشنی برای نقش‌ها و مسئولیت‌های خود خواهند داشت. البته بدیهی است که تعیین اهداف، دادن فیدبک و هدایت آن‌ها به سمت

اهداف نیز از وظایف اصلی من است. در مرحله‌ی دوم، روی برقراری روابط قوی با اعضای تیمم تمرکز می‌کنم. تلاش می‌کنم محیطی ایجاد کنم که همه در برقراری ارتباط صریح و صادقانه احساس راحتی کنند.»

- سوال ۳: فرض کنید شرایطی پیش آمده که دو نفر از کارمندان‌تان در مورد بهترین راه‌حل برای مشکل مشتری با هم بحث می‌کنند، برخورد شما چه خواهد بود؟

این یکی از سؤالات مصاحبه استخدامی مدیر پشتیبانی است که بر توانایی حل تعارضات تمرکز دارد. در هر حال به عنوان یک مدیر، شاید لازم باشد وارد عمل شوید و اختلافات بین کارمندان خود را حل کنید.

پاسخ: «ابتدا برای گوش‌دادن و درک صحبت‌های هر دو طرف وقت می‌گذارم. همه‌ی اعضای تیم باید احساس کنند شنیده می‌شوند. وقتی درک روشنی از وضعیت پیدا کردم، با تیم کار می‌کنم تا راه‌حلی مؤثر پیدا کنم. کارهایی مثل طوفان فکری یا برقراری سازش بین دو طرف احتمالاً جواب دهد. هدف من پیدا کردن راه‌حلی است که همه‌ی طرف‌های درگیر را راضی کند و در عین حال نیازهای مشتری نیز برآورده شود.»

- سؤال ۴: چه فرایندی را برای اولویت‌بندی و تفویض وظایف دنبال خواهید کرد؟

بیشتر سؤالات جلسه‌ی مصاحبه‌ی پشتیبانی روی «استراتژی» و «فرایند» متمرکز است. پاسخ شما به این سؤال باید به مصاحبه‌کننده نشان دهد که واقعاً می‌توانید وظایف را به طور مؤثر محول کنید، پروژه‌ها را اولویت‌بندی کرده و خوب با دیگران کار کنید.

پاسخ: «این فرایند بر اساس فوریت و پیچیدگی هر کار طراحی خواهد شد. در ابتدا وضعیت را ارزیابی می‌کنم تا مشخص کنم کدام وظایف فوری‌تر هستند. سپس آن وظایف را اولویت‌بندی کرده و به اعضای مناسب محول می‌کنم. در این راستا به مهارت‌های فردی و نقاط قوت اعضای تیم توجه ویژه‌ای خواهم داشت.»

- سؤال ۵: آیا زمانی بوده که از کمک به یک مشتری و حل مشکلش احساس افتخار کنید؟

اینجا مصاحبه‌کننده می‌خواهد میزان تعهدتان را ارزیابی کند. باید یکی از نمونه‌های جالبی که در گذشته داشته‌اید را روایت کنید و در روایت خود، تواناییتان را در حوزه‌ی خدمات مشتری، مهارت حل مسئله و اعتقاد به کار تیمی برجسته کنید.

پاسخ: «اخیراً یکی از شرکت‌هایی که مشتری دائمی ما محسوب می‌شد، در استفاده از محصولمان مشکل داشت. آن‌ها کاملاً ناامید شده بودند، اما من می‌دانستم با ارائه‌ی کمک اصولی مشکلشان رفع می‌شود. بنابراین، تصمیم گرفتم پا را فراتر بگذارم و تلاش بیشتری کنم. پس از صرف زمانی نسبتاً طولانی راه‌حلی پیدا کردم که واقعاً کارآمد بود. سپس تجربیات خودم را به آن‌ها انتقال دادم تا از مشکلات مشابه در آینده جلوگیری شود. بعد از آن ماجرا هم مدام پیگیر بودم تا مطمئن شوم همه چیز در آن شرکت به‌خوبی پیش می‌رود.»

- سؤال ۶: اگر مشتری عصبانی و ناامید بود، چطور از مهارت‌های ارتباطی خود برای کمک به او استفاده می‌کنید؟

در جلسه‌ی مصاحبه کارشناس پشتیبانی چنین سؤالاتی زیاد پرسیده می‌شود. اینجا باید از نمونه‌هایی روایت کنید که در آن‌ها از مهارت‌های ارتباطی خود برای کمک به مشتری و انتقال حس آرامش به او استفاده کردید.

پاسخ: «رویکرد من در این موقعیت این است که آرامش خود را حفظ کنم و همچنان رفتار حرفه‌ای داشته باشم. در عین حال، به نگرانی‌های مشتری گوش می‌دهم و احساساتش را تصدیق خواهم کرد. وقتی مشکل مشتری را کامل درک کردم، راه‌حل‌های واضح و روشنی ارائه می‌دهم. در مدت‌زمان گفتگو حواسم هست

که مشتری احساس کند شنیده می‌شود و همیشه مورد احترام شرکت ماست.»

- سؤال ۷: اگر یک مشتری تماس گرفت و شما راه‌حل مشکلش را نمی‌دانستید، برخوردتان چه خواهد بود؟

اینجا مصاحبه‌کننده می‌خواهد بفهمد راهکار شما برای برخورد با چالش‌های شغلی چیست. پاسخی که می‌دهید باید نشان دهد همواره مایل به تحقیق هستید و در صورت نیاز، درخواست کمک خواهید کرد.

پاسخ: «اول سعی می‌کنم بادقت گوش کنم تا تمام اطلاعات لازم را برای رسیدگی صحیح به مشکلش دریافت کنم. وقتی درک روشنی از مشکل پیدا کردم، با استفاده از منابع موجود مثل انجمن‌های آنلاین، مقالات اینترنتی یا همکارانی که تجربه‌ی بیشتری دارند، به چندین راه‌حل بالقوه می‌رسم. از آنجا که هدف من ارائه‌ی بهترین خدمات ممکن به مشتریان است، هر کاری که لازم باشد برای یافتن راه‌حل نهایی انجام خواهم داد.»

- سؤال ۸: وقتی تحت فشار هستید چقدر خوب عمل می‌کنید؟ می‌توانید چندین کار را هم‌زمان انجام دهید؟

اگر قصد شرکت در جلسه‌ی مصاحبه مدیر پشتیبانی را دارید، قبل از هر چیز باید مرد یا زن روزهای سخت باشید. مصاحبه‌کننده این سؤال را می‌پرسد تا میزان تاب‌آوری شما را بپرسد. پاسختان باید نشان‌دهنده‌ی این باشد که می‌توانید چندین کار را مؤثر انجام دهید و تحت فشار هم آرام هستید.

پاسخ: «من تجربه‌ی بالایی در حوزه مدیریت پشتیبانی دارم. برای همین به کارکردن تحت فشار عادت کرده‌ام. با توجه به توانایی بالای من در اولویت‌بندی وظایف و تفویض مسئولیت‌ها، همیشه رابطه‌ی خوبی با ضرب‌الاجل‌ها داشته‌ام. در ضمن، می‌توانم چندین کار را هم‌زمان انجام دهم بدون اینکه تحت فشار قرار بگیرم یا تمرکز را از دست بدهم.»

- سؤال ۹: آیا تجربه‌ی آموزش اعضای جدید بخش پشتیبانی را داشته‌اید؟

در پاسخ به این سؤال مصاحبه‌ی استخدامی باید از تجربیات گذشته‌ی خود مثال‌هایی بیاورید تا ثابت کنید در کنار مهارت رهبری، معلم خوبی هستید.

پاسخ: «طی این سال‌ها که به عنوان مدیر پشتیبانی فعالیت کرده‌ام، مسئولیت استخدام و آموزش اعضای جدید با من بوده. خوشبختانه در این مدت توانسته‌ام با توجه به توانایی‌های هر فرد، آموزش‌های شخصی‌تری به آن‌ها ارائه دهم و در پایان اطمینان حاصل کنم همه‌ی اطلاعات لازم را برای موفقیت در مسئولیت‌های خود دارند.»

- سؤال ۱۰: فرض کنید قرار است سیستم کاری بخش پشتیبانی ارتقا یابد.

استراتژی شما برای اطمینان از پیکربندی صحیح سیستم‌ها چیست؟

در پاسخ به این سؤال باید نمونه‌ای از تجربیات خود بیاورید که خودتان ارتقای سیستم را انجام داده‌اید.

و اینکه برای اطمینان از عملکرد صحیح همه سیستم‌ها، پیگیری‌های لازم را انجام داده‌اید.

پاسخ: «در ابتدا معماری سیستم موجود را بررسی می‌کنم و تعیین می‌کنم چه چیزی باید ارتقا پیدا کند. پس از انجام این کار، فرایند دقیقی برای ارتقا طراحی می‌کنم. طی فرایند استقرار سیستم جدید، از نزدیک پیشرفت ارتقا را زیر نظر می‌گیرم و مطمئن می‌شوم همه‌ی اجزا درست پیکربندی شده باشند. در نهایت، آزمایش‌های لازم را انجام می‌دهم تا مطمئن شوم همه چیز طبق انتظار کار می‌کند.»

- سؤال ۱۱: اگر بخواهید معیارهای پشتیبانی مشتری را بهبود ببخشید،

روی چه معیارهایی تمرکز می‌کنید و چرا؟

در این بخش از مصاحبه مدیر پشتیبانی باید میزان شناخت خود را از معیارهای کلیدی عملکرد بخش پشتیبانی نشان دهید. در ضمن، پاسختان باید مهارت‌های تحلیلی شما را برجسته کند.

پاسخ: «من معتقدم مهم‌ترین معیاری که باید روی آن تمرکز کرد، رضایت مشتری است. این معیار را می‌توان با پیگیری زمان پاسخ‌دهی، وضوح پاسخ‌ها و بازخورد مشتریان آنالیز کرد. البته علاوه بر رضایت مشتری، روی کارایی نیز تمرکز می‌کنم. این خیلی مهم است که تیم من با چه سرعتی می‌تواند مشکلات مشتریان را حل کند.»

- سؤال ۱۲: تاکنون چه استفاده‌هایی از نرم‌افزارهای مدیریت پشتیبانی

مشتری کرده‌اید؟

در پاسخ به این نوع سؤالات مصاحبه‌ی استخدامی باید درباره‌ی تجربه‌ی خود از ابزارهای نرم‌افزاری صحبت کنید و بگویید این ابزارها چگونه به مدیریت درخواست‌های مشتری و حل مشکلات کمک می‌کنند.

پاسخ: «اگر بخواهم به تجربیات نرم‌افزاری خود اشاره کنم، می‌توانم طراحی گردش کار سفارشی برای ساده‌سازی فرایند پاسخگویی را مثال بزنم. همچنین تنظیم هشدارهای خودکار برای اطلاع‌رسانی مشتریان درباره‌ی وضعیت درخواستشان و ارائه‌ی گزارش‌های دقیق در مورد سطح رضایت مشتری نیز جزو تجربیات من در استفاده از نرم‌افزارهای پشتیبانی مشتری هستند.»

- سؤال ۱۳: چه چیزی شما را به یک رهبر خوب تبدیل می‌کند؟

در پاسخ به این سؤال باید به ویژگی‌های خاصی که شما را به یک رهبر خوب تبدیل می‌کنند، اشاره کنید. البته این را هم بگویید که همیشه فضا برای یادگیری وجود دارد و در آینده در جایگاه رهبر قابلیت‌های جدیدی کسب خواهید کرد.

پاسخ: «تجربه‌ی فعالیت من به عنوان مدیر پشتیبانی مهارت و دانش لازم را برای رهبری در اختیارم قرار داده است. من قادر به ارزیابی سریع موقعیت‌ها و خلق راه‌حلهایی هستم که هم برای مشتری و هم برای شرکت مفید باشند.»

- سؤال ۱۴: اغلب تجربه‌ی کاری شما در چه حوزه‌هایی بوده است؟

در این قسمت از جلسه‌ی مصاحبه مدیر پشتیبانی مصاحبه‌کننده قصد دارد سطح تجربه‌ی شما و ارتباط آن را با شرکت خود درک کند. اینجا خیلی مهم است که تجربیات مرتبطی را که برای این نقش دارید، نشان دهید و هم‌زمان یادآوری کنید برای یادگیری مهارت‌های جدید آماده هستید.

پاسخ: «بیشتر تجربه‌ی من در حوزه‌ی خدمات مشتری و مدیریت پشتیبانی بوده است. من در صنایع مختلفی مثل خرده‌فروشی، خدمات رزرو بلیط، بانکداری و... کار کرده‌ام. در این مشاغل، مسئولیت مدیریت عملیات روزانه‌ی تیم خدمات مشتریان بر عهده‌ی من بوده است. خوشبختانه از عهده‌ی کارهایی مثل آموزش کارکنان جدید و رسیدگی به شکایات و سؤالات مشتریان به‌خوبی برمی‌آیم.»

- سؤال ۱۵: به نظر شما مهم‌ترین ویژگی مدیر پشتیبانی موفق چیست؟

این سؤال به مصاحبه‌کننده کمک می‌کند مهارت‌های رهبری و نحوه‌ی نگرش شما به موفقیت را بیشتر بشناسد. پاسختان باید نشان دهد برای کار تیمی، ارتباط و حل مسئله ارزش زیادی قائل هستید.

پاسخ: «به نظر من مهم‌ترین ویژگی یک مدیر پشتیبانی موفق، مهارت‌های ارتباطی اوست. به‌عنوان یک مدیر پشتیبانی می‌دانم مسئولیت من این است که تمام سؤالات و مشکلات مشتری را به شیوه‌ای کارآمد بررسی کنم. بدیهی است که برای انجام این کار باید با مشتریان و اعضای تیم به خوبی ارتباط برقرار کنم. البته داشتن مهارت حل مسئله و تخصص در تجزیه و تحلیل داده‌ها را نباید فراموش کرد.»

بیشتر سؤالات این جلسات حول محور مهارت‌های رهبری و قابلیت‌های ارتباطی می‌چرخد. قبل از رفتن به جلسه‌ی مصاحبه‌ی مدیر پشتیبانی به یاد داشته باشید که وظایف اصلی شما در این مسئولیت، رسیدگی به مشکلات مشتریان، مدیریت تیم پشتیبانی و استخدام و آموزش کارکنان جدید این بخش است.

مهارت‌های اصلی مدیر پشتیبانی



استخدام در شغل جدید مسئولیت‌های جدیدی هم با خودش می‌آورد. دیگر کارهای روزمره‌ی ما مثل قبل نیست و باید آماده باشیم اهداف جدیدی را دنبال کنیم. شغل مدیر پشتیبانی یکی از آن مسئولیت‌هایی است که برای ورود به آن، به مهارت‌های زیادی نیاز داریم. اگر مهارت‌های مدیر پشتیبانی را به‌درستی بشناسیم و سعی کنیم بر آن‌ها مسلط شویم، تیمی با روحیه‌ی بالا خواهیم داشت که آمادگی مواجهه با هر چالشی را دارد.

آشنایی با شغل مدیر پشتیبانی

مدیر پشتیبانی وظیفه‌ی رهبری تیم پشتیبانی مشتری را به عهده دارد. هدف اصلی این مدیران اطمینان از آموزش صحیح کارکنان بخش و خلق تجربیات لذت‌بخش برای مشتریان است. اگر در سفر خرید مشتریان موقعیت منحصر به فرد یا حساسی رخ دهد، این وظیفه‌ی مدیر پشتیبانی است که اطمینان حاصل کند نیازها و انتظارات مشتری برآورده می‌شوند.

بنابراین تخصص‌های مدیر پشتیبانی باید به او کمک کنند علاوه بر مدیریت کارکنان، با مشتریان نیز ارتباط بهینه برقرار کند. وقتی مشتریان مشکلات خاصی دارند که کارکنان بخش به تنهایی قادر به حل آن‌ها نیستند، این وظیفه‌ی مدیر پشتیبانی است که وارد عمل شود.

گاهی وقت‌ها که برای تجزیه و تحلیل نیازهای مشتری و اقدام سریع، نیاز به هوش

هیجانی بالاتری است، این وظیفه‌ی مدیر پشتیبانی است که عکس‌العمل مناسب نشان دهد. و در آخر نباید وظیفه‌ی گزارش‌دهی را فراموش کنیم. مشکلات رایج یا تکراری محصول باید به بخش توسعه‌ی محصول گزارش داده شوند. یا اگر مشکلاتی اساسی در روند کاری شرکت وجود داشت، مدیر پشتیبانی باید با مدیران اجرایی ارتباط برقرار کند تا موضوع حل و فصل شود.

این مواردی که مطرح شد، خلاصه‌ای از مسئولیت‌های اصلی مدیر پشتیبانی بود. اما برای اجرای موفقیت‌آمیز وظایف، این مدیران باید مهارت‌های خاصی داشته باشند که در ادامه به معرفی آن‌ها خواهیم پرداخت.

مهم‌ترین مهارت‌های مدیر پشتیبانی

(۱) ارتباطات

مهارت‌های ارتباطی یکی از مهم‌ترین مواردی است که هر مدیری در هر کجای سازمان باید داشته باشد. از آنجا که مدیر پشتیبانی باید به کارکنان بخش پشتیبانی آموزش‌های لازم را بدهد، بدون وجود مهارت ارتباطی قوی، چنین چیزی ممکن نخواهد بود. علاوه بر این، تماس‌های روزانه با مشتری و جلسات کاری با دیگر بخش‌های سازمان نیز به مهارت‌های ارتباطی عالی نیاز دارند.

۲) صبر

دومین مورد از لیست مهارت‌های مدیر پشتیبانی به «صبر» اختصاص دارد. صبر عاملی بسیار مهم در موفقیت هر انسانی است. حالا مدیران که جای خود دارند. مدیر پشتیبانی موقع آموزش اصول اولیه‌ی پشتیبانی مشتری به کارکنان، نیاز به صبر بالایی دارد. همچنین رهبری در موقعیت‌های سخت و پیچیده هم نیازمند صبر است. به هر حال همه‌ی مشتری‌ها مؤدب و آرام نیستند و بعضی‌ها ممکن است به دلایل زیادی عنان از کف بدهند!

صبوری همیشه با مهارت‌های ارتباطی همراه بوده است. اگر صدایمان بی‌حوصله باشد یا آرامش کافی را موقع جلسات نداشته باشیم، مخاطب هم انرژی منفی ما را دریافت می‌کند. یا مثلاً اگر ناامید باشیم و صحبت کنیم، مخاطب این ناامیدی را در صدایمان حس می‌کند و او نیز ناامید خواهد شد.

همیشه قبل از اینکه واکنش نشان دهیم، لحظه‌ای صبر کنیم و خودمان را جای دیگران بگذاریم. اگر به این درک برسیم که در این شرایط جامعه، عصبانیت افراد از سر دشمنی و عداوت با ما نیست، مطمئناً صبر و شکیبایی بیشتری خواهیم داشت.

۳) حل مسئله

کار در بخش پشتیبانی مشتری ارتباط تنگاتنگی با توانایی حل مسئله دارد. اینجا علاوه بر حل مسائل مشتری و پاسخ صحیح به ابهاماتشان، اولویت‌های مهم‌تری هم داریم. کمک به تعیین صحیح بودجه، کنترل بازگشت سرمایه، تغییر فرایندهای اشتباه و حمایت از کارکنان بخش، همگی وظایفی هستند که باید به نحو احسن انجام شوند. طبیعتاً بدون مهارت حل مسئله نمی‌توانیم در این مسیر دشوار به موفقیت برسیم.

۴) دیپلماسی و سیاست

یکی دیگر از مهارت‌های مدیر پشتیبانی دیپلماتیک بودن است. داشتن دیپلماسی یعنی با مشتریان و کارکنان بخش، «باسیاست» رفتار کنیم. اگر مدیر پشتیبانی موقع گفتگو با مشتری از درایت و دیپلماسی مناسب برخوردار باشد، هم می‌تواند منافع شرکت را حفظ کند، هم مشکلات مشتری را به بهترین شکل حل کند.

در ضمن، ممکن است به عنوان مدیر پشتیبانی لازم باشد مکالمات دشوار و نفس‌گیری با کارکنان خود داشته باشیم! چون همیشه همه چیز گل و بلبل نیست. گاهی وقت‌ها مدیران باید بازخوردهای منفی یا خبرهای بدی به کارمندان خود بدهند. انتقال این اخبار و مدیریت چنین مکالماتی نیاز به دیپلماسی بالایی دارد. به کمک مهارت دیپلماسی می‌توانیم از هوشمندانه‌ترین عبارات، کلمات و لحن‌ها

استفاده کنیم. در این صورت حتی اگر خبر بدی بدهیم، مخاطب استدلال‌مان را می‌فهمد و احساس می‌کند مورد احترام واقع شده است.

خب، چطور این مهارت مهم را کسب کنیم؟ یک راه ساده این است که سخنرانی‌ها و مناظرات رهبران سیاسی بزرگ را ببینیم. یا کتاب‌های زیادی که در این حوزه تألیف شده را مطالعه کنیم. اگر خوب تحقیق کنیم، در آخر می‌فهمیم که برای باسیاست بودن، نباید اجازه دهیم صحبت‌ها و زبان بدنمان با احساسات درونیمان منحرف شود. احساسات را بپذیریم، اما نگذاریم بخشی از زندگی شغلیمان شوند.

۵) تشویق و انگیزش

تشویق و انگیزش یکی از مهارت‌های مدیر پشتیبانی است که البته برای تمام مدیران ضروری است. الهام‌بخشیدن و تشویق افراد در طول تاریخ بخشی جدایی‌ناپذیر از مهارت رهبری بوده. ما به عنوان مدیر پشتیبانی وظیفه داریم کارمندان خود را برای پیگیری وظایفشان ترغیب کنیم.

وقتی تیم‌ها دچار کمبود نفرات می‌شوند یا مشکلی در محصول وجود دارد، نیاز به این مهارت بیشتر احساس می‌شود. در چنین مواقعی کارکنان باید با تعداد زیادی تماس دریافتی و مشتریان ناامید و عصبانی دست و پنجه نرم کنند.

مدیر پشتیبانی حرفه‌ای قبل از اینکه به تشویق تیم خود بپردازد، باید مهارت خودانگیزشی را در خودش پرورش داده باشد. پس به یاد داشته باشیم به عنوان مدیر

پشتیبانی، اول برای افزایش انگیزه‌ی درونی خود تمرین کنیم، بعد راهبردهایی که برای ایجاد انگیزه در خود آموخته‌ایم را به محل کار بیاوریم.

(۶) جلب اعتماد

هیچ‌کس «مدیر» را دوست ندارد! مخصوصاً اگر آن شخص، مدیر محل کارش باشد. برای همین، نباید مثل یک «مدیر» جلوه کنیم. یکی از مهم‌ترین مهارت‌های مدیر پشتیبانی اعتمادسازی است. یک مدیر موفق، طوری عمل می‌کند که کارکنان و مخاطبینش با او احساس راحتی کنند.

مدیریت این نیست که شخصیتی کنترل‌گر و پرخاشگر داشته باشیم. بلکه کاملاً برعکس، باید کارکنان خود را کمی رها کنیم تا بتوانند اشتباه کنند و از اشتباهاتشان درس بگیرند.

حالا چگونه این مهارت را بسازیم؟ خیلی ساده است. یکی از وظایف روزانه یا هفتگی بخش پشتیبانی را کامل به یکی از کارمندان محول کنید. این وظیفه می‌تواند ارسال ایمیل‌های گروهی یا تدوین گزارش‌های ماهانه یا هفتگی باشد. بله، کارکنان ممکن است اشتباهی مرتکب شوند یا حتی شاید با سوتی‌هایشان غافلگیرمان کنند؛ اما به یاد داشته باشیم اعتمادی که به آن‌ها کرده‌ایم، حس مسئولیت‌پذیری آن‌ها را چندین برابر می‌کند.

۷) یکدلی و صمیمیت

چرا باید با مشتریان، کارمندان و دیگر مدیران شرکت هم‌دل باشیم؟ چون این‌طوری می‌توانیم نیازها و اولویت‌های آن‌ها را در نظر بگیریم. واقعیت این است که ما هرگز نمی‌توانیم به عنوان یک مدیر همه را راضی نگه داریم. اما با تمرین یکدلی و صمیمیت، یاد می‌گیریم تصمیمات ما چگونه بر دیگران تأثیر می‌گذارد. این‌طوری می‌توانیم از به‌وجود آمدن حس سرخوردگی یا دل‌زدگی در میان کارکنان جلوگیری کنیم.

۸) طرز فکر و بینش صحیح

مدیری که خودش طرز فکر درستی داشته باشد، به راحتی قادر است این طرز فکر را به کارکنان منتقل کند. این خیلی مهم است که به عنوان مدیر پشتیبانی بتوانیم نیروهایمان را در زمان‌های سخت دور هم جمع کنیم و آن‌ها را بر چشم‌انداز بزرگ‌تری که داریم متمرکز کنیم. اما اگر خودمان به بینش درستی نرسیده باشیم، اگر خودمان ایده‌ی اصلی کسب‌وکار را نفهمیده باشیم، چطور می‌توانیم تیم پشتیبانی را به سمت هدف رهبری کنیم؟

برای تقویت این مهارت و بهبود طرز فکرمان، باید از مدیران و رهبرانی که تحسینشان می‌کنیم در مورد چشم‌اندازهایشان بپرسیم. سپس از این آموخته‌ها برای طراحی یک هدف قابل لمس برای تیم خود استفاده کنیم.

۹) هوش هیجانی

یکی از مهارت‌های مدیر پشتیبانی که اغلب نادیده گرفته می‌شود، هوش عاطفی یا همان هوش هیجانی است. هوش هیجانی همان توانایی ما برای تفسیر احساسات و پاسخ صحیح به عواطف دیگران است. داشتن این مهارت برای کار با اعضای تیم و همچنین گفتگو با مشتریان ضروری است.

به عنوان مدیر نباید فراموش کنیم که در صورت بروز هرگونه مشکلی در بخش پشتیبانی، کارمندان سراغ ما خواهند آمد. ما باید احساس کارمند را در آن لحظه تجزیه و تحلیل کنیم و به عواطفش پاسخ مناسبی دهیم. این مهارت تأثیر زیادی در ماندگاری افراد در شرکت‌مان دارد.

در مورد مشتریان هم همین‌طور. وقتی مشتریان مسائلمان را به مدیر پشتیبانی می‌گویند، انتظار پاسخی مؤثر و کارآمد دارند. اینجا هوش عاطفی به ما کمک می‌کند نیازهای کوتاه‌مدت و بلندمدت مشتری را درک کرده و از دلخوری آن‌ها جلوگیری کنیم. این‌طوری می‌توانیم قدم‌های بسیار مثبتی در جهت حفظ مشتری برداریم.

یکی از مؤثرترین راه‌ها برای بهبود هوش هیجانی، تمرین گوش‌دادن فعال یا Active Listening است. گوش‌دادن فعال یعنی ابتدا بر آنچه طرف مقابل می‌گوید تمرکز کنیم، بعد به پاسخ خود فکر کنیم. (برخلاف بسیاری از افراد در جامعه‌ی خودمان که فقط می‌خواهند حرف خود را به کرسی بنشانند و اصلاً برایشان مهم نیست طرف مقابلشان چه می‌گوید!)

با تمرکز بر نظرات شخص مقابل، اطلاعات بیشتری از او دریافت خواهیم کرد و درک بهتری از نیازها و اهدافش خواهیم داشت.

چطور بر مهارت‌های مدیر پشتیبانی تاکید کنیم؟

در اینجا توصیه‌هایی ارائه می‌دهیم که چطور مهارت‌های مدیر پشتیبانی را در بخش‌های مختلف برجسته کنیم:

* مهارت‌های مدیر پشتیبانی برای رزومه

می‌توانید در رزومه‌ی خود، با گنجاندن بخش «مهارت‌ها»، بر مهارت‌های مدیر پشتیبانی خود تأکید کنید. مهارت‌هایی را که بیشتر به آن موقعیت شغلی مربوط می‌شوند، در اولویت قرار دهید. اگر دوره‌ی حرفه‌ای خاصی را گذرانده‌اید یا مدرک و گواهی خاصی در رابطه با این مهارت‌ها دارید، در رزومه خود بیاورید تا شایستگی‌های خود را نشان دهید. همچنین می‌توانید به یک سری مهارت‌های خاص مثل ارتباطات کتبی هم اشاره کنید.

* مهارت‌های مدیر پشتیبانی برای بخش کاور لتر

در بخش کاور لتر، درباره‌ی مهارت‌های مدیر پشتیبانی صحبت کنید که در رزومه‌ی خود به آن‌ها اشاره کرده‌اید. اگر فهرستی از مهارت‌ها را در رزومه آورده‌اید، می‌توانید در کاور لتر هم به چند مورد مختصر اشاره کنید. توجه داشته باشید که این مهارت‌ها را به مسئولیت‌های شغلی خود در کاور لتر ارتباط دهید. مثلاً می‌توانید توضیح دهید که چگونه مهارت‌های برقراری ارتباط، دیپلماسی، حل مسئله و همدردی به شما کمک کرده‌اند تا ارتباط موفق‌تری با مشتریان برقرار کنید.

* مهارت‌های مدیر پشتیبانی برای مصاحبه شغلی

در طول مصاحبه، می‌توانید در پاسخ‌های خود به مهارت‌های مدیر پشتیبانی اشاره کرده و به این ترتیب بر این مهارت‌های خود تأکید کنید. در صورت امکان، ماجرای را تعریف کنید که در آن از مهارت‌های خود استفاده کرده‌اید تا به هدفی برسید یا مشکلی را حل کنید. ارتباط دادن یک مهارت به ماجرا، درک بهتری از شایستگی‌های شما را به مصاحبه‌کننده می‌دهد و به او کمک می‌کند تصور بهتری از ایفای نقش شما در شرکت داشته باشد. همچنین، مصاحبه به شما اجازه می‌دهد مهارت‌های ارتباطی خود را بهتر به نمایش بگذارید.

به جرئت می‌توان گفت مهارت‌های مدیر پشتیبانی در دو رویکرد «توانمندسازی» و «استراتژی‌سازی» خلاصه می‌شوند. اگر به عنوان مدیر پشتیبانی هنوز به همان مفهوم کلاسیک مدیریت فکر می‌کنید، باید نگرستان را عوض کنید. امروزه مدیریت

پشتیبانی یعنی تیم خود را به ابزارهایی مجهز کنید که به تنهایی بتوانند مشکلات خودشان و مسائل مشتری را حل کنند. اما تا زمانی که مهارت‌های مطرح‌شده در این کتاب را کسب نکرده باشید، نمی‌توانید به این سبک مدیریتی برسید و درخشان ظاهر شوید.

مدیر پشتیبانی موفق



اگر ما نیاز به دارو داشته باشیم، قطعاً از داروهای جدید استفاده می‌کنیم. چرا؟ چون داروهای قدیمی با توجه به علم همان زمان تولید شده‌اند و ممکن است کارایی داروهای جدید را نداشته باشند. حالا چرا این را گفتم؟ چون از قدیم‌الایام مهارت‌ها و خصوصیات زیادی برای مدیران تعیین شده است. خصوصیتی که مخصوص همان دوران بوده‌اند و شاید برای شرایط فعلی مؤثر نباشند.

امروز اگر می‌خواهیم مدیر پشتیبانی موفقی باشیم، باید به توصیه‌های علم جدید مدیریت عمل کنیم. توصیه‌هایی که عمل نکردن به آن‌ها منجر به پشتیبانی ضعیف و کاهش رضایت مشتری خواهد شد. توصیه‌هایی که در ادامه مطرح می‌شوند، به ما کمک می‌کنند مهارت‌های رهبری خود را تقویت کنیم و به سطوح بالای مدیریت پشتیبانی مشتری برسیم.

۱. روی مشتری حساس باشیم!

حساس بودن روی مشتری به معنای در نظر گرفتن نیازهای او و گوش دادن به بازخوردهایی است که روزانه دریافت می‌کنیم. اگر در صنایع خدماتی یا فروشگاه‌های فعالیت می‌کنیم، باید مشتری‌مداری را سرلوحه‌ی کار خود قرار دهیم. مدیر پشتیبانی موفق می‌داند که «مشتری» باید در مرکز همه‌ی کارها باشد. هر فرایندی که اجرا می‌شود، هر تصمیمی که به ذهن می‌رسد، باید در مسیر خلق تجربه‌ای بهتر برای مشتری باشد.

آپدیت ماندن در مورد آخرین ترندهای بازار، برگزاری جلسات آموزشی داخلی و بالابردن سطح اطلاعات درباره‌ی محصول، همگی با هدف بهبود سطح خدمات انجام می‌شوند. محرک اصلی برای تعیین اولویت‌ها و اقداماتمان باید رضایت مشتری باشد. لازم است هر یک از کارکنان بخش پشتیبانی شرکت در مورد فیدبک‌های اخیر مشتریان آگاه باشند. چراکه در این صورت می‌تواند تغییرات عملی و مؤثری در فرایندهای کاری خود ایجاد کند. تغییراتی که در کمترین زمان ممکن تجربه‌ی مشتری را بهبود می‌بخشند.

۲. شفاف و کارآمد ارتباط برقرار کنیم

بیراه نیست اگر بگوییم مهارت‌های ارتباطی سنگ بنای خدمات مشتری است. بعضی وقت‌ها اعضای تیم پشتیبانی قادر به رسیدگی به مشکلات مشتری نیستند. برای همین ما به عنوان مدیر امور مشتریان باید آمادگی حل مشکلات و برطرف کردن نگرانی‌های مشتری را داشته باشیم. این موضوع نیاز به تخصص بالا و البته مهارت‌های ارتباطی قوی دارد.

مدیر پشتیبانی موفق، برای اطمینان از اینکه اعضای تیمش انتظارات مشتری را به درستی درک کرده‌اند، باید به شکل صحیح با آن‌ها ارتباط بگیرد. این موضوع برای تعامل با مشتریان هم صدق می‌کند. برای اینکه بفهمیم حرف حساب مشتری چیست، نیاز به برقراری ارتباط کارآمد و واضح داریم.

این را فراموش نکنیم که ارتباط کارآمد، فقط جواب دادن به سؤالات یا داشتن رفتار دوستانه با مشتری نیست. بلکه شامل مهارت «هوش هیجانی» و توانایی «گوش دادن فعال» هم هست. (درباره‌ی هر یک از این مهارت‌ها می‌شود چند جلد کتاب نوشت!)

۳. فرهنگ مشارکت را ترویج دهیم

خلق حس اعتماد و وفاداری در بین مشتریان کار ساده‌ای نیست. نیاز به تجربه و تخصص و استمرار دارد. با این حال برای رسیدن به این هدف راه میان‌بری هم هست: ترویج فرهنگ مشارکت و همدلی بین اعضای تیم.

پژوهش‌ها ثابت کرده‌اند اگر تیم پشتیبانی یکدل و هم‌صدا باشند، نتایج فوق‌العاده‌ای پدید می‌آورند. بنابراین یکی از ویژگی‌های مدیر پشتیبانی موفق این است که صمیمیت، همدلی و مشارکت را در اولویت قرار دهد.

البته، به عنوان مدیر امور مشتریان باید ابتدا از خودمان شروع کنیم و شخصیتی صمیمی داشته باشیم. تنها در این صورت است که اعضای تیم، آن حس خوب همکاری و همدلی را از ما می‌گیرند و به دیگر افراد منتقل می‌کنند.

۴. یاد بگیریم چند کار را با هم انجام دهیم.

اینجا به هیچ‌وجه نباید بهانه بیاوریم. نباید بگوییم من اصلاً نمی‌توانم چند کار را با هم انجام دهم. چرا؟ چون آنالیز فرایندهای شغلی به طور هم‌زمان، یکی از الزامات شغل مدیر پشتیبانی است.

اگر بتوانیم وظایف را صحیح اولویت‌بندی کنیم، آن وقت خواهیم فهمید چطور باید زمان و منابع خود را به آن وظایف اختصاص دهیم. بعد می‌بینیم انجام دادن چند کار به طور هم‌زمان خیلی هم کار سختی نیست؛ فقط به برنامه‌ریزی درست نیاز دارد. به یاد داشته باشیم موفقیت در موقعیت‌های چالش‌برانگیز شغلی و رسیدگی سریع به آن‌ها، نیاز به ذهنیت استراتژیک دارد. اگر به این ذهنیت استراتژیک برسیم، چندکاره بودن یا اصطلاحاً تبدیل‌شدن به Multitasker کار ساده‌ای خواهد بود.

۵. همیشه آن هدف و تصویر بزرگ را به اعضای تیم یادآوری کنیم.

برای تبدیل‌شدن به مدیر پشتیبانی موفق، باید به کارکنان بخش یادآوری کنیم که اصلاً پای اهداف شخصی وسط نیست. یعنی ما برای دستیابی به اهداف شخصی کار نمی‌کنیم. اینجاییم که مشتری تجربه‌ی لذت‌بخشی از برندمان داشته باشد و در نهایت با خلق حس رضایت در افراد، وظیفه‌ی انسانی و اخلاقی خود را انجام دهیم. چرا باید به این شکل عمل کنیم؟ چون مثلاً برای کارکنان مرکز تماس، پس از

مدتی اهداف کوتاه‌مدت و سطح پایین خیلی یکنواخت می‌شود. اما اگر هدف و تصویر بزرگ‌تر را به آن‌ها یادآوری کنیم، از کارشان لذت خواهند برد و سعی می‌کنند کمکی واقعی به مشتریان ارائه دهند.

۶. خلاقیت داشته باشیم.

داشتن مهارت‌های خلاقیت برای هر مدیر پشتیبانی موفق، ضروری است؛ چراکه این موقعیت شغلی شامل نوآوری‌های زیادی در فرآیندها و استراتژی‌های ارائه‌ی خدمات مشتری می‌شود. توانایی تفکر خلاق، کار را برای مدیر پشتیبانی آسان‌تر می‌کند تا با ایده‌ها و نظرات جدید و مؤثر مواجه شود و عملکرد سازمان را بهبود ببخشد.

مثلاً می‌توانید از مهارت‌های خلاقیت برای شخصی‌سازی استراتژی‌های خدمات مشتری شرکت استفاده کنید، بدون اینکه کارایی کارکنان را کاهش دهید.

همچنین خلاقیت برای حل مسئله توسط مدیر پشتیبانی هم مفید است؛ چون برخی از دغدغه‌های پیچیده‌تر مشتریان، به راه‌حلهایی متفاوت از فرآیند معمول نیاز دارند.

۷. بازخورد بدهیم و بازخورد بگیریم.

اگر قبلاً موضوع بازخوردگرفتن در تیم مطرح نبوده، سعی کنید این فرهنگ را بین اعضا جا بیندازید که با هم صادق و روراست باشند. این یعنی نه تنها تک تک اعضا خودشان را موظف بدانند که ایده‌ها و نظرات سازنده و مثبت ارائه دهند، بلکه از سایر اعضای تیم هم بخواهند که نظرشان را درباره‌ی عملکرد آن‌ها صادقانه بگویند و این ظرفیت پذیرش را در خودشان ایجاد کنند.

مثلاً می‌توانید هر ماه یک فرم نظرسنجی برای کارکنان بفرستید و از آن‌ها بازخورد بگیرید. وقتی اعتماد خوبی بین شما و اعضای تیم برقرار شد، می‌توانید در جلسه‌ی حضوری نظرشان را بخواهید. البته طبیعی است که خیلی از کارکنان مستقیماً به مافوق خودشان انتقاد نمی‌کنند، پس سعی کنید عکس‌العمل مناسبی به نظراتشان ارائه دهید که پشیمان نشوند و به عنوان مدیر پشتیبانی موفق این نظرات را در جهت پیشرفت کسب‌وکار و خودتان، اعمال کنید.

برای تبدیل شدن به مدیر پشتیبانی موفق، داشتن تخصص، تجربه و مهارت‌های اساسی تازه شروع راه است. تیم پشتیبانی به فرهنگی شایسته و قابل اعتماد نیاز دارد که حس احترام و قدردانی در آن موج بزند. از آنجا که بخش پشتیبانی مستقیم با مشتریان در ارتباط است، به‌کارگیری مطالب این کتاب تفاوت‌های زیادی در فروش و درآمد شرکت‌مان ایجاد خواهد کرد.

حقوق مدیر پشتیبانی



اکثر افراد قبل از اینکه پیشنهاد شغلی را قبول کنند، بیشتر از اینکه مهارت‌هایشان را ارزیابی کنند، به میزان حقوق و پاداش آن شغل نگاه می‌کنند! درست مانند دیگر شغل‌ها، میزان حقوق مدیر پشتیبانی و عوامل مؤثر بر آن هم نقش مهمی در استخدام متقاضیان برتر دارد. در این فصل پس از بررسی مسئولیت‌های اصلی مدیر پشتیبانی، سراغ کارهای روزمره‌ی این مدیران خواهیم رفت و در آخر به حقوق مدیر پشتیبانی و عوامل مؤثر بر آن خواهیم پرداخت.

مسئولیت‌های اصلی مدیر پشتیبانی

مسئولیت‌های مدیر امور مشتریان یا همان مدیر پشتیبانی در هر شرکتی ممکن است متفاوت باشد. با این حال، یک سری مسئولیت‌های اساسی وجود دارد که در اغلب شرکت‌ها یکسان هستند:

- بهبود تجربه مشتری
- برقراری تعامل با مشتریان و تسهیل رشد ارگانیک شرکت
- نظارت بر مسائل مشتریان و پیگیری مشکلات تا حل و فصل شدن آن‌ها
- تعیین مأموریتی واضح و طراحی استراتژی‌های مبتنی بر آن مأموریت
- توسعه‌ی رویه‌ها، خط‌مشی‌ها و استانداردهای تیم پشتیبانی
- تجزیه و تحلیل آمارها و داده‌های مربوط به تیم پشتیبانی و تهیه‌ی گزارش‌های

دقیق

- استخدام اعضای تیم پشتیبانی مشتری و توانمندسازی آنها
- مدیریت بودجه‌ی بخش پشتیبانی و استفاده‌ی بهینه از بودجه برای دستیابی به اهداف کمی و کیفی شرکت
- طراحی گردش کار منظم با توجه به اولویت‌های شرکت
- مهارت‌های قوی کامپیوتری و آشنایی با عیب‌یابی، سرویس و تعمیر نرم‌افزار و سخت‌افزارهای بخش پشتیبانی مشتری
- آشنایی با استانداردها و شیوه‌های اصلی حوزه‌ی پشتیبانی مشتری

مدیر پشتیبانی طی روز چه کارهایی انجام می‌دهد؟

یکی از مهم‌ترین عواملی که بر میزان حقوق مدیر پشتیبانی مؤثر است، کارهای روزانه این افراد است. به طور کلی مدیران پشتیبانی باید در طی روز به نیازها و خواسته‌های مشتریان گوش دهند و در عین حال، تیم کارشناسان پشتیبانی مشتری را رهبری کنند.

اما همه چیز به همین سادگی نیست. مدیر پشتیبانی برای انجام همین وظایف باید طی روز کارهای زیادی انجام دهد که در ادامه به آنها اشاره می‌کنیم:

- نظارت دقیق بر مکالمات کارشناسان پشتیبانی با مشتریان
- تجزیه و تحلیل، ثبت گزارش و اجرای طرح‌های اضطراری
- ورود به مسائل سنگین و دشواری که مشتریان با آن‌ها دست‌وپنجه نرم می‌کنند
- اولویت‌بندی پروژه‌های روزانه و انگیزه‌بخشیدن به کارشناسان برای انجام آن پروژه‌ها
- شرکت در جلسات با مدیران بالادست
- نظارت بر معیارهای عملکرد بخش پشتیبانی
- اجرای برنامه‌ی روزانه‌ی مؤثر برای خلق اهداف شرکت در زمینه‌ی وفاداری مشتری
- مستندسازی کلیه‌ی فعالیت‌ها و بحث‌های مربوط به خدمات مشتری
- استخدام و آموزش کارشناسان پشتیبانی
- مدیریت و نظارت بر بودجه‌ی مصوب بخش پشتیبانی
- یادگیری متدهای جدید پشتیبانی مشتری

مدیر پشتیبانی مشتری باید در چه مسائلی ورود کند؟

وقتی سؤالات مشتریان پیچیده‌تر می‌شود، ورود مدیر پشتیبانی می‌تواند خیلی از مشکلات را رفع و رجوع کند. بعضی اوقات ممکن است کارشناسان در چندین کانال ارتباطی مانند تلفن، شبکه‌های اجتماعی و ایمیل با مشتریان تعامل داشته باشند. اینجا یکی از وظایف روزانه‌ی مدیر پشتیبانی این است که اطمینان حاصل کند صرف‌نظر از کانال ارتباطی، پاسخ‌ها دقیق، یکپارچه و به‌موقع ارائه شوند.

همواره خط‌مشی‌ها و رویه‌هایی وجود دارد که کارشناسان پشتیبانی برای حل مسائل مشتریان از آن‌ها پیروی می‌کنند. یکی دیگر از وظایف روزانه‌ی مدیر پشتیبانی این است که بین برطرف‌شدن نیازهای مشتری و اهداف سازمان، تعادل ایجاد کند. اگر رضایت مشتری در راستای اهداف کسب‌وکار باشد، نرخ حفظ مشتری افزایش پیدا کرده و فروش شرکت نیز بیشتر و بیشتر می‌شود.

یکی دیگر از وظایف روزانه‌ی مدیر پشتیبانی حضور در فرایند استخدام کارشناسان این بخش است. این مدیران باید مهارت‌های موردنیاز برای استخدام در این شغل را در افراد ارزیابی کنند و شایستگی فنی، توانایی حل مسئله و مهارت‌های ارتباطی افراد را بسنجند.

چه عواملی روی حقوق مدیر پشتیبانی تأثیر می‌گذارند؟

پاسخ این سؤال نیز ممکن است بسته به شرکت و حوزه‌ی صنعتی متفاوت باشد. اما وقتی به شرکت‌های مختلف نگاه می‌کنیم، عوامل ثابتی هستند که هر یک می‌توانند تأثیر چشمگیری بر میزان حقوق مدیر پشتیبانی داشته باشند.

۱) سابقه‌ی کار مرتبط قبلی

شغل مدیر پشتیبانی مسئولیتی در سطوح ابتدایی شرکت نیست. بنابراین داشتن تجربه‌ی قبلی در زمینه‌ی تعامل با مشتریان و رهبری تیمی از کارشناسان کاملاً ضروری است. هرچه سابقه‌ی کار مرتبط قبلی بیشتر باشد، حقوق مدیر پشتیبانی بیشتر خواهد بود.

اما این بدان معنا نیست که فرد حتماً باید در گذشته در بخش خدمات مشتری کار کرده باشد.

بسیاری از افراد با رزومه‌ی مدیریتِ دیگر بخش‌های سازمان مانند بازاریابی، منابع انسانی یا تیم فروش می‌توانند برای استخدام در این شغل اقدام کنند. چرا؟ چون این مدیران هم‌منظم با کارشناسان شرکت و مشتریان در تعامل هستند و در فعالیت‌های آموزشی و استخدامی نقش دارند.

۲) مهارت‌های ارتباطی

گذراندن دوره‌ی فن بیان یا شرکت در دوره‌های مهارت ارتباطی می‌تواند تأثیر زیادی بر حقوق مدیر پشتیبانی داشته باشد. مدیران پشتیبانی موفق، در به‌اشتراک گذاشتن اطلاعات با مشتری خوب عمل می‌کنند و مهارت‌های ارتباطی کلامی و نوشتاری قوی دارند.

۳) مهارت‌های رهبری قوی

خیلی از مدیران برای بهبود مهارت‌های خود اقدام به شرکت در دوره‌های رهبری می‌کنند. گواهینامه‌ی این دوره‌ها در کنار تجربیاتی که افراد کسب می‌کنند، باعث افزایش حقوق مدیر پشتیبانی می‌شود. از آنجا که مدیر پشتیبانی باید با افرادی با پیش‌زمینه‌ها و نیازهای مختلف کار کند، طبیعتاً مهارت رهبری قوی به نتایج بهتری برای سازمان منجر خواهد شد.

۴) سابقه‌ی کار با نرم‌افزارهای پشتیبانی مشتری

امروزه بسیاری از وظایف تیم پشتیبانی مشتری وارد فضای دیجیتال شده است. سابقه‌ی کار با نرم‌افزارهای پشتیبانی مشتری به سازمان‌دهی ارتباط با مشتریان و همچنین ارتباط بهینه با کارکنان کمک زیادی می‌کند. و البته آشنایی کار با این نرم‌افزارها تأثیر زیادی بر میزان حقوق مدیر پشتیبانی دارد.

۵) سابقه‌ی حضور در شرکت‌های بزرگ

یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر حقوق مدیر پشتیبانی، سابقه‌ی حضور در شرکت‌هایی است که نام بزرگی دارند. معمولاً متقاضیانی که از شرکت‌های بزرگ‌تر می‌آیند، تقاضای حقوق بیشتری دارند.

۶) مدرک تحصیلی

مدرک تحصیلی یکی از عواملی است که به طور کلاسیک روی حقوق مدیران و کارشناسان تأثیرگذار است. طبیعتاً افراد با مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد مرتبط با حوزه‌ی کسب‌وکار و تجارت، حقوق بیشتری نسبت به افراد با مدرک کارشناسی دریافت می‌کنند. البته این پارامتر در یک شرکت نسبت به شرکت دیگر کاملاً متفاوت است و معمولاً به سلیق و انتظارات مدیران بستگی دارد.

چطور می‌توانیم به عنوان مدیر پشتیبانی حقوق بیشتری دریافت کنیم؟

هرچه سابقه‌ی مرتبط و مهارت‌های ارتباطی فرد بالاتر باشد، می‌تواند تقاضای حقوق بیشتری برای شغل مدیر پشتیبانی کند. اما اگر می‌خواهیم به این سؤال پاسخ کامل‌تری دهیم، باید به انتظاراتی که از هر مدیر پشتیبانی می‌رود نگاه دوباره‌ای بیندازیم.

مدیر خدمات مشتری مسئول ایجاد محیط کاری مولد و انگیزشی برای تیم پشتیبانی است. هر چه مهارت متقاضیان در تکنیک‌های رهبری بیشتر باشد و تجربه‌ی بالاتری در رسیدگی به مشکلات و اختلافات داشته باشند، طبیعتاً شایسته‌ی دریافت حقوق بالاتری هم هستند.

اگر می‌خواهیم به عنوان مدیر پشتیبانی حقوق بیشتری دریافت کنیم، باید سوابق و اسنادی به شرکت موردنظر ارائه دهیم که به آن‌ها نشان دهد ما از پس انتظارات این مسئولیت برمی‌آییم. انتظاراتی مانند:

- مدیریت تعداد زیادی تماس و ایمیل دریافتی از مشتریان
- ثبت سریع و بررسی دقیق سوابق تعامل با مشتری و جزئیات اقدامات انجام‌شده
- دانش تخصصی کامل از محصولات یا خدماتی که شرکت ارائه می‌دهد
- مهارت‌های اداری و سازمانی
- تسلط بر نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای لازم

حقوق مدیر پشتیبانی در ایران چقدر است؟

عوامل زیادی بر میزان حقوق مدیر پشتیبانی در ایران مؤثر است. یکی از مهم‌ترین عوامل، شهری است که در آن کار می‌کنیم. به طور کلی حقوق مدیر پشتیبانی در

تهران و شهرهای بزرگ شامل اصفهان، اهواز، تبریز، شیراز، کرج و مشهد نسبت به شهرهای کوچک‌تر بالاتر است.

بررسی کلی در سایت‌های کاریابی نشان می‌دهد که حقوق مدیر پشتیبانی در ایران از حدود ۹ تا ۱۰ میلیون تومان شروع شده و در برخی موارد ممکن است تا بالاتر از ۲۰ میلیون تومان نیز برسد.

با این حال همان‌طور که گفتیم، پارامترهای زیادی بر حقوق افراد مؤثر است که برخی به خود متقاضیان و مهارت‌هایشان مربوط است، برخی دیگر هم به استان، شهر یا شرکت موردنظر ارتباط دارد.

مشتریان امروزی انتظارات بالایی از شرکت‌ها دارند. برای همین شرکت‌ها به مدیر پشتیبانی همه‌فن‌حریف نیاز دارند که از پس مسئولیت‌هایش بربیاید و تجربه‌ی لذت‌بخشی برای مشتریان فراهم کند.

تفاوت کارشناس پشتیبانی و مدیر پشتیبانی



کارشناس پشتیبانی در مقایسه با مدیر پشتیبانی ارتباط بیشتری با مشتریان دارد، پس باید مهارت‌های ارتباطی، صمیمیت و توانایی حل مسئله‌ی بالایی داشته باشد. بیایید بیشتر راجع به این موضوع صحبت کنیم. تقریباً همه‌ی ما تجربه‌ی تماس با یک کارشناس پشتیبانی را داشته‌ایم. موقعی که نرم‌افزاری درست کار نمی‌کند یا وقتی انتظاراتمان از محصول برآورده نمی‌شود، اولین کاری که می‌کنیم تماس با کارشناس پشتیبانی شرکت است. اینجا قرار است این موقعیت شغلی را بیشتر بشناسیم و مسئولیت‌ها و مهارت‌های کارشناس پشتیبانی را بررسی کنیم. در پایان نیز به مقایسه‌ی کارشناس پشتیبانی و مدیر پشتیبانی مشتریان خواهیم پرداخت.

منظور از کارشناس پشتیبانی چیست؟

«کارشناس پشتیبانی مشتری» (Customer Support Specialist) موقعیت شغلی محبوبی است که مؤثر و فوری به حل چالش‌ها و نیازهای مشتری می‌پردازد. ارتباط میان «کارشناس» و «مشتری» معمولاً از طریق تلفن، ایمیل، چت زنده و شبکه‌های اجتماعی برقرار می‌شود. وقتی مشتریان با بخش پشتیبانی تماس می‌گیرند و می‌گویند با مشکلی روبه‌رو هستند، تعاملات تیم پشتیبانی با مشتری آغاز می‌شود. مهم‌ترین دلیل سرمایه‌گذاری شرکت‌ها برای استخدام کارشناس پشتیبانی و مدیر پشتیبانی، خوشحال کردن مشتریان و جلب رضایت آن‌هاست. بدیهی است که انجام این کار برای موفقیت بلندمدت کسب‌وکارها خیلی مهم است.

وقتی کارشناسان وظایف خود را به درستی انجام دهند و افراد از تعامل خود با شرکت راضی باشند، به احتمال زیاد به مشتریانی وفادار و بلندمدت تبدیل خواهند شد.

از مهم‌ترین وظایف اعضای تیم پشتیبانی می‌توان به انجام کارهای اداری، آشنایی و همگام‌شدن با روندهای شغلی و پاسخگویی به مشتریان با هدف بهبود تجربه‌ی آن‌ها اشاره کرد. تمام این وظایف، تحت نظر مدیر پشتیبانی انجام می‌گیرند. در واقع این مدیر پشتیبانی است که با تدوین استراتژی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت، بر انجام وظایف و حفظ اخلاق کاری نظارت می‌کند.

کارشناس پشتیبانی مشتری چه وظایف و مسئولیت‌هایی دارد؟

در ادامه به معرفی وظایف و مسئولیت‌های اصلی کارشناس پشتیبانی مشتری خواهیم پرداخت. با این حال توجه داشته باشید که بسته به شرکت و نوع مشتریان، این مسئولیت‌ها نیز ممکن است کمی متفاوت باشند.

- پاسخ به تماس‌های تلفنی مشتریان
- پاسخ به درخواست‌ها و سؤالات آنلاین مشتریان (از طریق ایمیل، چت زنده وبسایت یا شبکه‌های اجتماعی)

- پاسخ به سؤالات افراد در بخش سؤالات مقالات بلاگ
- مدیریت تیکت‌ها در صف پشتیبانی مشتری
- پاسخ به کامنت‌های شبکه‌های اجتماعی
- به‌اشتراک گذاشتن محتواهای آموزشی با مشتریانی که می‌خواهند به مطالب آموزشی دسترسی داشته باشند
- آموزش مشتریان در مورد نحوه استفاده از محصولات یا خدمات
- رسیدگی به انواع شکایات، فیدبک‌ها و تشویق‌های مشتریان
- مشاوره به مشتریان در مورد برند، محصولات یا خدمات آن
- شناخت دقیق محصول یا خدمت برای ارائه‌ی پشتیبانی صحیح
- پیگیری مشتریان بعد از دادن پاسخ اولیه به آن‌ها
- بهبود تجربه‌ی مشتری در تماس‌ها

کارشناس پشتیبانی مشتری چه مهارت‌هایی باید داشته باشد؟

افرادی که برای استخدام در موقعیت شغلی کارشناس پشتیبانی اقدام می‌کنند، نیاز به مهارت‌های درونی و بیرونی دارند تا در این مسئولیت بدرخشند و تجربه‌ی لذت‌بخشی برای مشتری فراهم نمایند.

۱) مهارت‌های ارتباطی

مهم‌ترین مهارتی که کارشناس پشتیبانی به آن نیاز دارد، توانایی ارتباط مؤثر با مشتریان است. کارشناسان پشتیبانی باید در تمام تعاملات خود کاملاً شفاف و مؤثر عمل کنند. فرقی نمی‌کند بستر این ارتباط، فضای آنلاین باشد یا مراجعه‌ی حضوری؛ اگر کارشناس پشتیبانی مهارت‌های کافی را نداشته باشد، در انجام وظایفی که بالاتر گفتیم به مشکل خواهد خورد.

۲) تسلط کامل به محصولات و خدمات شرکت

کارشناسان پشتیبانی باید توانایی پاسخ به هر سؤالی را در ارتباط با محصولات شرکت داشته باشند. تسلط بر تمام ویژگی‌ها و قابلیت‌های محصولات یا خدمات (همراه با جزئیات مربوط به هرگونه به‌روزرسانی) یکی از مهارت‌های لازم برای کارشناس پشتیبانی و مدیر پشتیبانی است.

۳) صمیمیت و یکدلی

کارشناسان پشتیبانی اگر حس صمیمیت و یکدلی را در خود پرورش ندهند، نمی‌توانند نیازها و خواسته‌های مشتری را درست درک کنند. بخشی از مسئولیت این کارشناسان مستلزم گوش‌دادن به ماجراهای تلخ و شیرین مشتریان در ارتباط با محصول است. خیلی وقت‌ها ممکن است مشتریان مؤدب نباشند و از کوره در بروند. طبیعتاً در این مواقع، کارشناسانی که همچنان صمیمیت و همدلی خود را با مشتری

حفظ می‌کنند، به راحتی می‌توانند بر شرایط مسلط باشند. تنها در این صورت است که نیازهای مخاطبین به طور مؤثر برآورده خواهد شد و آن‌ها نسبت به شرکت حس حمایت و اعتماد خواهند داشت.

۴) صبر و تاب‌آوری ذهنی

کارشناسان پشتیبانی مشتری ممکن است روزهای سختی داشته باشند. روزهایی که از در و دیوار تماس می‌ریزد و موجی از مشتریان ناراضی به سمت آن‌ها سرازیر می‌شوند. کارشناسانی که از نظر ذهنی سرسخت نباشند و صبر کمی داشته باشند، در چنین شرایطی طاقت نمی‌آورند.

در ضمن، بعضی وقت‌ها ممکن است به عنوان کارشناس پشتیبانی بازخوردهای منفی زیادی از مشتریان دریافت کنیم. اینجا وظیفه داریم همچنان صبور، آرام و با متانت به کارهای خود ادامه دهیم و حواسمان به تعهداتمان نسبت به شرکت باشد.

۵) شور و اشتیاق

کارشناسان پشتیبانی باید مشتاق‌ترین کارکنان شرکت باشند. مشتریان از شخصی که کارش را دوست ندارد یا همیشه بدعق است کمک نمی‌خواهند. از آنجا که در اغلب تعاملات، کارشناس پشتیبانی نماینده برند است، باید چهره‌ای مشتاق و باانرژی از خود نشان دهد.

۶) مدیریت زمان

نه تنها از کارشناسان پشتیبانی انتظار می‌رود چالش‌های مشتریان را کاملاً حل کنند، بلکه باید این کار را به موقع نیز انجام دهند. این روزها مشتریان به کانال‌های ارتباطی متعددی دسترسی دارند و می‌توانند فوری با کارشناسان پشتیبانی تماس برقرار کنند. برای همین از این کارشناسان انتظار می‌رود مهارت مدیریت زمان را فراگرفته باشند و کار رفع مشکل موجود را سریع آغاز کنند.

۷) حل مسئله

هیچ فرقی نمی‌کند چالش مشتری تکراری باشد، یا مشکل جدیدی باشد که هیچ وقت سروکله‌اش پیدا نشده بود. در هر صورت کارشناس پشتیبانی و مدیر پشتیبانی باید مشکل را بررسی کنند و در کمترین زمان ممکن راهی برای رفع آن به مشتری پیشنهاد دهند.

۸) تطبیق‌پذیری

کسب و کار ما موظف به رشد، تکامل و تغییر است. خیلی وقت‌ها ممکن است محصولات و اطلاعات مربوط به آن‌ها (از جمله ویژگی‌ها و قابلیت‌ها) تغییر کنند. حتی شاید پرسونا یا شخصیت خریدار شرکت هم تغییر کند. کارشناسان پشتیبانی همیشه باید آماده باشند خود را با این تغییرات وفق دهند و مایل به یادگیری مطالب جدید باشند.

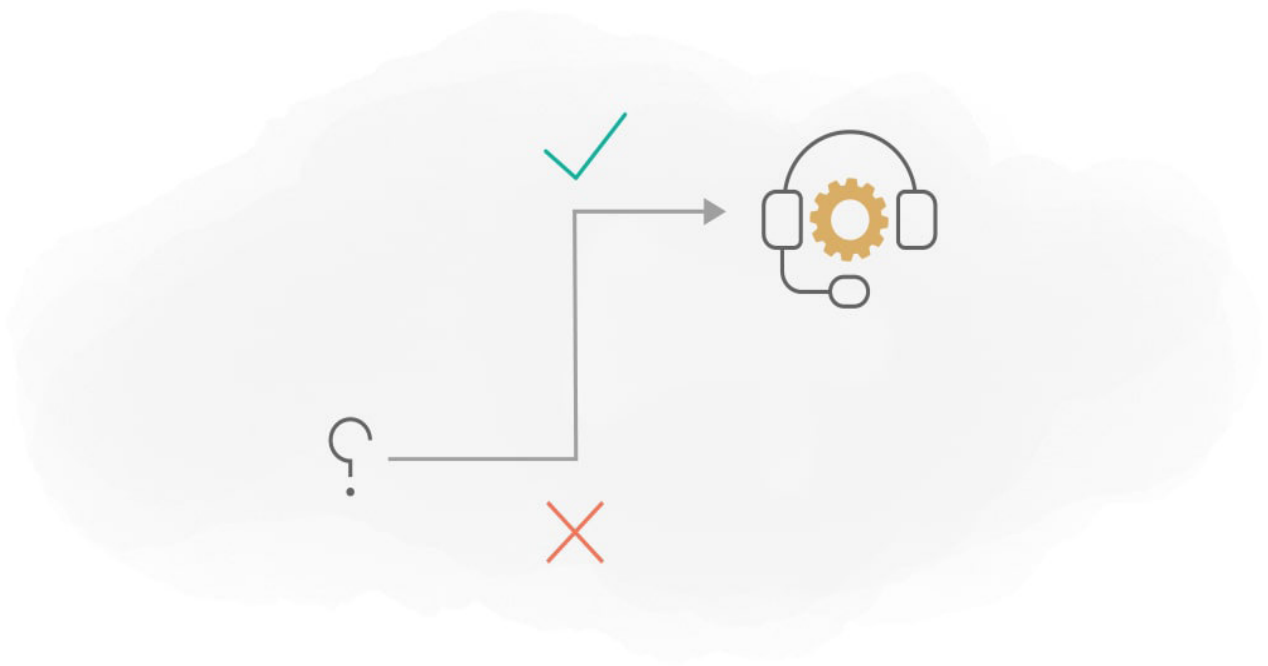
کارشناس پشتیبانی چه تفاوتی با مدیر پشتیبانی دارد؟

کارشناس پشتیبانی و مدیر پشتیبانی مسئولیت‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت متفاوتی دارند. البته اینجا هم باید بگوییم که وظایف هر یک از این افراد بسته به اندازه شرکت و حوزه‌ی صنعتی متفاوت است. اما به طور کلی مدیر پشتیبانی مسئولیت استراتژیک‌تری در قبال سازمان دارد. در حالی که وظایف کارشناس، عملیاتی‌تر هستند. به عبارت دیگر کارشناس در خط مقدم تیم پشتیبانی فعالیت می‌کند تا چهره‌ای مثبت و مشکل‌گشا از برند نمایش دهد و مدیر بر این فعالیت و نحوه‌ی بهبود آن نظارت می‌کند. از دیگر تفاوت‌های کارشناس پشتیبانی و مدیر پشتیبانی می‌توان به موارد ذکر شده در جدول زیر اشاره کرد:

مدیر پشتیبانی	کارشناس پشتیبانی
خرید یا توسعه‌ی ابزارهای لازم برای بهبود سرعت و کیفیت پشتیبانی	به‌کارگیری ابزارهایی که مدیر پشتیبانی برای بهبود سرعت و کیفیت پشتیبانی معرفی کرده
آموزش اعضای جدید تیم پشتیبانی	استفاده از این آموزش‌ها برای بهبود تجربه‌ی مشتری
تجزیه و تحلیل گزارش کار تیم پشتیبانی	نگارش گزارش کار
ارائه‌ی پیشنهادات برای بهبود کارایی و اثربخشی	به‌کارگیری توصیه‌ها و پیشنهادات مدیر پشتیبانی
همکاری با دیگر تیم‌های شرکت مانند بازاریابی و توسعه‌ی محصول	همکاری با مدیر و دیگر کارشناسان تیم پشتیبانی برای خلق تجربه‌ای بهتر برای مشتری
طراحی و عرضه‌ی کانال‌های پشتیبانی جدید	فعالیت اصولی و صحیح در کانال‌های ارتباطی
شناسایی موانع تیم پشتیبانی برای ارائه‌ی خدمات عالی به مشتری	شنیدن و درک مشکلات مشتری و تلاش برای رفع آن‌ها
توانایی برقراری ارتباط مؤثر با مدیران ارشد	توانایی برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان

حل مشکلات و مسائل مشتری و جلب رضایتش بدون حضور کارشناس پشتیبانی و مدیر پشتیبانی غیرممکن است. هیچ‌کس نمی‌تواند تأثیر این افراد را بر حفظ مشتری، ارزش طول عمر مشتری و شهرت برند انکار کند.

چگونه مدیر پشتیبانی شویم؟



برای تبدیل شدن به مدیر پشتیبانی حداقل به مدرک لیسانس و ۲ تا ۴ سال سابقه‌ی کار نیاز داریم. مسیر شغلی مدیر پشتیبانی خیلی هم پیچیده نیست. بیشتر افراد قبل از اینکه در این موقعیت شغلی استخدام شوند، کارمند منابع انسانی یا کارمند فروش بوده‌اند. اگر بتوانیم مهارت‌هایی مانند ارتباط مؤثر، رهبری و تکنیک‌های مدیریت را بیاموزیم، راحت می‌توانیم به مدیر پشتیبانی کاربردی تبدیل شویم.

ببینیم چطور باید مدیر پشتیبانی شویم؟

چگونه در ۷ مرحله به عنوان مدیر پشتیبانی استخدام شویم؟

۱) دریافت آموزش‌های لازم

مدرک تحصیلی یکی از مهم‌ترین الزامات مسیر شغلی مدیر پشتیبانی است. اگر علاقه‌مند به استخدام به عنوان مدیر پشتیبانی هستیم، باید نگاهی به شرح‌های شغلی در سایت‌های کاریابی بیندازیم و ببینیم شرکت‌ها به چه میزان تحصیلاتی نیاز دارند.

آمارها نشان می‌دهند که ۵۰ درصد از مدیران پشتیبانی دارای مدرک لیسانس و نزدیک به ۹ درصد، مدرک کارشناسی ارشد دارند.

البته برای طی کردن مسیر شغلی مدیر پشتیبانی باید نیم‌نگاهی به رشته‌ی تحصیلی هم داشته باشیم. فارغ‌التحصیلان رشته‌های مرتبط با مدیریت، آمار، کسب‌وکار،

فناوری اطلاعات، علوم تجاری، علوم کامپیوتر و روان‌شناسی پتانسیل بیشتری برای دریافت این شغل دارند.

۲) توسعه‌ی مهارت‌های مدیر پشتیبانی

قبل از درخواست شغل مدیر پشتیبانی باید مهارت‌های لازم را در خودمان توسعه دهیم. مهم‌ترین مهارت‌هایی که معمولاً در شرح وظایف مدیر پشتیبانی ذکر می‌شوند عبارت‌اند از:

- مدیریت پروژه
- پشتیبانی فنی محصول
- تسلط بر نرم‌افزارهای پایه و نرم‌افزارهای تخصصی پشتیبانی مشتری
- زبان انگلیسی متوسط یا قوی
- مهارت‌های ارتباطی
- هوش هیجانی
- حل مسئله

۳) شرکت در دوره‌های کارآموزی

طبق نظر سازمان جهانی کار، مدیران پشتیبانی به طور متوسط به ۱ تا ۳ ماه کارآموزی (یا همان آموزش پس از استخدام) نیاز دارند. افراد در طول این مدت مهارت‌ها و تکنیک‌های موردنیاز برای این شغل را می‌آموزند و با الزامات کار در شرکت موردنظر آشنا می‌شوند.

۴) دریافت گواهی‌نامه‌های لازم

برای بیشتر شدن شانس استخدام، گذراندن دوره‌های آموزشی مدیریت، رهبری و فن بیان هم پیشنهاد خوبی است. گواهینامه‌های دریافت‌شده از این دوره‌ها به کارفرمایان نشان می‌دهند که ما دانش مورد انتظار برای این موقعیت شغلی را داریم. حتی اگر کارفرمایان به گواهینامه‌های تخصصی نیاز نداشته باشند، داشتن این گواهی‌ها به ما کمک می‌کنند بین دیگر متقاضیان، فرد ویژه‌ای جلوه کنیم. البته نباید این را فراموش کنیم که در روند دریافت گواهینامه، مهارت‌های جدیدی می‌آموزیم که در فضای کاری قابل پیاده‌سازی هستند.

۵) آگاهی از وظایف مدیر پشتیبانی

طبیعتاً وقتی تصمیم می‌گیریم مدیر پشتیبانی شویم، باید بدانیم چه وظایف و مسئولیت‌هایی قرار است بر عهده‌ی ما قرار گیرد. اگر قبل از شروع کار با این وظایف آشنا باشیم، دستیابی به اهداف درآمدی و کاهش هزینه‌های بخش پشتیبانی بسیار

ساده‌تر خواهد شد. در عین حال، برنامه‌های استراتژیکِ بخش پشتیبانی را به نحو احسن اجرا خواهیم کرد.

بعضی از مهم‌ترین وظایف مدیر پشتیبانی عبارت‌اند از:

- مدیریت عملکردهای روزانه بخش پشتیبانی مشتری
- پاسخگویی به مشکلات پیچیده‌ی مشتریان
- اجرای فرایندها و استراتژی‌های لازم برای افزایش رضایت مشتری
- تدوین و بازنگری سیاست‌های بخش پشتیبانی مشتری
- اطلاع‌رسانی موارد جدید در ارتباط با محصولات، رویه‌ها و روندها
- ارزیابی آمارها و داده‌های مربوط به تیم پشتیبانی
- مصاحبه و استخدام کارمندان جدید
- آموزش کارمندان جدید
- مدیریت بودجه‌ی بخش پشتیبانی مشتری

۶) آماده‌سازی رزومه

در این قسمت از مسیر شغلی مدیر پشتیبانی مشتری، پس از اینکه مهارت‌ها و مسئولیت‌های این شغل را بررسی کردیم، باید رزومه‌ی خود را آماده کنیم. ساخت رزومه‌ای عالی ممکن است ساعت‌ها، روزها و یا حتی هفته‌ها طول بکشد. بنابراین اصلاً نباید عجله کنیم. در ادامه به مهم‌ترین مواردی که باید در رزومه‌ی مدیر پشتیبانی آورده شوند اشاره می‌کنیم.

- اطلاعات تماس

اطلاعات تماس معمولاً در بالای رزومه آورده می‌شود. این بخش شامل نام و نام خانوادگی، آدرس، ایمیل و شماره‌تلفن می‌شود. البته معمولاً در قسمت آدرس به جای نشانی منزل، نام شهر و استان آورده می‌شود. بسیاری از متقاضیان، آدرس شبکه‌های اجتماعی و سایت خود را نیز درج می‌کنند. بهتر است فونت اطلاعات تماس را پررنگ‌تر یا بزرگ‌تر از بقیه رزومه لحاظ کنیم تا به راحتی قابل مشاهده باشد.

- نمایه، هدف یا خلاصه‌ی رزومه مدیر پشتیبانی

پس از اطلاعات تماس، باید به ترجیحات و هدف خود از نگارش رزومه بپردازیم. در این بخش می‌توانیم نمایه یا خلاصه بیاوریم و به این نکته که برای شغل مدیر پشتیبانی درخواست می‌دهیم اشاره کنیم. اگر بتوانیم در همین قسمت مرور سریعی

از مهارت‌ها و تجربیات خود در حوزه‌ی پشتیبانی مشتری داشته باشیم، مخاطب رزومه‌آشنایی ابتدایی با توانایی‌ها و شایستگی‌های ما پیدا خواهد کرد و ادامه‌ی رزومه را با دید بازتری خواهد خواند.

- تجربیات شغلی

در این بخش باید به سوابق و تجربیاتی که در ارتباط با شغل مدیر پشتیبانی داشته‌ایم اشاره کنیم. به طور کلی تمام تجربیات شغلی که با «مشتری» مرتبط هستند را می‌توانیم بیاوریم. در هر بخش لازم است دستاوردها یا جوایز قابل‌توجهی که دریافت کرده‌ایم را نیز ذکر کنیم.

- تحصیلات و گواهی‌های آموزشی

آموزش یا همان Education بخشی ضروری از رزومه‌ی مدیر پشتیبانی است. در این قسمت باید پیشینه‌ی تحصیلی خود و هر دستاورد تحصیلی یا جوایزی که در این حوزه دریافت کرده‌ایم را بیاوریم. بعد از ذکر مدارک تحصیلی، بهتر است به دوره‌های آموزشی و گواهی‌نامه‌های تخصصی نیز اشاره کنیم.

- مهارت‌ها

در این بخش از رزومه، مهارت‌های خاصی که در ارتباط با شغل مدیر پشتیبانی کسب کرده‌ایم را می‌آوریم. برای نوشتن این بخش می‌توانیم از مهارت‌هایی که بالاتر ذکر کردیم هم کمک بگیریم. فراموش نکنیم که در هر کدام از بخش‌های رزومه، باید نهایت صداقت را به خرج دهیم و از بیان اطلاعات نادرست خودداری کنیم.

(۷) درخواست برای شغل مدیر پشتیبانی

پس از آماده‌کردن رزومه، نوبت به درخواست برای شغل مدیر پشتیبانی می‌رسد. برای یافتن موقعیت‌های شغلی می‌توانیم از سایت‌های کاریابی فارسی مانند «کاریاب ایران»، «جابینجا» و «کاربوم» استفاده کنیم. مراجعه به شبکه‌ی اجتماعی لینکدین، ارتباط مستقیم با شرکت‌ها و پرس‌وجو از دوستان مشغول در حوزه‌ی کسب‌وکار، از دیگر راه‌های پیدا کردن موقعیت شغلی مدیر پشتیبانی هستند.

چگونه می‌توانیم مهارت‌های خود را به عنوان مدیر پشتیبانی بهبود ببخشیم؟

برای بهبود یا کسب مهارت در این مسئولیت چهار راهکار اصلی وجود دارد که واقعاً راهگشا هستند.

۱) گذراندن دوره‌های مدیریتی

دوره‌های رهبری و مدیریت، قابلیت‌های جدیدی به شما می‌آموزند و به شما این قدرت را می‌دهند که مهارت‌هایی خود را عملی، پیاده‌سازی کنید. در این میان، بهتر است در کلاس‌ها و دوره‌هایی شرکت کنید که پس از اتمام گواهینامه ارائه می‌دهند. چراکه گواهینامه‌ها برای بهبود رزومه‌ی شغلی شما مفید خواهند بود.

۲) بازخورد گرفتن از تیم

یکی دیگر از راهکارهای بهبود مهارت‌های مدیر پشتیبانی درخواست بازخورد از اعضای تیم است. این کار می‌تواند روشی عالی برای درک نقاط قوت و ضعف شما باشد. البته این را فراموش نکنید که اگر از تیمتان درباره‌ی خودتان بازخورد بخواهید، زیرپوستی، به آن‌ها می‌گویید به نظراتشان اهمیت می‌دهید. این طوری رابطه‌ی شما با تیمتان بهتر می‌شود. در ضمن، بازخوردها را ناشناس، دریافت کنید تا اعضای تیمتان بازخورد صادقانه ارائه دهند.

۳) همکاری با کوچ

یکی از ویژگی های مدیر پشتیبانی حرفه‌ای، تمایلش به یادگیری و پیشرفت دائمی است. کار با کوچ یا مربی، به مدیران پشتیبانی کمک می‌کند مهارت‌هایی را که در ابتدای فصل گفتیم، کسب کنند و خوب با کارمندان و مشتریان ارتباط برقرار کنند. شرکت در جلسات کوچینگ توانایی مدیر پشتیبانی مشتریان را در برطرف کردن چالش‌های شخصی و شغلی تقویت می‌کند.

۴) گفتگو با مدیران دیگر

یکی از روش‌های مؤثر بهبود مهارت‌ها، تعامل با مدیران پشتیبانی شرکت‌های برتر است. این کار باعث می‌شود نکات جدیدی در مورد شیوه‌های کاریشان بیاموزید. اگر با مدیران دیگر در مرحله‌ی مشابهی از رشد حرفه‌ای خود هستید، می‌توانید با هم در دوره‌های مهارتی و مدیریتی شرکت کنید. چنین رابطه‌ای انگیزه‌ی شما را برای پیشرفت کردن دوچندان خواهد کرد.

دریافت آموزش‌های لازم، توسعه‌ی مهارت‌های مدیر پشتیبانی و آگاهی از وظایف این شغل، از الزامات ورود به این مسیر هستند. پس از آگاهی از مسئولیت‌ها و مهارت‌های لازم، نوبت به ساخت رزومه و ارسال درخواست شغلی می‌رسد.

امیدواریم مطالعه‌ی این کتاب به کارجویان عزیز کمک کرده باشد که ادامه‌ی مسیر خود را هوشمندانه‌تر طی کنند.



کتاب کاريز فروش

نکته مهمی که وجود دارد این است که: هیچ نکته خاصی نیست!
هیچ رازی در میان نیست به جز دو اصل ساده:

اصل اول: نتایجی که به دست می آورید، حاصل فعالیت های شماست!
اصل دوم: برای تخمین دقیق نتایج باید از بازی اعداد آگاه باشید.

این کتاب به فروش از زاویه این دو اصل نگاه کنم.
در این کتاب به شما خواهیم آموخت که چگونه فروش خود را متحول کنید و فراتر از آن،
از این تکنیک ها چطور برای زندگی بهتر استفاده کنید.
این کتاب بیش از آنکه شما فکر کنید، شما را شگفت زده خواهد کرد.



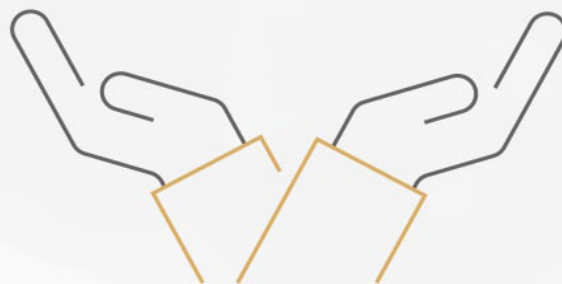
برای دانلود رایگان کتاب کاريز فروش روی لینک زیر کلیک کنید
و یا کد را اسکن کنید.

دانلود رایگان <

تفاوت مدیر پشتیبانی و آموزش مشتریان

مدیریت
پشتیبانی

آموزش
مشتریان



مدیریت پشتیبانی ارتباط تنگاتنگی با مدیریت آموزش مشتری دارد. سال‌هاست که آموزش مشتریان برای بهبود فرایند پشتیبانی مشتری استفاده می‌شود. بحث آموزش خصوصاً در صنایع در حال تحول اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. اگر مشتری تمام نکات لازم را در ارتباط با محصول یا برند، درست بداند، مطمئناً تجربه‌ی فوق‌العاده‌ای از محصول خواهد داشت.

متخصصین بازاریابی معتقدند این تجربه، بدون شک موجب وفاداری مشتری خواهد شد و حتی می‌تواند یک مشتری عادی را به سفیر برند تبدیل کند. حالا پس از آشنایی با مبحث آموزش مشتری، سراغ ارتباط مدیر پشتیبانی و مدیر آموزش مشتری خواهیم رفت و سعی می‌کنیم به ارتباط میان این دو بپردازیم.

منظور از آموزش مشتری چیست؟

به ارتقای مهارت و دانش مشتریان برای توانمندسازی آن‌ها و به دنبال آن، بهبود تجربه‌ی خرید از برند، آموزش مشتری گفته می‌شود. استراتژی‌های آموزش مشتری برای به‌حد اکثر رساندن موفقیت مشتری در استفاده از محصولات و خدمات شرکت به‌کار می‌روند. اگر مدیر پشتیبانی به روش‌های آموزش مشتری مسلط باشد، به احتمال زیاد می‌تواند شاهد افزایش رضایت مشتری و کاهش مشکلات مربوط به محصول باشد. همان‌طور که در ابتدا گفتیم، با گذشت زمان، آموزش درست منجر به افزایش وفاداری مشتری خواهد شد.

چگونه به مشتریان خود آموزش دهیم؟

روش‌های آموزش مشتری انواع و اقسام مختلفی دارند و تا حدود زیادی به نوع محصولی که می‌فروشیم بستگی دارند. مدیر آموزش مشتری در ابتدا باید سفر خریدار را به چند بخش تقسیم کند و هر بخش را به عنوان قسمتی از تجربه‌ی کلی مشتری در نظر بگیرد.

اگر هر کدام از این بخش‌ها به‌درستی آموزش داده شوند، طبیعتاً تجربه‌ی کلی در بهترین شکل ممکن طی خواهد شد. محتوای ارائه‌شده برای آموزش مشتری باید متناسب با شرایط منحصربه‌فرد شرکت باشد؛ با این حال یک برنامه‌ی جامع آموزش مشتری معمولاً شامل موارد زیر است:

- آموزش مشتریان مبتدی
- آموزش مسائل مربوط به آپدیت محصول
- بررسی گواهینامه‌ها و استانداردهای صنعتی
- آموزش پیشرفته برای کاربران باتجربه

آموزش مشتری در درجه‌ی اول از درون سازمان خودمان شروع می‌شود. یعنی اگر نتوانیم کارشناسان خود را به‌درستی آموزش دهیم، نمی‌توانیم مباحث مهم را به

مخاطبان بیرون سازمان منتقل کنیم. آموزش الکترونیکی، وبینارهای زنده، ویدئوهای از پیش ضبط شده، جلسات شبیه سازی شده و کتاب های الکترونیکی، مهم ترین بسترهای آموزش مشتری هستند.

مزایای آموزش مشتری

توجه به آموزش مشتری در صنایع مختلف مزایای عمده ای دارد که در ادامه به آنها اشاره خواهیم کرد:

- افزایش جذب مشتری، حفظ و وفاداری در طول چرخه ی عمر مشتری
- افزایش رضایت مشتری
- افزایش بازگشت سرمایه (ROI) شرکت
- دریافت هزینه ی بالاتر به ازای هر مشتری
- صرفه جویی در زمان و هزینه های تیم پشتیبانی
- خلق تصویری مثبت از سازمان و برند
- ایجاد شبکه ای ارزشمند از سفیران برند
- افزایش احتمال بازاریابی دهان به دهان

به طور کلی آموزش مشتری به جامعه‌ی هدف ثابت می‌کند که برند نسبت به موفقیت آن‌ها متعهد است. هرچه مشتریان بهتر آموزش ببینند، به افرادی آگاه‌تر، ماهرتر و وفادارتر تبدیل می‌شوند که هر یک به نوبه‌ی خود می‌توانند موجب افزایش درآمد شرکت شوند.

پشتیبانی و آموزش مشتری چه ارتباطی دارند؟

مشتریان نمی‌توانند بدون آموزش صحیح ارزش پیشنهادی برند را درک کنند. اگر محصولات یا خدمات فوق‌العاده‌ای داریم، در ابتدا باید به مشتریان آموزش لازم را ارائه دهیم تا در اسرع وقت به ارزش موردنظر خود برسند. اگر آموزش مشتری درست اتفاق نیفتد، تیم پشتیبانی مجبور می‌شود نکاتی تکراری را در ارتباط با مشکلات متداول به مشتریان گوشزد کنند. در واقع می‌توان گفت «آموزش» باید قبل از «پشتیبانی» بیاید.

اگر کاربر دقیقاً متوجه شود محصول چگونه در زمانش صرفه‌جویی کرده یا زندگی‌اش را آسان‌تر می‌کند، کار تیم پشتیبانی ساده‌تر خواهد شد. بنابراین همان‌طور که می‌بینیم، آموزش مشتری همواره با پشتیبانی در ارتباط است. تفاوت آموزش و پشتیبانی در هدف این دو بخش است. هدف از «پشتیبانی» این است که افراد مشکلی در رابطه با محصول نداشته باشند. اما «آموزش» به دنبال این است که مشتری به‌درستی ارزش موردنظرش را دریافت کند.

هم پشتیبانی و هم آموزش باید در هر مرحله از سفر خریدار، موازی ادامه داشته باشند. چراکه هر مرحله از سفر خریدار، بر وفاداری و تجربه‌اش مؤثر است. فراموش نکنیم هر دو فرایند پشتیبانی و آموزش مشتری تأثیر قابل‌توجهی بر نتیجه‌ی فعالیت‌های سازمان دارند.

۵ ایده برای پشتیبانی مشتریان از طریق آموزش صحیح

حالا که ارتباط میان پشتیبانی مشتری و آموزش را پوشش دادیم، آماده‌ایم ۵ روش مؤثر برای آموزش مشتریان و بهبود فرایند پشتیبانی آن‌ها را بررسی کنیم.

(۱) بهبود جایگاه برند با استفاده از محتوای مرتبط

موقعیت‌یابی یا همان Positioning به این معناست که برند قصد دارد با استفاده از محتوای مفید و البته مرتبط، درست توسط مشتریان درک شود و ارتباط نزدیکی با جامعه‌ی هدف خود برقرار کند.

محتوای مفید باید از ارزش‌های اصلی برند سرچشمه بگیرد و همواره حاوی پیام یا لحن برند باشد. آموزش مشتری با استفاده از محتوای مرتبط، نوعی رویکرد جدید پشتیبانی مشتری است که تأثیر قابل‌توجهی بر هزینه‌های شرکت دارد.

۲) راه‌اندازی انجمن مشتریان با آموزش صحیح

تحقیقات نشان می‌دهند راه‌اندازی جوامع مشتریان میانگین بازگشت سرمایه (ROI) شرکت را تا حدود زیادی افزایش می‌دهد. آموزش کاربران با استفاده از انجمن مشتریان سبب کاهش هزینه‌های پشتیبانی مشتری می‌شود.

در این روش، ما به مشتریان خود اجازه می‌دهیم خودشان مشکلات خودشان را حل کنند. از طرفی می‌توانیم محصولات و خدمات خود را با استفاده از فیدبک‌های جالبی که از کاربران دریافت می‌کنیم بهتر کنیم.

۳) توانمندسازی کارشناسان با استفاده از منابع آموزشی مناسب

آموزش کارشناسان، فراتر از پشتیبانی و آموزش مشتری است! اگر بتوانیم کارشناسان خود را با استفاده از منابع آموزشی مناسب توانمند کنیم، سطوح بالاتری از مشارکت را بین آنها شاهد خواهیم بود. همچنین توسعه‌ی استعدادها و بهبود شایستگی کارکنان نیز از مزایایی است که نمی‌توان از آنها چشم‌پوشی کرد.

البته باید حواسمان باشد افراد را با آموزش‌های پیچیده یا نامربوط بمباران نکنیم! مثلاً اگر اکثر مشتریان از سرعت خدمت‌رسانی به مشتریان شکایت دارند، آموزش کارشناسان در ارتباط با نرم‌افزارهای جدید که سرعت بالاتری فراهم می‌کنند ایده‌ی خوبی است. یا اگر مشتریان نسبت به درک نشدن مشکلاتشان شکایت دارند، مدیر پشتیبانی و مدیر آموزش باید روی یادگیری مهارت‌های نرم توسط کارشناسان خود سرمایه‌گذاری کنند.

۴) آموزش دائمی

آموزش‌های مقطعی و سرسری هیچ اثری بر مشتریان ندارند. برای همین باید به فکر راه‌حلهایی باشید که به کمک آن‌ها بتوانید مشتریان خود را دائمی، نسبت به محصولات و خدمات مطلع کنیم.

آموزش مداوم مشتریان با استفاده از سیستم LMS، پلتفرم تجربه‌ی یادگیری (LXP) یا سیستم مدیریت عملکرد، بسترهایی هستند که می‌توانیم از آن‌ها به آموزش دائمی مشتری بپردازیم.

پست‌های وبلاگ با موضوع محصول، برگزاری وبینار و جلسات آموزشی ماهانه و ساخت دوره‌ها و مواد آموزشی جدید، از روش‌های آموزش دائمی مشتریان هستند. تجربه ثابت کرده سرمایه‌گذاری روی این نوع آموزش‌ها، هزینه‌های بخش پشتیبانی را تا حدود زیادی کاهش می‌دهد.

۵) تکریم و تجلیل مشتریان وفادار

اگر شرکتی مداوم از مشتریان وفادار خود تشکر کند یا به عنوان هدیه مبالغ یا محصولات به آن‌ها اهدا کند، خیلی از مردم این روش را انگیزه‌ای برای یادگیری می‌دانند. بنابراین با شناسایی کاربران فوق‌العاده و مشارکت‌کنندگان با عملکرد مطلوب، می‌توانید تجربه‌ی کاربری را بهبود بخشیده و هم‌زمان ارجاعات دهان‌به‌دهان را بیشتر کنید.

ما با استفاده از استراتژی‌های آموزش مشتری طریقه‌ی استفاده‌ی موفقیت‌آمیز از محصول یا خدمات خود را به جامعه‌ی هدف آموزش می‌دهیم. این کار باعث می‌شود هزینه‌ها و دشواری‌های بخش پشتیبانی مشتری تا حدود زیادی کمتر شود. ارائه آموزش‌هایی که منجر به ارزش می‌شوند، تجربه مشتری را تا حد زیادی بهبود می‌بخشد و می‌تواند تأثیرات مثبت زیادی روی سود و درآمد شرکت‌ها داشته باشد.

مهم‌ترین KPI های واحد پشتیبانی



ویلیام تامسون دانشمند مشهور اسکاتلندی جمله‌ی معروفی دارد که می‌گوید: «اگر نتوانیم عملکرد خود را اندازه‌گیری کنیم، نمی‌توانیم آن را بهبود ببخشیم.» این جمله به ما یادآوری می‌کند که بدون معیارها و شاخص‌های پشتیبانی نمی‌توانیم سطح عملکرد تیم پشتیبانی را برای رسیدن به اهداف سازمان ارزیابی کنیم و دائماً در حال پیشرفت باشیم.

فراموش نکنیم پیشرفت تیم پشتیبانی یعنی افزایش رضایت مشتری و افزایش رضایت مشتری یعنی فروش بیشتر. اگرچه شاخص‌های کلیدی عملکرد خیلی مهم هستند، اما تیم پشتیبانی نباید ده‌ها شاخص موجود در مباحث کسب‌وکار و بازاریابی را ارزیابی کند. بلکه فقط باید روی مواردی تمرکز کند که تأثیر مهمی بر عملکرد بخش پشتیبانی مشتری دارند. توجه داشته باشید که KPI‌های پشتیبانی باید واقعی، کاربردی و ساده باشند.

در این فصل می‌خواهیم درباره‌ی شاخص‌های کلیدی مهم که مدیران پشتیبانی باید دنبال کنند، صحبت کنیم.

KPI های مرتبط با خدمات مشتریان

KPI ها (Key Performance Indicator) در واقع شاخص‌هایی هستند که با کمک آن‌ها می‌توان جنبه‌های مختلف یک کسب‌وکار را اندازه‌گیری کرد. مثلاً عملکرد کارکنان را هم می‌توانیم با کمک KPI ها بررسی کنیم. در ادامه چند نمونه از KPI های که می‌توانید با آن‌ها خدمات مشتریان را بررسی کنید، توضیح می‌دهیم.

۱. میانگین زمان اولین پاسخ (AFRT)

به فاصله‌ی بین اولین تیکت (درخواست) مشتری و جواب پشتیبانی، اولین زمان پاسخ گفته می‌شود. به عبارت دیگر در شرکت شما چقدر طول می‌کشد تا تیکت مشتری‌ها را جواب دهید؟ استفاده از این KPI به شرکتتان کمک می‌کند تا اثربخشی تیم خود را افزایش دهید. سرعت خود را بالاتر ببرید یا در صورت نیاز تعداد نیروها را افزایش دهید. تأخیر در زمان پاسخگویی روی مشتری‌ها اثر منفی می‌گذارد.

۲. میانگین زمان حل مسئله

این KPI در واقع به میانگین زمانی که حل مشکلات مشتری‌ها طول می‌کشد، اشاره می‌کند. البته که برای هر مسئله‌ای براساس پیچیدگی آن مشکل، زمان متفاوت است. اما اگر بتوانید یک میانگین کلی بگیرید می‌توانید راهکارهایی برای افزایش سرعت پیدا کنید. چرا که کاهش زمان باعث افزایش موفقیت کسب‌وکار شما می‌شود.

۳. میانگین زمان رسیدگی

این KPI خیلی به قبلی شبیه است. اما یک تفاوت جزئی وجود دارد. میانگین زمان رسیدگی در واقع مدت زمانی است که یکی از اعضای پشتیبانی صرف می‌کند تا مشکل مشتری را حل کند. مثلاً مدت زمانی که طول می‌کشد نیروی شما محصول قبلی (که مشتری از آن ناراضی بوده) را تحویل بگیرد و محصول جدیدی برای او ارسال کند. زمانی که مشتری بسته را دریافت می‌کند زمان رسیدگی به پایان رسیده. حالا باید ببینید این مدت زمان چقدر طول کشیده است.

۴. تعداد تیکت

یکی از بخش‌های ضروری ارتباط با مشتری، این است که بتوانید تعداد تیکت‌های احتمالی‌ای را که در سیستم تیکتینگ دریافت می‌کنید، پیش‌بینی کنید. به این ترتیب ممکن است خیلی از مشکلات تیم پشتیبانی حل شود. این معیار نشان می‌دهد که آیا تیم برای رسیدگی به تیکت‌ها آماده است یا نه.

۵. تعداد تیکت‌های رسیدگی شده

این KPI به تعداد تیکت‌هایی اشاره می‌کند که تیم پشتیبانی در یک دوره‌ی زمانی مشخص دریافت و حل و فصل کرده است.

۶. تعداد تیکت عقب افتاده

درخواست‌های پشتیبانی مشتری که در مهلت تعیین شده حل نشده باقی مانده‌اند، بلیط عقب افتاده نام می‌گیرند. طبیعتاً اگر تعداد تیکت عقب افتاده زیاد و زیادتر شود، یعنی کارشناسان پشتیبانی کارشان را با سرعت پایینی انجام می‌دهند. با این حال مطالعات نشان می‌دهند مشتریان مادامی که پاسخ درستی دریافت کنند، مشکلی با صبرکردن ندارند. برای خوب عمل کردن در این مورد از شاخص‌های پشتیبانی، لازم است بین پاسخ سریع و پاسخ درست تعادل ایجاد کنیم. در عین حال، به این نکته توجه داشته باشیم که همه‌ی مسائل مشتریان یکسان نیستند و بعضی از آن‌ها باید سریع‌تر از بقیه حل شوند.

۷. تعداد تیکت براساس کانال

تعداد تیکت‌ها براساس کانال به شما می‌گوید که مشتری‌ها از طریق هر پلتفرم چه تعداد تیکت ارسال می‌کنند. برای مثال حساب کنید که در یک دوره زمانی، تعداد تیکت‌هایی که از طریق ایمیل، سایت، اس‌ام‌اس، شبکه‌های اجتماعی و موارد مشابه، ثبت شده چقدر بوده است.

۸. نرخ افزایش یادگیری

نرخ افزایش یادگیری درصدی است که نشان‌دهنده‌ی تعداد تیکت‌هایی است که به یک نیروی پشتیبانی، دانش تخصصی اضافه می‌کند. هریک از اعضای تیم که این KPI را درست درک می‌کنند، بعد از مدتی سرپرست تیم یا مدیر بخش می‌شوند.

۹. امتیاز رضایت مشتری

بیشتر شرکت‌ها امکاناتی فراهم کرده‌اند که مشتری بعد از تماس با پشتیبانی به یک سیستم نظرسنجی وصل می‌شود. نیروهای پشتیبانی مشتری‌ها را تشویق می‌کنند که در نظرسنجی شرکت کنند و به نیروها امتیاز بدهند. این نظرسنجی نشان می‌دهد که مشتری‌ها چقدر از خدمات تیم رضایت داشته‌اند و از نظر آن‌ها تیم پشتیبانی چقدر به مسائل و شکایات مشتری رسیدگی می‌کند.

۱۰. نرخ وضوح (Resolution Rate)

این مورد از شاخص‌های پشتیبانی به ما نشان می‌دهد چند درصد از کل تیکت‌های پشتیبانی حل شده‌اند. بدیهی است که با استفاده از این KPI می‌توانیم میزان کارایی و بهره‌وری تیم پشتیبانی را آنالیز کنیم. هر چقدر درصد وضوح بیشتر باشد، کارمان را بهتر انجام داده‌ایم. در مقابل، پایین بودن این درصد بیانگر این است که شرکت به کارشناسان پشتیبانی جدید یا بهتری نیاز دارد.

۱۱. کارشناسان برتر (Top Agents)

اگر بدانیم کدام یک از کارشناسان پشتیبانی عملکرد بهتری دارند، آن وقت می‌توانیم یک واحد پشتیبانی قوی و پاسخگو بسازیم. بررسی این معیار طی دوره‌های زمانی خاص می‌تواند رقابت سالمی بین اعضای تیم پشتیبانی ایجاد کند. همچنین افرادی که نیاز به آموزش بیشتری دارند خودشان را نشان خواهند داد. برای اندازه‌گیری این شاخص، باید هر یک از شاخص‌های پشتیبانی که تا اینجا بررسی کردیم (خصوصاً AFRT، FCCR و ART) را برای هر یک از کارشناسان بررسی کنیم.

۱۲. امتیاز خالص پرموتر (Net Promoter Score)

NPS یکی از شاخص‌های پشتیبانی مهم است که توسط بسیاری از شرکت‌های مطرح جهان برای ارزیابی تیم پشتیبانی استفاده می‌شود. منظور از امتیاز خالص پرموتر این است که مشتریان برند با چه احتمالی محصولات یا خدمات ما را به دیگران توصیه می‌کنند.

برای ارزیابی این شاخص می‌توانیم یک فرم پاپ‌آپ در وبسایت خود داشته باشیم یا یک نظرسنجی آنلاین راه بیندازیم. در این نظرسنجی‌ها باید از مشتریان بخواهیم به این سؤال پاسخ دهند که چقدر احتمال دارد محصول ما را توصیه یا تبلیغ کنند. در پاسخ به این سؤال، امتیازی بین ۰ تا ۱۰ داده می‌شود. بعد از این سؤال، باید بپرسیم چرا این امتیاز را داده‌اند. طبیعتاً افرادی که امتیاز بالاتری در حدود ۸ تا ۱۰ به این نظرسنجی می‌دهند، جزو سفیران برند هستند.

در پایان اگر مخالفان بیشتری داشته باشیم و امتیاز کمی بگیریم، متأسفانه در معرض خطر ریزش مشتری هستیم؛ یا شاید مشتریان سراغ برندهای دیگر رفته‌اند. بنابراین، باید دلیل را ریشه‌یابی کرده و سعی کنیم با پشتیبانی قوی‌تر، مشکلات مشتری را کمتر کنیم و راه‌حل‌های بهتری ارائه دهیم.

۱۳. امتیاز رضایت مشتری (CSAT)

بسیاری از متخصصین حوزه‌ی کسب‌وکار، امتیاز رضایت مشتری (Customer Satisfaction Score) را مهم‌ترین KPI پشتیبانی می‌دانند. چراکه مستقیماً بر رشد درآمد شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد.

درست مانند شاخص قبلی، برای ارزیابی CSAT هم باید از مشتریان خود بخواهیم بعد از هر تعاملی که با بخش پشتیبانی داشتند، به تجربه‌ی خود امتیازی بدهند. در نهایت وقتی تعداد مشتریان خوشحال را بر کل مشتریان تقسیم می‌کنیم، می‌توانیم امتیاز رضایت را برحسب درصد داشته باشیم. اگر درصدهایمان افتضاح است، باید علت را کشف کنیم و ببینیم کجا کوتاهی کرده‌ایم. آیا مشکل از محصول است؟ یا کارشناسان پشتیبانی؟

KPIهای میز خدمات

همه‌ی شرکت‌ها نمی‌توانند یک تیم بزرگ پشتیبانی داشته باشند. به همین دلیل از سیستمی به اسم میز خدمات مشتری استفاده می‌کنند. میز خدمات در واقع یک اتوماسیون خودکار است که ارتباط بین مشتری‌ها و شرکت را مدیریت می‌کند. جالب اینجاست که KPIهای بررسی میز خدمات مشابه تیم خدمات مشتریان است. اما روی به‌موقع بودن و اثربخشی سیستم تمرکز دارد. یعنی KPIهایی که در قسمت قبل گفته شد را می‌توانید برای بررسی عملکرد اتوماسیون هم به‌کار ببرید. اما در ادامه هم بعضی از KPIهایی که به صورت تخصصی برای عملکرد این سیستم طراحی شده‌اند، توضیح می‌دهیم.

۱. نرخ شفافیت تماس اول

نرخ وضوح تماس اول با میانگین زمان حله مسئله شبیه به نظر می‌رسند اما تفاوت اساسی دارند. آن تفاوت این است که نرخ شفافیت درصد تیکت‌های حل‌شده را از زمان شروع تیکت، اندازه‌گیری می‌کند. در حالی که میانگین زمان حل مسئله مدت زمان حل یک مسئله را در نظر می‌گیرد.

۲. میانگین زمان پاسخ

این KPI نشان‌دهنده‌ی مدت زمان پاسخگویی به سؤالات مشتریان است. به عنوان مثال مدت زمانی که یک چت یا تماس تلفنی میان مشتری و میز خدمات طول می‌کشد.

۳. تعداد پاسخ به ازای هر تیکت

مشتریان به دنبال این هستند که مشکلاتشان در کوتاه‌ترین زمان ممکن حل شود. بنابراین از اینکه برای حل یک مشکل مجبور شوند چند بار تماس بگیرند، متنفرند. تعداد پاسخ به ازای هر تیکت نشان‌دهنده تعداد دفعاتی است که مشتری برای حل یک مشکل باید تماس بگیرد. تعداد تماس بالا بر میزان رضایت مشتری‌ها اثر منفی می‌گذارد.

۴. تعداد بازدید صفحه پشتیبانی

این متریک تعداد بازدیدهای کلی از صفحات پشتیبانی را اندازه‌گیری می‌کند. این موضوع به کسب‌وکار شما کمک می‌کند بفهمید حجم جستجوی صفحات پشتیبانی شما چقدر است. به این ترتیب می‌توانید در مورد بعضی از مشکلات برنامه‌ریزی کنید. هدف از این KPI این است که بفهمید چرا مشتری‌ها تمایل دارند صفحات پشتیبانی شما را چک کنند.

۵. نرخ قطع کردن

این معیار به شما می‌گوید که چه تعداد از مشتری‌هایی که با پشتیبانی تماس می‌گیرند و در صف انتظار قرار می‌گیرند، قبل از وصل شدن به اپراتور، قطع می‌کنند. نرخ بالای قطع کردن یعنی مشتری‌ها از خدمات پشتیبانی شما اصلاً رضایت ندارند. در سال ۲۰۲۰ نتایج یک تحقیق نشان داد که سازمان‌های دولتی، شرکت‌های حمل‌ونقل و مراقبت‌های بهداشتی، بالاترین نرخ قطع کردن را داشته‌اند.

KPIها همیشه درست می‌گویند

می‌دانید به دست آوردن ارقام واقعی از KPIها و بررسی کردن آن‌ها کار خیلی سختی است. اما باور کنید که اگر تصمیم دارید موفقیت خودتان را تضمین کنید، باید حتماً این سختی را به جان بخرید. ما همیشه این جمله را شنیده‌ایم که می‌گوید: «همیشه حق با مشتری است.» اما بعضی از کسب‌وکارها هیچ وقت به این شعار بها نمی‌دهند. مشتری همه چیز یک کسب‌وکار است. پس ارزشش را دارد که برای حفظ رضایت مشتری‌ها هر سختی را تحمل کنید. KPIها شاخص‌های عالی و واقعی هستند که به شما می‌گویند کسب‌وکار شما تا چه اندازه در جلب رضایت مشتری‌ها موفق است. هیچ وقت فراموش نکنید که داشتن مشتریان راضی مساوی است با موفقیت کسب‌وکار!

هشت راهکار ساختن تیم پشتیبانی حرفه‌ای



رضایت مشتری باید از یک شاهکار قهرمانانه که گاه‌به‌گاه اتفاق می‌افتد، به تجربه‌ای همیشگی تبدیل شود. ساخت تیم پشتیبانی مشتری بدون برنامه‌ی مشخص غیرممکن است. درست مثل دیگر بخش‌های سازمان، اگر در بخش پشتیبانی بی‌گدار به آب بزنیم و به فکر استراتژی نباشیم، اشتباهاتی رقم می‌زنیم که بعضاً غیر قابل جبران خواهند بود.

به عنوان مدیر تیم پشتیبانی باید حواسمان باشد مسئولیت رضایت مشتری بر عهده‌ی ماست. مسئولیت مهمی که تأثیر زیادی بر رشد و توسعه‌ی کسب‌وکار دارد. ما در این فصل به ۸ راهکار کلیدی برای تیم‌سازی پشتیبانی و انجام صحیح کارها در این بخش خواهیم پرداخت. مطالعه‌ی این مطلب برای مدیرانی که می‌خواهند سطح رهبری تیم پشتیبانی را بالاتر ببرند، ضروری است.

۸ راهکار کلیدی برای موفقیت تیم پشتیبانی

(۱) تعریف واضح پشتیبانی برای اعضای تیم

خیلی وقت‌ها ما در تعریف بسیاری از مسائل به مشکل برمی‌خوریم. صرفاً چون فکر می‌کنیم شناختی کلی از موضوع داریم، می‌توانیم به آن وارد شویم و پیشرفت کنیم. در حالی که این‌طور نیست. اعضای تیم پشتیبانی اگر تعریف واضحی از خدمات «عالی» نداشته باشند، نمی‌دانند ارزش و هدف اصلی کارشان چیست.

اگرچه هر شرکتی مدعی ارائه‌ی خدمات عالی به مشتریان است، اما خیلی از مشتریان در سراسر جهان تجربیات خوبی از شرکت‌ها ندارند. همه چیز درباره‌ی مشتری و مربوط به او است.

مهارت اصلی مدیر پشتیبانی تعریف «خدمات عالی» برای بخش خودش است. مثلاً اگر شرکت ما برای سرعت ارزش قائل است، این باید به ارزش تیم پشتیبانی تبدیل شود و تعریفی از ارائه‌ی خدمات عالی باشد.

۲) نگاه به فراتر از انتظارات مشتری

اگر می‌خواهیم از رقبای خود متمایز شویم، باید مداوم از انتظارات مشتریان فراتر برویم. برای به‌دست آوردن چنین نگرشی، نیاز به تحقیق داریم.

زمان پاسخ‌گویی معمول در صنعت ما چقدر است؟ رقبای ما چگونه به مشتریان خود پاسخ می‌دهند؟ مشتریان انتظار دریافت چه سطحی از خدمات را دارند؟ چطور می‌توانیم بهتر عمل کنیم؟

بعد از اینکه تعریف منحصر به فرد شرکت خود را از خدمات عالی تعیین کردیم، باید آن را به سطوح بالاتر هل دهیم. این کار باعث می‌شود از رقبای خود پیشی بگیریم و به قول قدیمی‌ها، اسم و رسمی برای خودمان دست و پا کنیم.

۳) پشتیبانی در بهترین کانال‌های ارتباطی

زمانی که تیم پشتیبانی به ارائه‌ی خدمات عالی متعهد می‌شود، باید فکری به حال کانال‌های ارتباطی خود بکند. بیشتر شرکت‌ها می‌گویند: «ما همیشه همه جا در دسترس هستیم.»

اما وقتی نوبت به عمل می‌رسد، مطمئناً نمی‌توانند مداوم در همه‌ی کانال‌ها و تمام موقعیت‌های زمانی، خدمات پشتیبانی عالی ارائه دهند. برای همین بهتر است روی یک یا دو کانال تمرکز کنیم، اما در همان یک یا دو کانال، بهترین پشتیبانی ممکن را ارائه دهیم.

برای شروع باید کانالی را که مشتریان بیشترین حضور دارند، پیدا کنیم. آیا جامعه‌ی هدف ما عمدتاً از طریق ایمیل در دسترس هستند؟ یا پشتیبانی تلفنی کلاسیک را ترجیح می‌دهند؟ یا شاید شبکه‌های اجتماعی بهترین کانال ممکن باشد...

کانال ارتباطی	مزایا	معایب
ایمیل	ایمیل مکالمه‌ی ناهم‌زمان محسوب می‌شود و سوابق آن را می‌توان بعداً بازدید کرد.	اگر به سؤال و جواب زیادی نیاز داشته باشیم، ایمیل می‌تواند خسته‌کننده باشد.
تلفن	تلفن امکان مکالمه‌ی مستقیم در زمان واقعی را فراهم می‌کند و بین نسل‌های قدیمی خیلی محبوب است.	پشتیبانی تلفنی در اغلب موارد می‌تواند وقت‌گیر و پرهزینه باشد؛ به‌خصوص برای تیم‌های کوچک‌تر.
چت زنده	چت زنده به تیم‌های پشتیبانی کمک می‌کند در زمان واقعی و بدون نیاز به مکالمات تلفنی طولانی‌مدت، مشکلات مشتریان را برطرف کنند.	نسبت به پاسخگویی ایمیلی نیاز به کارشناسان مجرب بیشتری دارد.
شبکه‌های اجتماعی	گفتگو در مورد محصولات یا خدمات ما در این محیط‌ها آسان‌تر است.	شبکه‌های اجتماعی فضاهایی بسیار عمومی هستند و مردم هم معمولاً انتظار پاسخ فوری دارند. بنابراین شاید نیاز باشد مدام بین چند کانال ارتباطی سوئیچ کنید.
انجمن‌ها و فروم‌ها	جوامع هدف ما می‌توانند در انجمن‌های آنلاین به یکدیگر کمک کنند و تجربیات خود را به اشتراک بگذارند. این قابلیت به شرکت کمک می‌کند در وقت و منابع بخش پشتیبانی صرفه‌جویی کند.	انجمن‌ها به نظارت دقیق نیاز دارند. پاسخ‌های اشتباه و بعضاً توهین‌آمیز می‌توانند سطح رضایت مشتری را کاهش دهند.
پایگاه دانش	پایگاه دانش شامل اطلاعاتی در مورد محصول، خدمت یا مفاهیم تجاری خاص است که به مشتریان کمک می‌کند پاسخ‌های مورد نظرشان را خودکار پیدا کنند.	راه‌اندازی پایگاه دانش به سرمایه‌گذاری اولیه و تعمیر و نگهداری مداوم نیاز دارد.

۴) استخدام کارشناسان مجرب

ارائه‌ی پشتیبانی با کیفیت بالا تأثیر زیادی بر اعتمادسازی بین مشتریان دارد. بنابراین کارشناسان پشتیبانی باید مهارت‌های فنی، دانش نرم‌افزاری و قابلیت‌های ذهنی لازم برای این شغل را داشته باشند.

اگر بتوانیم «خوبترین‌ها» را برای تیم پشتیبانی استخدام کنیم، با نتایج شگفت‌انگیزی که پدید می‌آید کاملاً غافل‌گیر خواهیم شد. کارشناسان پشتیبانی باید با فرهنگ شرکت و رویکرد آن به خدمات مشتری آشنایی کاملی داشته باشند. همچنین زیر و بم محصولات و خدمات برند را بشناسند.

اعضای تیم حرفه‌ای پشتیبانی که باهوش و متعهد باشند، از اهمیت و ضرورت یادگیری آگاه‌اند. بنابراین، مستمر رشد خواهند کرد و بهترین خدمات پشتیبانی را به مشتریان ارائه خواهند داد.

۵) آنالیز داده‌های مناسب

این روزها تجزیه و تحلیل معیارهای پشتیبانی خیلی آسان است. نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری یا CRM می‌تواند گزارش‌های دقیقی تولید کند و اعداد زیادی به ما بدهد. با این حال باید توجه داشته باشیم شاخص‌های پشتیبانی حتماً باید معنی‌دار و معتبر باشند.

آنالیز داده‌های مناسب می‌تواند سرنخ‌های بزرگی برای توسعه‌ی کسب‌وکار به ما

بدهد. اما این را به یاد داشته باشیم که صرفاً تلاش برای آنالیز و صرف زمان روی اعداد، قرار نیست دردی از ما دوا کند. چرا؟ چون تلاش برای ترسیم تصویر نادرست و بیهوده از تیم پشتیبانی ارزشی ندارد. تیم پشتیبانی باید بتواند بر معیارهای انتخابی تأثیر بگذارد؛ در غیر این صورت داده‌های استخراج‌شده در بهترین حالت بی‌فایده و در بدترین حالت باعث تضعیف روحیه‌ی تیم می‌شوند.

۶) انتخاب ابزارهای هوشمند

تیم پشتیبانی روزانه و برای هر تعاملی که با مخاطبان دارد، از ابزارهای امور مشتریان استفاده می‌کند. این روزها نرم‌افزارهای خدمات مشتری زیادی وجود دارند که می‌توانند به پلتفرم اصلی ما برای گفتگو با مشتریان تبدیل شوند. از آنجا که این ابزارها کاربرد زیادی دارند، باید آن‌ها را با بیشترین دقت ممکن انتخاب کنیم. با استفاده از این ابزارهای هوشمند، رهبری تیم پشتیبانی بسیار ساده‌تر از قبل شده است. این ابزارها با طراحی و پیاده‌سازی یک گردش کار روان و دلپذیر، بسیاری از فرایندهای پشتیبانی را اتوماتیک اجرا می‌کنند.

به عنوان یک مدیر پشتیبانی برای انتخاب بهترین نرم افزار ممکن باید به سؤالات زیر پاسخ دهیم:

- به چه عملکردهایی نیاز داریم؟
 - چند نفر باید از ابزار هوشمند پشتیبانی مشتری استفاده کنند؟
 - این ابزار چه نوع مکالماتی را مدیریت خواهد کرد؟
 - چه پلتفرم‌هایی را می‌توان به این ابزار متصل نمود؟
- این سیستم‌ها علاوه بر اینکه ابزار ارتباط با مشتری‌اند، در ارتباطات داخلی شرکت هم راه‌گشا هستند. مثلاً نرم‌افزار CRM برای دسترسی به اطلاعات مشتری، رفع مشکلات همکاران و گزارش‌دادن به بخش‌های دیگر شرکت، عالی عمل می‌کند.

۷) راه‌اندازی پایگاه دانش (Knowledge Base)

بدون شک راه‌اندازی پایگاه دانش زمان‌بر است. اما اگر مشتریان خودشان بتوانند پاسخ‌ها را پیدا کنند، صرفه‌جویی زیادی در بودجه‌ی ما اتفاق خواهد افتاد و از طرفی فشار وارده بر تیم پشتیبانی کمتر خواهد شد.

پایگاه دانش در زمان پاسخگویی به سؤالات متداول مشتریان صرفه‌جویی می‌کند و به آن‌ها کمک می‌کند پاسخ دقیق سؤال خود را چند بار پشت سر هم مطالعه کنند. (یا اگر ویدئو بود، چند بار تماشا کنند.)

بیشتر نرم افزارهای پایگاه دانش ابزارهای گزارش دهی مناسبی ارائه می دهند که برای آنالیز شاخص های پشتیبانی هم به درد می خورند. این طوری می توانیم بفهمیم مشتریان کجا مشکل دارند و چه پاسخ هایی را می توانیم آپدیت کنیم تا این مشکلات برطرف شوند.

۸) همکاری بخش پشتیبانی با دیگر بخش های شرکت

مهم نیست تیم پشتیبانی چقدر حرفه ای عمل کند، اگر محصولمان ناامیدکننده باشد، مشتریان خوشحالی نخواهیم داشت. هرچقدر کارشناسان پشتیبانی کارشان را خوب انجام دهند، «تجربه ی مشتری» با آنچه بقیه ی بخش های شرکت انجام می دهند در ارتباط است.

بنابراین اگر شرکتتان متمرکز بر مشتری است، باید سیستمی ایجاد کند که خوشحال کردن مشتریان اولویت تمام بخش ها (در تمام زمان ها) باشد. رضایت مشتری باید از یک شاهکار قهرمانانه که گاه به گاه اتفاق می افتد، به تجربه ای همیشگی تبدیل شود.

یک راه حل کلی این است که فرایندهای مشتری پسند را خودکار کنیم. این کار تجربه ی ثابت تری را برای مشتری رقم می زند و به تصمیمات انسانی کمتری هم نیاز دارد.

همکاری تیم پشتیبانی با دیگر بخش‌های شرکت باعث می‌شود تعداد زیادی بازخورد مفید به گوش تیم‌های بازاریابی، فروش یا توسعه‌ی محصول برسد. بخش پشتیبانی هر روز در حال بررسی فیدبک‌های خوب، بد یا فاجعه‌ است. اگر درست از این تجربیات استفاده شود، بسیاری از مشکلات شرکت حل خواهد شد.

اعضای تیم پشتیبانی صدای شرکت ما هستند. بنابراین باید برای تیم‌سازی پشتیبانی انرژی و زمان مناسبی اختصاص دهیم. به یاد داشته باشیم خدمات مشتری مثل یک پروژه خطی نیست که ابتدا، میانه و پایان داشته باشد. پشتیبانی کاری مداوم است که طی زمان و همراه تغییرات بازار انجام می‌گیرد. به همین دلیل باید همیشه آماده باشیم کانال‌های پشتیبانی جدیدی اضافه کنیم، سراغ ابزارهای جدیدی برویم یا به سمت اهداف جدیدی حرکت کنیم. با این حال فراموش نکنیم همه چیز از «تعریف» صحیح پشتیبانی عالی شروع می‌شود.

علل جذابیت شغل مدیریت پشتیبانی



بیشتر ما در برهه‌ای خاص از زندگی‌مان سراغ تست‌های شخصیتی رفته‌ایم. یا در فضای آنلاین این تست‌ها را پیدا کرده‌ایم، یا به پیشنهاد دوست و آشنا با آن‌ها آشنا شده‌ایم. حالا تست‌های شخصیتی چه ارتباطی با جذابیت شغل مدیر پشتیبانی دارد؟

یادم هست یکی از تیپ‌های روان‌شناختی که در پاسخ این تست می‌دیدم، قادر بود پیوندهای عاطفی و ارتباطات هم‌دلانه‌ی قوی با دیگران برقرار کند. افرادی با این تیپ شخصیتی که همیشه آماده‌ی کمک به دیگران هستند و دوست دارند مشکلات مردم را حل کنند، مطمئناً جذابیت‌های شغل مدیر پشتیبانی را بهتر درک می‌کنند. برداشتن موانع مختلف از سر راه مردم، یکی از جاذبه‌های پشتیبانی است که راحت نمی‌توان از آن صرف‌نظر کرد. اما همه‌ی جاذبه‌های شغل مدیر پشتیبانی در هم‌دلی و احساس مسئولیت در قبال نیازهای دیگران خلاصه نمی‌شود. کارکردن در این موقعیت شغلی مزایای دیگری هم دارد که در این فصل آن‌ها را بررسی خواهیم کرد.

رک و پوست‌کنده؛ آیا مدیر پشتیبانی شغل خوبی است؟

بله، کلاً کار کردن در بخش خدمات مشتری فوق‌العاده است. فقط یک شرط دارد؛ باید آن تیپ شخصیتی لازم را داشته باشیم و همواره به مشارکت و کمک علاقه نشان دهیم. متأسفانه بسیاری از شرکت‌ها، کار در بخش پشتیبانی مشتری را دست‌کم می‌گیرند. چرا؟ چون معمولاً کارکنان این بخش می‌توانند با هر سطح تجربه و سابقه‌ای وارد واحد پشتیبانی شوند. اما اگر نگاه درستی داشته باشیم، خواهیم دید خدمات مشتری هسته‌ی اصلی موفقیت یک شرکت است.

به همین دلیل است که مدیر پشتیبانی به یکی از حیاتی‌ترین و حساس‌ترین مسئولیت‌های ممکن در شرکت‌های فروش‌محور تبدیل شده است. اصلاً یکی از جذابیت‌های شغل مدیر پشتیبانی در همین است. ما در این موقعیت شغلی می‌توانیم در توسعه و موفقیت شرکت خود تأثیرگذار باشیم و در عین حال با هم‌تیمی‌ها و مشتریان خود ارتباطات معنی‌داری برقرار کنیم.

طبق آمار مایکروسافت ۹۰ درصد از مصرف‌کنندگان بر اساس کیفیت خدمات مشتری یک شرکت را انتخاب می‌کنند. اگر دقیق‌تر نگاه کنیم، متوجه می‌شویم خود ما هم چنین احساسی داریم. قطعاً چندین بار برایمان اتفاق افتاده که به دلیل تجربه‌ی ضعیف پشتیبانی مشتری، خرید از یک شرکت را متوقف کرده باشیم.

بنابراین اگر در شغل مدیر پشتیبانی مشغول به کار شویم، می‌توانیم با اجرای استراتژی‌ها و دستورات صحیح، مستقیماً بر میزان درآمد شرکت تأثیرگذار باشیم و کارهای بزرگی انجام دهیم. اما آیا کارکردن در این مسئولیت جذابیت‌های دیگری هم دارد؟!

جذابیت‌های کار به عنوان مدیر پشتیبانی مشتری

(۱) توسعه‌ی هوش هیجانی

یکی از جذابیت‌های پشتیبانی مشتری در این است که حین کار، می‌توانیم مهارت‌های خود را توسعه دهیم. اگرچه ممکن است در مواجهه با مشتریان روزانه، چالش‌هایی داشته باشیم، اما مهارت‌ها، استراتژی‌ها و تجربیاتی که نصیبمان می‌شود، خیلی بیشتر از این چالش‌هاست.

اینجا ما به مشتریان کمک می‌کنیم انواع مختلفی از مشکلات را حل کنند. هر کسی دیدگاه خاص خودش را نسبت به محصول دارد و بسته به ویژگی‌های روان‌شناختی‌اش، چالش خاص خود را خواهد داشت. پس باید به‌یاد داشته باشیم حل کردن مشکل هر شخصی باید بر اساس همین ویژگی‌های رفتاری و اخلاقی باشد.

خوشبختانه اگر کارمان را درست انجام دهیم، تأثیر مثبتی بر زندگی شخصی یا حرفه‌ای مشتریان خواهیم گذاشت. پژوهش‌ها نشان می‌دهند توانایی ما در همدلی

و به کارگیری هوش اجتماعی برای ایجاد رابطه با مشتریان، تأثیر عمیقی بر توسعه‌ی هوش هیجانی ما در موقعیت‌های مختلف دارد.

۲) آشنایی عمیق با محصولات یا خدمات شرکت

جذابیت شغل مدیر پشتیبانی در این است که جای زیادی برای رشد و ارتقا دارد. افرادی که در این مسئولیت مشغول به کار می‌شوند، آشنایی عمیقی با محصولات و خدمات شرکت پیدا می‌کنند. بنابراین، راحت می‌توانند برای موقعیت‌های شغلی بهتر درخواست دهند.

برای موفقیت در پشتیبانی مشتری، باید تمام جنبه‌های محصولات یا خدمات را درست درک کنیم. فقط در این صورت است که می‌توانیم سریع به سؤالات مشتری پاسخ دهیم و مشکلاتش را حل کنیم. یادگیری مداوم در مورد محصول شرکت به ما کمک می‌کند به یک متخصص تبدیل شویم و بعداً بتوانیم این تخصص را به هم‌تیمی‌های خود نیز انتقال دهیم.

۳) تطبیق‌پذیری و انعطاف مهارت‌های پشتیبانی

همان‌طور که بالاتر گفتیم، مهارت‌ها و اطلاعاتی که به عنوان مدیر پشتیبانی کسب می‌کنیم، اصطلاحاً یک‌بار مصرف نیستند. با کسب تخصص در زمینه‌ی پشتیبانی، تجارب ارزشمندی می‌آموزیم که می‌توانیم از آن‌ها برای گرفتن مسئولیت‌های جدید استفاده کنیم. در ادامه این مهارت‌ها را جداگانه بررسی می‌کنیم.

- مهارت فروش

کار با مشتریان در بخش پشتیبانی دقیقاً به ما یاد می‌دهد که افراد چگونه از محصولات یا خدمات شرکت‌مان برای رسیدن به اهدافشان استفاده می‌کنند. قطعاً هر وقت تصمیم بگیریم وارد عرصه‌ی فروش شویم، می‌توانیم از این دانش و تجربه استفاده کنیم.

- مهارت بازاریابی

دانش محصول (Product Knowledge) یکی از اولویت‌های اصلی در حوزه‌ی بازاریابی است. اگر بخواهیم به عنوان مدیر بازاریابی مشغول به کار شویم، دانشی که در بخش پشتیبانی کسب می‌کنیم به ما کمک می‌کند در تحقیقات محصول و بازار خوب عمل کنیم. فراموش نکنیم تخصص عمیق در رابطه با محصول و صد البته مهارت‌های ارتباطی، در تیم بازاریابی هم به دردمان می‌خورد.

- مهارت توسعه‌ی محصول

یکی از جاذبه‌های شغل پشتیبانی در این است که ما را با زیر و بم محصول آشنا می‌کند. زمانی که نقاط قوت و ضعف محصول را کامل بشناسیم، می‌توانیم ایده‌های هوشمندانه‌ای برای توسعه‌ی آن ارائه دهیم.

۴) آموزش مشتریان

وقتی به عنوان مدیر پشتیبانی مشغول به کار می‌شویم، می‌توانیم به مشتریان نکاتی را در مورد محصول آموزش دهیم. انتقال صحیح مفاهیم و آموزش افراد یکی از مهارت‌های مهمی است که کار در بخش پشتیبانی به ما می‌آموزد.

۵) توسعه پروژه‌های جانبی

خوشبختانه به کمک ابزارهای مدرن و دیجیتالی که امروزه وجود دارد، کار دستی مدیران پشتیبانی تا حدود زیادی کمتر شده است. این موضوع به آن‌ها اجازه می‌دهد وقت مطلوبی برای توسعه‌ی استراتژی‌ها و نقشه‌های جدید داشته باشند. این روزها مدیران پشتیبانی با خیال راحت در جلسات مختلف شرکت می‌کنند و اگر درست از وقت‌های آزاد خود استفاده کنند، مطمئناً قادر به خلق ارزش برای برندشان خواهند بود.

۶) مهارت تصمیم‌گیری و حل هوشمندانه‌ی مشکلات

یکی دیگر از جذابیت‌های شغل مدیر پشتیبانی در این است که روی «حل مشکل» تمرکز دارد. در این مسئولیت، هیچ‌وقت مشخص نیست تصمیم‌گیری برای پاسخ به مسائل مشتری قرار است چقدر طول بکشد.

بعضی وقت‌ها به راه‌حلی سریع نیاز داریم، بعضی اوقات هم لازم است فرایندی چندمرحله‌ای طراحی شود. بنابراین ورود به هر مشکل مشتری و تفکر خلاقانه درباره‌ی

آن، می‌تواند سبب توسعه‌ی مهارت تصمیم‌گیری و حل هوشمندانه‌ی مشکلات شود. فراموش نکنیم توانایی حل مسئله سنگ بنای مدیریت پروژه است. اگر می‌خواهیم ترفیع کسب کنیم یا به عنوان مدیر یک تیم بزرگ‌تر وارد عمل شویم و از نفوذ و تخصص خود برای دستیابی به اهدافمان استفاده کنیم، این مهارت قطعاً موردنیاز است.

۷) تسلط بر کانال‌های ارتباطی مختلف

تیم‌های پشتیبانی مشتری برای ارتباط با افراد از کانال‌های مختلفی استفاده می‌کنند. ایمیل، تلفن، چت زنده، شبکه‌های اجتماعی، انجمن‌های آنلاین و... از مهم‌ترین کانال‌هایی هستند که با کارکردن به عنوان مدیر پشتیبانی بر آن‌ها مسلط خواهیم شد.

وقتی نحوه‌ی برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان در این پلتفرم‌ها را درک کنیم، راحت می‌توانیم بهترین راه‌حل‌های ممکن را بسته به پلتفرم ارتباطی پیشنهاد دهیم.

۸) یادگیری تفکر خارج از چارچوب

جذابیت شغل مدیر پشتیبانی در این است که وقتی با مشتریان صحبت می‌کنیم یا با هم‌تیمی‌های خود ارتباط داریم، با شخصیت‌ها و دیدگاه‌های منحصر به فردی مواجه هستیم. اینجا دائم چیزهای جدیدی درباره‌ی افراد یاد می‌گیریم.

اما شاید این سؤال به وجود بیاید که این موضوع چه مزیتی دارد؟

پاسخ این است که قرار گرفتن در معرض مجموعه‌ای از دیدگاه‌های مختلف، این نگرش را به ما می‌دهد که برای موفقیت در مشاغل مرتبط با مشتری، به هیچ وجه نباید متعصب باشیم. با داشتن دیدگاه چندجانبه، یاد می‌گیریم مسائل را از زاویه‌ای ببینیم که قبلاً به آن توجه نکرده بودیم. مهارتی که از آن به عنوان تفکر خارج از چارچوب یاد می‌کنند.

۹) یادگیری کار از راه دور

یکی از روندهای روبه‌رشد در حوزه‌ی پشتیبانی مشتری، کار از راه دور است. جالب است بدانید ۴۰ درصد از شرکت‌های آمریکایی در سال جاری پشتیبانی از راه دور را انتخاب کرده‌اند. فناوری‌های نوین خدمات مشتری به کارکنان بخش پشتیبانی اجازه می‌دهد از هر نقطه‌ای و در هر زمانی به حل مشکلات مشتری بپردازند و با او در ارتباط باشند.

۱۰) شبکه‌سازی در سازمان

افرادی که تجربه‌ی کار در بخش پشتیبانی را دارند، حتماً به موقعیتی بر خورده‌اند که پاسخ یک سؤال مشتری را ندانند؛ در این مواقع، باید سراغ بخش‌های دیگر سازمان برویم و پاسخ سؤال خود را از تیم فروش یا تیم توسعه‌ی محصول بگیریم. یکی از جاذبه‌های پشتیبانی مشتری در این است که می‌توانیم شبکه‌ای از همکاران با مهارت‌ها و تخصص‌های متفاوت بسازیم. در کنار این شبکه، مشکلات مشتریان

سریع و مؤثر حل خواهند شد. در ضمن، نباید فراموش کنیم که شبکه‌سازی در سازمان فرصت‌های جدیدی برای رشد و پیشرفت حرفه‌ای در اختیارمان قرار می‌دهد.

چالش‌های شغل مدیر پشتیبانی

در کنار جذابیت‌های شغل مدیر پشتیبانی که به آن‌ها اشاره کردیم، این شغل هم مثل هر شغل دیگری، سختی‌ها و مشکلاتی دارد که اگر از قبل با آن‌ها آشنا باشید و خودتان را آماده کنید، قطعاً عملکرد بهتری خواهید داشت. از آنجایی که معمولاً مشتری‌ها وقتی به مشکل می‌خورند با بخش پشتیبانی تماس می‌گیرند و اغلب هم عصبانی هستند، یکی از ویژگی‌های کارکنان و مدیر بخش پشتیبانی، داشتن صبر و حوصله‌ی کافی برای پاسخگویی به مشتریان ناراضی است.

علاوه بر این، یکی دیگر از چالش‌ها و سختی‌های شغل مدیر پشتیبانی، پاسخ‌دادن به سؤالات سخت و دشوار مشتری‌ها است که باید با مهارت و اطلاعات کافی به آن‌ها پاسخ دهید. حتی اگر جواب را نمی‌دانید، صداقت داشته باشید و از مشتری زمان بخواهید تا بیشتر تحقیق کنید و پاسخ درست و مناسب را بدهید.

یکی دیگر از سختی‌های شغل مدیر پشتیبانی این است که نیازها و خواسته‌های مشتریان هر روز در حال تغییر است و شما باید خودتان را با آن‌ها تطبیق دهید. یعنی مدیر پشتیبانی همواره باید در حال کسب اطلاعات و دانش جدید باشد.

حتی خیلی‌ها معتقدند مدیر پشتیبانی موفق فراتر از انتظار مشتریان می‌رود و به راهکارهایی اشاره می‌کند که واقعاً برای مشتری جذاب است و این یکی از مهمترین عوامل موفقیت هر کسب‌وکاری است.

اعدادی جالب درباره‌ی مدیر پشتیبانی در ایران و جهان



شاید در نگاه اول کمی تعجب برانگیز به نظر برسد اما آمارها نشان می‌دهند دیگر ارائه‌ی محصولی درجه‌یک نباید هدف اصلی کسب‌وکارها باشد! در چند سال اخیر نگرش مشتریان تغییرات زیادی داشته و حالا افراد فقط به شرکت‌هایی که تجربه‌ای عالی ارائه می‌دهند، وفادار می‌شوند.

ارائه‌ی محصولات یا خدمات شگفت‌انگیز بدون پشتیبانی مطلوب، فایده‌ای ندارد. به همین خاطر در این بخش از کتاب مدیریت پشتیبانی مشتریان تصمیم گرفتیم سری به آمار و اعداد پشتیبانی بزنیم تا با روندهای کلیدی در حوزه‌ی پشتیبانی مشتری بیشتر آشنا شویم و پس از استخراج نکات لازم، بتوانیم قدم‌های مثبتی در مسیر بهبود برداریم.

وضعیت کلی صنعت پشتیبانی مشتری

در ابتدای بررسی آمار و اعداد پشتیبانی مشتری به وضعیت کلی این صنعت می‌پردازیم و سعی می‌کنیم نگاه جامعی به تغییرات این شغل در چند سال اخیر داشته باشیم.

- در سال ۲۰۲۰ ارزش بازار مدیریت پشتیبانی مشتری ۷/۶ میلیارد دلار بوده است.

انتظار می‌رود این رقم بین سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۷ با نرخ رشد سالانه ۱۷/۷

درصد بیشتر شود. (Grand View Research)

- ۹۳ درصد از کارشناسان خدمات مشتری معتقدند مشتریان نسبت به سال‌های گذشته انتظارات بالاتری دارند. (Grand View Research)
- از جمله بزرگ‌ترین چالش‌هایی که کارکنان خدمات مشتری با آن روبه‌رو هستند، برخورد با مشتریان ناراحت (۴۹ درصد) و نداشتن زمان کافی در روز برای رسیدگی به مشتریان (۴۶ درصد) است. (Hubspot - ۲۰۲۰)
- متخصصان صنعت خدمات مشتری معتقدند ایجاد بهترین تجربه برای مشتری اولویت اصلی تیم آن‌هاست. (Hubspot - ۲۰۲۰)
- حدود ۴۵/۹ درصد از کارشناسان کسب‌وکار می‌گویند تجربه‌ی لذت‌بخش مشتری اولویت اصلی آن‌ها برای پنج سال آینده است. (SuperOffice - ۲۰۲۱)
- ۶۱ درصد از شرکت‌ها سطح شادی مشتریان خود را پیگیری می‌کنند. (Hubspot-۲۰۲۰)
- ۵۹ درصد از شرکت‌ها برای جمع‌آوری بازخورد مشتریان، از انواع نظرسنجی‌های مشتری استفاده می‌کنند. (Hubspot - ۲۰۲۰)
- حدود ۶۷ درصد از مشتریان معتقدند کارکنان صمیمی با رفتار دوستانه در ارائه‌ی پشتیبانی عالی بسیار مهم هستند. (Netomi - ۲۰۲۰)
- در بازار نرم‌افزار ارتباط با مشتری، نرم‌افزار مرکز تماس یا کال‌سنتر پیش‌تاز است. بازار جهانی این نرم‌افزارها انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۵ به ۴۷/۷۶ میلیارد دلار برسد. (Grand View Research - ۲۰۲۱)
- بزرگ‌ترین چالش‌هایی که کارکنان پشتیبانی مشتری با آن روبه‌رو هستند

عبارت‌اند از: برخورد با مشتریان ناراضی (۴۹ درصد)، عدم برخورداری از زمان کافی در روز (۴۹ درصد)، مشکلات سازمان‌دهی و پیگیری مشتریان (۲۳ درصد)، اولویت‌بندی سؤالات مشتری (۱۶ درصد)، گزارش به مدیران بالادستی (۱۶ درصد) و دیگر مشکلات (۲ درصد) (Hubspot - ۲۰۲۰)

هزینه‌های بخش پشتیبانی مشتری

ظهور اینترنت به مشتریان اجازه می‌دهد به راحتی نظرشان را در مورد تجربه‌ی خود به اشتراک بگذارند. حالا شرکت‌ها برای حفظ آبرویشان هم که شده، حساب ویژه‌ای روی بخش پشتیبانی مشتری باز کرده و بخش اعظم بودجه‌ی خود را روانه‌ی این بخش می‌کنند. در بخش دوم از بررسی آمار و اعداد پشتیبانی، قرار است به هزینه‌های این بخش بپردازیم.

- ۳۱ درصد از متخصصان پشتیبانی مشتری گزارش می‌دهند تیم‌های آن‌ها به عنوان مرکز هزینه‌ی شرکت در نظر گرفته می‌شود. به نظر می‌رسد اصطلاح مرکز هزینه یا Cost Center به معنی بخشی باشد که بیشترین هزینه‌ها به آن اختصاص می‌یابد. (Hubspot - ۲۰۲۰)

- ۳۵ درصد از تیم‌های پشتیبانی مشتری می‌گویند کاهش هزینه‌ها یکی از اولویت‌های اصلی آن‌هاست. (Hubspot - ۲۰۲۰)

- شرکت‌ها در مقایسه با سال گذشته ۸ میلیارد دلار بیشتر برای کارکنان پشتیبانی مشتری هزینه خواهند کرد. (Forrester - ۲۰۱۹)
- بیشتر از ۴۲ درصد از تیم‌های پشتیبانی مشتری هنوز هیچ‌گونه نرم‌افزاری برای خدمات مشتریان خود به کار نبرده‌اند. (Hubspot - ۲۰۲۰)
- ۱ درصد از مشتریان به دلیل دریافت خدمات ضعیف از یک شرکت، تجارت با آن برند را متوقف کردند. (Netomi - ۲۰۲۰)
- ۱۶ درصد از مشتریان به شخصی‌سازی پشتیبانی مشتری اهمیت می‌دهند. (Netomi - ۲۰۲۰)
- ۶۲ درصد از مشتریان می‌گویند تجربیات بد خود از برندها را با دیگران به اشتراک می‌گذارند. (Salesforce - ۲۰۱۹)
- ۴۴ درصد از مشتریان گزارش می‌دهند که انتظار طولانی برای پاسخ، دلیل اصلی ناامیدی آنهاست. (Netomi - ۲۰۲۰)
- مشتریان انتظار دارند در عرض چند دقیقه پاسخ خود را بگیرند. (Hubspot - ۲۰۲۰)

مزیت‌های بخش پشتیبانی مشتری

بیشتر کسب‌وکارهای امروزی بعد از مشاهده‌ی اعداد پشتیبانی به این فکر افتاده‌اند که در سراسر سازمان خود رویکردی مبتنی بر پشتیبانی داشته باشند. حال به آمارهای مرتبط با مزیت‌های سرمایه‌گذاری در بخش پشتیبانی مشتری خواهیم پرداخت.

- ۸۴ درصد از مشتریان می‌گویند پشتیبانی مشتری عامل مهمی در تصمیم خرید آنهاست. (Zendesk - ۲۰۱۹)
- شرکت‌هایی که از راه‌حل‌های پشتیبانی مشتری چندکاناله استفاده می‌کنند، ۱۷ درصد عملکرد سریع‌تری در حل مشکلات مشتری دارند. (Zendesk - ۲۰۱۹)
- ۷۷ درصد از مشتریان آمریکایی گزارش داده‌اند پشتیبانی درست مشتریان منجر به وفاداری بیشتر آنها نسبت به برند می‌شود. (Netomi - ۲۰۲۰)
- شرکت‌هایی که تجربه‌ی پشتیبانی مثبتی ارائه می‌دهند، احتمال بیشتری دارد که امتیاز پروموتور یا NPS بالایی دریافت کنند. (Netomi - ۲۰۲۰)
- سرمایه‌گذاری در بخش پشتیبانی مشتری منجر به افزایش سود کلی شرکت می‌شود. جالب است که حتی افزایش ۵ درصدی حفظ مشتری، به افزایش ۲۵ درصدی درآمد منجر می‌شود. (Hubspot - ۲۰۲۱)
- ۴۲ درصد شرکت‌ها برای بهبود فروش، ۳۳ درصد برای حفظ مشتری و ۳۲ درصد برای بهبود رضایت مشتری روی بخش پشتیبانی سرمایه‌گذاری می‌کنند. (SuperOffice - ۲۰۲۱)
- ۳۹ درصد از مشتریان در سراسر جهان معتقدند برخورد عالی از سوی برندها، نقشی مهم و اساسی در اعتمادشان به آن برند دارد. (Marketing Charts - ۲۰۱۹)
- ۳۶ درصد مشتریان به برندی اعتماد می‌کنند که به‌سرعت به مشکلاتشان رسیدگی کند. (Marketing Charts - ۲۰۱۹)

- ۸۰ درصد از مشتریان معتقدند پشتیبانی‌ای که یک شرکت ارائه می‌دهد به

اندازه‌ی کیفیت محصولات آن شرکت مهم است. (Salesforce _ ۲۰۱۹)

- ۷۹ درصد از سازمان‌هایی که روی بهبود مشارکت کارکنان تمرکز دارند، نسبت به

شرکت‌هایی که این کار را نمی‌کنند، خدمات بهتری به مشتریان ارائه می‌دهند.

(Hubspot _ ۲۰۱۹)

تأثیر تجاری انتظارات مشتری

کسب‌وکارهایی که آماده هستند فرایندهای خود را با انتظارات مشتری هماهنگ کنند و مطابق با آن عمل کنند، سود زیادی دریافت می‌کنند. بزرگ‌ترین سودی که نصیب این شرکت‌ها می‌شود، مشتریانی هستند که برای مدت طولانی به برند خود وفادار می‌مانند.

آمار و اعداد مدیر پشتیبانی گویای این است که برآورده کردن انتظارات مشتری، وظیفه‌ی اساسی این مدیران است. چرا؟ چون با توجه به روندها و آمارهایی که در ادامه بررسی می‌کنیم، متوجه می‌شویم تأثیرات شگرفت رفع انتظارات مشتری غیر قابل انکار است.

- ۴۶ درصد از مشتریان از تیم پشتیبانی مشتری انتظارات بالایی دارند. (Zendesk_۲۰۱۹)
- ۷۰ درصد از مشتریان انتظار دارند اعضای تیم پشتیبانی با هم همکاری کنند تا آن‌ها نیازی به تکرار مشکلات خود نداشته باشند. (Zendesk _ ۲۰۱۹)
- ۲۷ درصد از مصرف‌کنندگان برای جلوگیری از رخ دادن مشکلات در استفاده از محصولات، از شرکت‌ها انتظار خدمات پیشگیرانه دارند. (Netomi _ ۲۰۲۰)
- حدود ۸۴ درصد از مشتریان آماده‌ی پرداخت هزینه‌ی اضافی برای دریافت پشتیبانی عالی هستند. (Gladly _ ۲۰۲۰)
- مشتریان امروزی از شرکت‌ها انتظار دارند با آن‌ها به عنوان یک شخص منحصر به فرد رفتار کنند، نه صرفاً یک مشتری عادی! (Hubspot _ ۲۰۲۰)
- ۷۲ درصد از مشتریان انتظار دارند برندها علایق و نیازهای آن‌ها را درک کنند. (Hubspot _ ۲۰۲۰)
- ۳۱ درصد از مشتریان چندین بار به دلیل دریافت پشتیبانی بد، تجارت خود را با شرکت‌ها را متوقف کرده‌اند. (Netomi _ ۲۰۲۰)
- ۸۶ درصد از مدیران شرکت‌های B۲B معتقدند تجربه‌ی مشتری موضوعی حائز اهمیت است. (Accenture _ ۲۰۲۰)
- ۷۸ درصد از مصرف‌کنندگان انتظار دارند که بخش‌های مختلف یک شرکت با یکدیگر تعامل داشته باشند تا بتوانند پشتیبانی مداوم ارائه دهند. (Salesforce_۲۰۲۰)

- با این حال، ۵۹ درصد از مشتریان گزارش می‌دهند که انگار به جای یک سازمان منسجم، با بخش‌هایی جداگانه و پخش‌وپلا در تعامل هستند! (Salesforce_۲۰۲۰)
- تقریباً نیمی از مشتریان (۴۷ درصد) از شرکت‌ها انتظار پشتیبانی سریع و راحت دارند. (Netomi _ ۲۰۲۰)

تأثیر هوش مصنوعی، چت‌بات‌ها و دیگر تکنولوژی‌ها در پشتیبانی مشتری

هوش مصنوعی یکی از داغ‌ترین موضوعاتی است که در سال اخیر سر زبان‌ها افتاده و به‌نظر می‌رسد حال‌احال‌ها در صدر اخبار تکنولوژی بماند. البته هوش مصنوعی و فرایندهای اتوماسیون ارتباط با مشتری تا همین حالا هم کمک زیادی به کسب‌وکارها کرده‌اند. در ادامه به آمار و اعداد پشتیبانی مشتری در رابطه با چت‌بات‌ها و تکنولوژی‌های مدرن می‌پردازیم.

- ۲۳ درصد از مشتریان ترجیح می‌دهند سؤال خود را از طریق چت یا پیام مستقیم بپرسند و بلافاصله پاسخ دریافت کنند. (Netomi _ ۲۰۲۰)
- ۲۸ درصد از تیم‌های پشتیبانی مشتری از پلتفرم‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. (Zendesk _ ۲۰۱۹)

- ۳۴ درصد از متخصصان فناوری اطلاعات معتقدند هوش مصنوعی برای اجرای فرایندهای تجاری بسیار مهم و کارآمد است. (Forbes - ۲۰۱۹)
- ۴۱ درصد از کارشناسان فناوری اطلاعات انتظار دارند هوش مصنوعی در سه سال آینده به بخش مهمی از سازمان‌های تجاری تبدیل شود. (Forbes - ۲۰۱۹)
- بیشتر از ۵۰ درصد از متخصصان فناوری اطلاعات بر این باورند که هوش مصنوعی می‌تواند تجربه‌ی کلی مشتری را بهبود بخشد. (Forbes - ۲۰۱۹)
- ۶۰ درصد از مردم در سال ۲۰۲۰ با یک چت‌بات تعامل داشته‌اند. (Netomi - ۲۰۲۰)
- ۸۶ درصد از مشتریان همچنان ترجیح می‌دهند با اپراتورهای انسانی تعامل داشته باشند. (Forbes - ۲۰۱۹)
- ۷۱ درصد از مشتریان به تعامل با برندهایی که کارکنان پشتیبانی انسانی ندارند تمایلی ندارند. (Forbes - ۲۰۱۹)
- ۳۰ درصد از مشتریان برای حل مشکلات خود آماده‌ی تعامل با دستیاران مجازی و چت‌بات‌ها هستند. (Forbes - ۲۰۱۹)
- ۳۱ درصد از مشتریان معتقدند چت‌بات‌ها و دستیاران مجازی حل مشکلاتشان را آسان‌تر می‌کنند. (CGS - ۲۰۱۹)
- ۵۰ درصد از مشتریان معتقدند تکنولوژی‌های مدرن حل مشکلات را دشوارتر می‌کنند. (CGS - ۲۰۱۹)

- ۵۷ درصد از کاربران معتقدند هوش مصنوعی برای حل مسائل ساده مفید است.
(Zendesk _ ۲۰۱۹)
- ۳۸ درصد از کاربران سهم هوش مصنوعی در ارائه‌ی پشتیبانی شخصی را غیر قابل انکار می‌دانند. (Zendesk _ ۲۰۱۹)
- ۷۷ درصد از شرکت‌ها تاکنون از نوعی چت‌بات برای پشتیبانی مشتری استفاده کرده‌اند. (Netomi _ ۲۰۲۰)
- ۶۰ درصد از شرکت‌ها در حال برنامه‌ریزی برای پیاده‌سازی ربات‌های مکالمه برای پشتیبانی پس از فروش و خدمات مشتری هستند. (Netomi _ ۲۰۱۹)

شبکه‌های اجتماعی و پشتیبانی مشتری

این روزها دیگر اینستاگرام، توییتر و دیگر پلتفرم‌های اجتماعی فقط محل تجمع دوستان و تشکیل انجمن‌های دوستانه نیستند؛ بلکه به میدان جنگ کسب‌وکارها تبدیل شده‌اند!

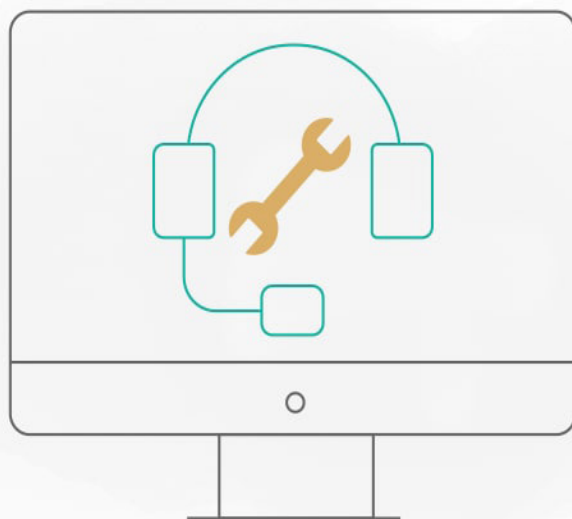
برندها سعی می‌کنند با تولید محتوای هدفمند و برقراری ارتباط هوشمندانه با جامعه‌ی هدف خود، از رقبای خود سبقت بگیرند و به دنبال مشتریان و سرنخ‌های باکیفیت‌تر باشند. طبیعتاً در چنین شرایطی، نمی‌توان نقش شبکه‌های اجتماعی را در حوزه پشتیبانی مشتری نادیده گرفت.

- ۴۸ درصد از مشتریان قبل از خرید محصول، از شبکه‌های اجتماعی به عنوان منبع اطلاعاتی استفاده می‌کنند. (P. Carey _ ۲۰۲۰)
- تنها ۹ درصد از کاربران ترجیح می‌دهند در مواقعی که نیاز به پشتیبانی دارند از شبکه‌های اجتماعی استفاده کنند. (Zendesk _ ۲۰۱۹)
- تقریباً ۳۷ درصد از مشتریان برای رفع نگرانی‌های خود در زمینه پشتیبانی مشتری از طریق شبکه‌های اجتماعی با برند موردنظر در تماس هستند.
(Sprout Social _ ۲۰۲۰)
- ۳ درصد از مشتریان کمتر از ۲۵ سال می‌گویند شبکه‌های اجتماعی کانال پشتیبانی انتخابی آن‌هاست. (Consumer Reports _ ۲۰۱۹)
- ۵۵ درصد از مشتریان انتظار دارند بعد از اینکه در شبکه اجتماعی شکایاتشان را مطرح کردند، پاسخ مناسب را دریافت کنند. (P. Carey _ ۲۰۲۰)
- ۲۹ درصد از تیم‌های پشتیبانی از شبکه‌های اجتماعی به عنوان کانال ارتباطی استفاده می‌کنند. (Zendesk _ ۲۰۱۹)
- یک کاربر شبکه‌های اجتماعی به طور متوسط ۱۶ بار در سال در مورد تجربیات خود از برندها پست می‌گذارد. (P. Carey _ ۲۰۲۰)
- ۱۴ درصد از مشتریان شکایات خود را از خدمات یا محصولات برندها در شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌کنند. (P. Carey _ ۲۰۲۰)

آمار و اعداد پشتیبانی که در این فصل بررسی کردیم، تصویر واضح و دقیقی از اهمیت این بخش از سازمان را به ما نشان می‌دهند. مطمئناً بدون توجه به ساختار و کارکرد بخش پشتیبانی مشتری، نمی‌توان تجربه‌ی لذت‌بخش برای مشتریان رقم زد.

خوشبختانه نرم‌افزارهای زیادی عرضه شده‌اند که به ما کمک می‌کنند با تصمیم‌گیری مبتنی بر داده و پاسخ لحظه‌ای به مشتریان، نیازهای آنان را برآورده کنیم. برای مثال نرم‌افزار CRM یکی از ابزارهای مهمی است که بدون شک می‌تواند پایه و اساس بسیاری از عملیات پشتیبانی باشد. برندهای داخلی و خارجی زیادی پس از به‌کارگیری این نرم‌افزار شاهد بهبود رضایت مشتریان و افزایش درآمد خود بوده‌اند.

ابزارهایی که مدیران پشتیبانی نیاز دارند



شاید تا همین ۱۰ سال قبل، وجود یک سیستم متمرکز برای پشتیبانی مشتری مثل رؤیا بود. خیلی از مدیران پشتیبانی علاقه‌مند بودند برای کارشناسان شرکتشان سیستمی فراهم کنند تا آن‌ها بتوانند به انبوه سؤالات مشتری پاسخ دهند. یا درخواست‌هایشان را پیگیری، اولویت‌بندی و مدیریت کنند. خوشبختانه این رؤیا امروزه به واقعیت بدل شده است. حالا به کمک نرم‌افزارهای پشتیبانی مشتری، خلق تجربه‌ای عالی برای مشتریان خیلی آسان‌تر شده. امروزه این نرم‌افزارها به اصلی‌ترین ابزار مدیر پشتیبانی تبدیل شده‌اند و بهترین عملکرد ممکن را در برقراری ارتباطات شخصی‌سازی‌شده با مشتریان به‌نمایش گذاشته‌اند. ابزارهایی که مستقیماً روی مهارت‌های مدیر پشتیبانی در اداره‌ی واحدش تأثیر دارند!

نرم‌افزار مدیریت پشتیبانی دقیقاً چه کاری می‌کند؟

در ابتدایی‌ترین سطح، نرم‌افزار پشتیبانی مشتری به کسب‌وکارها کمک می‌کند با یکپارچه‌کردن مکالماتشان، ارتباطی سازنده با مشتری داشته باشند. اما این یکپارچه‌شدن چطور اتفاق می‌افتد؟ وقتی تمام اطلاعات مشتریان در یک مکان واحد جمع‌آوری شده باشد، تیم پشتیبانی می‌تواند بهترین و شخصی‌سازی‌شده‌ترین خدمات ممکن را ارائه دهد.

وقتی از ابزار مدیر پشتیبانی استفاده می‌کنیم، پاسخ‌های سریع‌تر، قابل اعتمادتر و دقیق‌تری به سؤالات مشتری می‌دهیم. کسب‌وکارهایی که به این سطح از پشتیبانی می‌رسند، قطعاً در حوزه‌ی خدمات و پشتیبانی مشتری زبان‌زد خواهند شد.

چه زمانی به ابزار مدیریت مشتری نیاز داریم؟

وقتی مدیر پشتیبانی تصمیم می‌گیرد از ابزارهای به‌روز و مدرن استفاده کند، انگار یک جفت دست دیگر قرض گرفته است! ابزارهای مدیر پشتیبانی برای مدیریت حجم کاری بالا بهترین گزینه‌ی ممکن هستند. استفاده از این ابزارها درست مثل این است که کارمندان بیشتری را استخدام کرده‌ایم و در همان ساعات کاری سابق، زمان بیشتری در اختیار داریم.

در ضمن، اگر می‌خواهید اشتباهات پرهزینه‌ای در این زمینه مرتکب نشوید، استفاده از نرم‌افزار مدیریت پشتیبانی از نان شب واجب‌تر است.

انواع نرم‌افزارهای پشتیبانی مشتری

بیشتر شرکت‌ها از هر کانال پشتیبانی مشتری به شکل متفاوتی استفاده می‌کنند. در ادامه انواع ابزار مدیر پشتیبانی که حتماً باید در مورد آن‌ها بدانیم را معرفی می‌کنیم.

(۱) چت زنده

به کمک نرم‌افزار چت زنده یا همان Live chat می‌توانیم مسائل مشتریان را بی‌درنگ و در همان لحظه پیگیری کنیم.

خیلی از شرکت‌های تجارت الکترونیک، ابزار چت زنده را در صفحه‌ی پرداخت خود

قرار داده‌اند تا قبل از اینکه مشتری سبد خرید خود را رها کند، به سؤالات متداولش پاسخ دهند. داشتن پشتیبانی شبانه‌روزی بدون چت زنده تقریباً غیرممکن است.

۲) پشتیبانی تلفنی

تلفن یکی از ابزارهای مدیر پشتیبانی است که قدمتش به چند قرن قبل بازمی‌گردد. از همان موقع تا حالا، مکالمه‌ی تلفنی همچنان راهی مؤثر برای حل مشکل مشتریان است. به لطف توجهات انسانی که در مکالمات تلفنی نقش به‌سزایی ایفا می‌کنند، مکالمه تلفنی گاهی اوقات از چت زنده و ایمیل خیلی مؤثرتر است.

نرم‌افزار مرکز تماس یا کال سنتر با ویژگی‌هایی مثل ضبط تماس، مسیریابی داخلی هوشمند، دسترسی به تاریخچه‌ی کامل مشتریان و... کارشناسان پشتیبانی مشتری را به کارمندان استراتژیک‌تری تبدیل می‌کند.

۳) پست الکترونیک یا ایمیل

ایمیل به یکی از مهم‌ترین ابزارهای پشتیبانی مشتری تبدیل شده است. این ابزار بیشتر برای حل مسائل بلندمدت‌تر استفاده می‌شود و برای فروش B2B کاربرد بیشتری دارد. برای مثال MailChimp به کسب‌وکارها امکان می‌دهد خبرنامه‌های ایمیلی، فرم‌های ثبت‌نام و دعوت‌نامه برای هر رویداد را ایجاد، ارسال و پیگیری کنند.

۴) پایگاه دانش (Knowledge Base)

پایگاه دانش، انجمن مشتریان یا پورتال مشتری، همگی می‌توانند تیم‌های پشتیبانی را برای ارائه‌ی خدمات بهتر توانمند کنند. آمارها نشان می‌دهند که ۸۱ درصد مشتریان ترجیح می‌دهند مشکلاتشان را به تنهایی حل کنند. این فقط در صورتی امکان‌پذیر است که تیم‌های پشتیبانی ابزارهایی را برای نگهداری و ارائه‌ی دانش در نظر گرفته باشند.

۵) اپلیکیشن‌های پیام‌رسانی

محبوبیت کانال‌های پیام‌رسانی مثل تلگرام، واتس‌آپ و مسنجرهای داخلی، به تیم‌های پشتیبانی کمک می‌کند به راحتی با مشتریان ارتباط داشته باشند. هنگامی که هر کدام از این ابزارها را با نرم‌افزار CRM ادغام کنید، راحت می‌توانید درخواست‌های مشتریان را با بخش‌های دیگر درمیان گذاشته و مدیریت کنید.

۶) چت ویدئویی

همه‌ی ما با کاربرد نرم‌افزارهایی مثل Zoom و Google Meet آشنا هستیم. این نرم‌افزارهای مدیریت پشتیبانی می‌توانند برای برقراری چت تصویری با مشتریان مناسب باشند. ویژگی‌هایی مانند اشتراک‌گذاری صفحه‌نمایش و مرور مشترک محصول، خصوصاً در شرکت‌های نرم‌افزاری واقعاً راه‌گشا هستند و به مشتریان کمک می‌کنند مشکلشان را دقیق و واضح بیان کنند.

۷) پیامک

اگرچه این گزینه برای همه‌ی شرکت‌ها ایده‌آل نیست، اما پیامک هم می‌تواند به عنوان یک ابزار مدیر پشتیبانی مفید و مؤثر واقع شود. این ابزار برای مشکلات کوچک واقعاً به‌دردبخور است و می‌تواند پشتیبانی سریع و کارآمدی ارائه دهد.

مزیت‌های ابزار مدیر پشتیبانی مشتری

ابزارهای مدیریت پشتیبانی برای شرکت‌هایی در هر اندازه و صنعتی مفید هستند. از شرکت‌های چندملیتی که میلیون‌ها کسب‌وکار دیگر را پشتیبانی می‌کنند گرفته تا کسب‌وکارهای کوچکی که به‌تازگی شروع به کار کرده‌اند. در ادامه بعضی مزایای کلیدی ابزارهای پشتیبانی مشتری را بررسی می‌کنیم.

۱) خلق رضایت و وفاداری مشتری

وقتی کارشناسان بخش پشتیبانی اطلاعات و ابزارهای موردنیاز را برای پاسخ سریع و شخصی به مشتریان، در اختیار داشته باشند، مطمئناً خدمات بهتری ارائه خواهند داد. با خدمات بهتر، مشتریان تمایلی به رقبا نخواهند داشت و به احتمال زیاد به خریدارانی وفادار تبدیل خواهند شد.

۲) صرفه‌جویی در زمان و بودجه

نرم‌افزار مدیر پشتیبانی می‌تواند به پایگاه دانش متصل شده و بهترین راه‌حل‌های ممکن را در عرض چندثانیه در اختیار کارشناسان قرار دهد. مطمئناً در چنین شرایطی نیاز به هزینه‌های هنگفت برای ارتباطات کلاسیک با مشتری نخواهد بود.

۳) یکپارچه‌سازی تجربه‌ی مشتری

کارشناسان شرکت به کمک ابزارهای پشتیبانی می‌توانند در هر زمان و مکانی به اطلاعات مشتریان دسترسی داشته باشند و از آن استفاده کنند. تجربه ثابت کرده این ابزارها در بهبود همکاری داخلی میان بخش‌های مختلف شرکت نیز عالی عمل می‌کنند.

۴) تمرکز روی نیازهای مشتری

بدون استفاده از نرم‌افزار مدیریت پشتیبانی، امکان خلق سطوح بالای رضایت مشتری ممکن نیست. خیلی از شرکت‌هایی که شروع به استفاده از چنین ابزارهایی کرده‌اند، شاهد رشد چشمگیری در میزان فروش و درآمدشان بوده‌اند. ابزارهایی که بالاتر بررسی کردیم، به کسب‌وکارها کمک می‌کنند صرفاً بر اساس نیازهای مشتریان رشد و توسعه یابند.

۵) بهترین گزینه برای تیم‌های کوچک و استارت‌آپ‌ها

تیم‌هایی که به تازگی شروع به کار کرده‌اند و هنوز قدرت چندانی برای استخدام کارکنان پرتعداد ندارند، حتماً باید به فکر ابزارهای پشتیبانی مشتری باشند. با وجود کانال‌های خدماتی متنوع و تقاضای فزاینده‌ی مشتریان، تهیه‌ی این ابزارها برای شخصی‌سازی ارتباطات، پاسخگویی و حل سریع‌تر مشکلات مشتری ضروری است.

چند توصیه برای استفاده از ابزارهای مدیر پشتیبانی

اگرچه ابزار مدیر پشتیبانی مشتری نوید قابلیت‌های هیجان‌انگیزی را می‌دهد، اما اگر در استفاده از آن‌ها تجربه‌ی کافی را نداشته باشید، ممکن است به اشتباه بیفتید. در ادامه به چهار توصیه‌ی مهم در به‌کارگیری این ابزارها اشاره می‌کنیم.

۱) تجربه‌ای چندکاناله ارائه دهید.

شرکت‌هایی که تجربه‌ی پشتیبانی چندکاناله ارائه می‌دهند، به راحتی می‌توانند از رقبایشان پیشی بگیرند. منظور از تجربه‌ی چندکاناله، ارائه‌ی پشتیبانی در تمام کانال‌هایی است که مشتریان از آن‌ها استفاده می‌کنند. ایمیل، چت، تلفن، پیامک و شبکه‌های اجتماعی از مهم‌ترین کانال‌هایی هستند که باید در آن‌ها حضور داشته باشیم. این استراتژی، نوعی اعتماد و راحتی خاص در ذهن مشتریان به وجود می‌آورد. چراکه آن‌ها می‌توانند به همان روشی که قبلاً با دوستان و خانواده‌ی خود صحبت می‌کردند، با برند موردها رابطه‌ی خود نیز ارتباط بگیرند.

۲) شخصی‌سازی ارتباطات اصلاً دشوار نیست!

خیلی از مدیران پشتیبانی فکر می‌کنند برقراری ارتباطات شخصی‌سازی شده کار سختی است. در دنیای دیجیتالی امروز، اطلاعات مشتری راحت قابل پیگیری و ذخیره است. تمام اطلاعاتی که برای شخصی‌سازی ارتباطات نیاز داریم، احتمالاً همین حالا در دسترس باشند.

شرکت‌هایی که بیشترین داده‌های ممکن را برای تعاملات خود به کار می‌گیرند، ۳۶ درصد پاسخ سریع‌تر و ۷۹ درصد مدت‌زمان پاسخ کمتری ارائه می‌دهند. همچنین چهار برابر بیشتر از باقی شرکت‌ها به درخواست‌های مشتریان رسیدگی می‌کنند.

۳) روی ارتباطات داخلی هم سرمایه‌گذاری کنید.

شرکت‌هایی که بدترین پشتیبانی ممکن را ارائه می‌دهند، ارتباطات داخلی فاجعه‌ای دارند. قبل از اینکه کارشناسان پشتیبانی را به خط مقدم ارتباط با مشتری بفرستیم، باید فکری به حال ارتباطات داخلی خود کنیم. معمولاً تیم‌های پشتیبانی که به راحتی با سایر بخش‌های شرکت ارتباط می‌گیرند، تیم‌های پاسخگوتر، مسئولیت‌پذیرتر و آرام‌تری هستند.

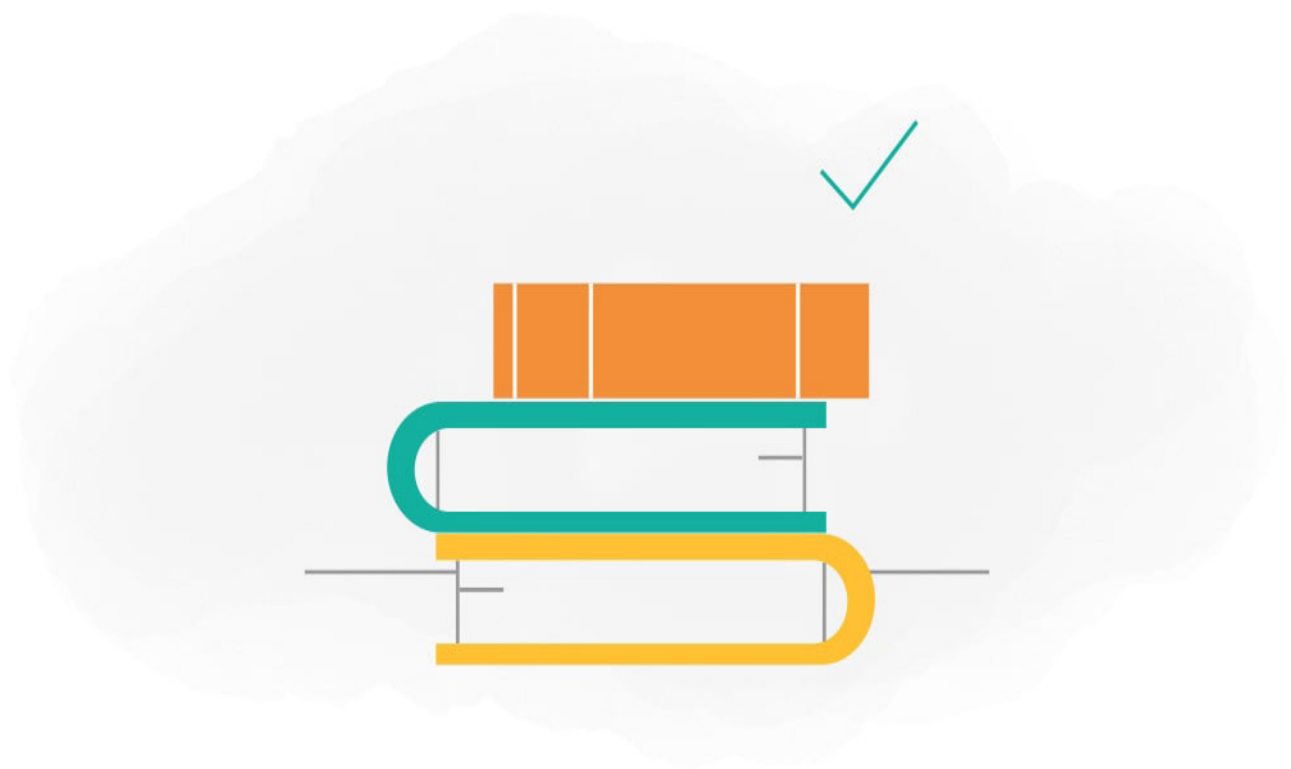
۴) نیم‌نگاهی به تکامل ابزارها داشته باشید.

هر نرم‌افزار مدیریت پشتیبانی در طول زمان تکامل پیدا می‌کند. البته این موضوع اصلاً نگران‌کننده نیست، بلکه کاملاً ضروری هم هست. به هر حال ما به ابزارهایی نیاز داریم که با تغییرات جهان تجارت سازگار شوند و تجربیات به‌روز و مدرنی به مشتریان ارائه دهند. بنابراین همواره باید مراقب آپدیت‌ها و تغییرات فرایند پشتیبانی مشتری باشیم.

فرایند پشتیبانی مشتری خیلی ساده است. مشتری مشکلی پیدا می‌کند، با شرکت تماس می‌گیرد و به کارشناس یا منبعی علمی هدایت می‌شود. در بهترین حالت، مشکلش حل می‌شود و با رضایت کامل می‌رود سراغ زندگی‌اش.

این ماجرا شاید برای پنجاه سال پیش جواب می‌داد، اما امروزه آن‌قدر تعداد مشتریان و انتظارات آن‌ها بالا رفته که بدون استفاده از ابزار مدیریت پشتیبانی نمی‌توانیم بهترین تجربه‌ی ممکن را برایشان خلق کنیم. در چنین شرایطی بهتر است با استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت پشتیبانی، در کمترین زمان ممکن، بهترین پاسخ را به مشتریان بدهیم و با پیگیری مناسب، مطمئن شویم آن‌ها به اهداف خود رسیده‌اند.

بهترین کتاب‌های حوزه مدیریت پشتیبانی



پنج سال دیگر دقیقاً همینی خواهیم بود که امروز هستیم. «چارلی جونز» نویسنده و سخنران بزرگ قرن بیستم بعد از نوشتن این جمله، دو تبصره برایش می‌آورد. او می‌گوید دو چیز به ما کمک می‌کند از فاجعه‌ی درج‌ازدن جلوگیری کنیم: «کتاب‌هایی که می‌خوانیم و افرادی که ملاقات می‌کنیم.»

اگر در بخش پشتیبانی مشتریان در حال فعالیت هستیم، به کمک هر کتاب مدیریت پشتیبانی راهی جدید برای خدمات عالی به مشتریان پیدا می‌کنیم. اگرچه شرکت در دوره‌های آموزشی مدیریت یا گذراندن کلاس‌های فن بیان و مهارت ارتباطی قطعاً مفید است، اما همه‌ی مردم وقت و هزینه‌ی لازم برای شرکت در این دوره‌ها را ندارند. بنابراین آسان‌ترین و سریع‌ترین روش ممکن برای پیشرفت در مدیریت پشتیبانی مشتری، مطالعه کتاب است. اما این سؤال وجود دارد که چه کتابی بخوانیم؟ از بین گزینه‌های فراوان کتاب مدیریت پشتیبانی کدام را باید انتخاب کنیم؟ اینجا قرار است به این سؤالات پاسخ دهیم و برترین کتاب‌های مدیریت پشتیبانی که تا کنون منتشر شده را معرفی کنیم.

کتاب‌هایی برای بهبود خدمات مشتریان

۱) رضایت مشتری بی‌ارزش است؛ اما روی وفاداری مشتری نمی‌توان قیمت گذاشت!

(Customer Satisfaction Is Worthless, Customer Loyalty Is Priceless)

«جفری گیتومر» از همان اسم کتاب رفته سر اصل مطلب و به مخاطبانش گفته که در کتابش قرار است درباره‌ی قدرت وفاداری مشتری صحبت کند. گیتومر در کتاب سراسر است و واضحی که نوشته، بدون اینکه توضیحات اضافه و تکراری بدهد، به کارشناسان پشتیبانی و مدیران این بخش گوشزد می‌کند که همیشه باید فراتر از رضایت صرف پیش بروند و وفاداری مشتری را هدف اصلی خود قرار دهند. او در این کتاب یک تست خودارزیابی خدمات مشتری معرفی کرده که سنجش صادقانه‌ای از نقاط قوت و ضعف تیم پشتیبانی مشتری ارائه می‌دهد.

۲) بهترین خدمت این است که خدمتی ارائه ندهید!

(The Best Service Is No Service)

«بیل پرایس» معاون سابق خدمات مشتری آمازون، در کنار «دیوید جاف» مشاور حوزه‌ی کسب‌وکار، کتابی ارزشمند درباره‌ی تماس‌های بد نوشته‌اند.

آن‌ها چارچوب جالب و کارآمدی برای کاهش تماس‌های مخرب با مشتریان ارائه می‌دهند. همچنین ابزارهایی به ما معرفی می‌کنند تا به کمک آن‌ها بتوانیم

اثربخشی تماس‌هایمان را در بخش پشتیبانی بیشتر و بیشتر کنیم.

۳) خدمات استثنایی، سود استثنایی (Exceptional Service, Exceptional Profit)

خیلی از متخصصین حوزه‌ی کسب‌وکار به افرادی که به دنبال کتاب مدیریت پشتیبانی هستند، این کتاب را معرفی می‌کنند. این اثر ارزشمند که توسط «لئوناردو اینگیلری» و «میکا سولومون» نوشته شده، در عین سادگی و خوانا بودن، تحلیل دقیقی در مورد خلق تجربیات عالی برای مشتری ارائه می‌دهد.

۴) تجربه استارباکس (The Starbucks Experience)

«جوزف میشل» نویسنده‌ی این کتاب دو سال وقت صرف کرده تا بفهمد استارباکس چطور توانست محصولی ساده مانند قهوه را به معجزه‌ی کسب‌وکارش تبدیل کند. برای افرادی که می‌خواهند بدانند استارباکس چگونه رشد کرده و تا به امروز قادر بوده مشتریان را خوشحال نگه دارد، این کتاب یکی از بهترین پیشنهادهاست.

۵) وفاداری مشتری: چطور آن را به دست آوریم و چطور حفظش کنیم؟ (Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It)

«جیل گریفین» در کتاب کاربردی‌اش روی عواملی تمرکز می‌کند که تأثیر زیادی بر

وفاداری مشتری می‌گذارند. پیام اصلی گریفین این است که هیچ راه‌حل جادویی برای خلق وفاداری وجود ندارد که یک‌شبه مشکلات کسب‌وکارمان را حل کند.

گریفین بر اساس اصول اولیه‌ی پشتیبانی مشتری تاکتیک‌هایی را معرفی می‌کند که به شکل شگفت‌انگیزی مؤثر هستند و می‌توانند عملکرد تیم پشتیبانی را طی زمان بهتر و بهتر کنند.

(۶) یک تجربه بی‌زحمت (The Effortless Experience)

«متیو دیکسون» و همکارانش از داده‌های جمع‌آوری شده از صدها شرکت و بیش از ۱۰۰۰۰۰ مشتری استفاده کردند تا بعضی افسانه‌های سمی رایج را در حوزه‌ی پشتیبانی مشتری، از بین ببرند!

(۷) مهمان ما باش (Be Our Guest)

این کتاب که توسط مؤسسه‌ی «دیزنی» منتشر شده، با این وعده شروع می‌شود که قرار است ما را به پشت‌صحنه‌ی این کمپانی بزرگ ببرد تا بهترین فرایندها و فلسفه‌های دیزنی را در عمل مشاهده کنیم.

این کتاب مدیریت پشتیبانی به ما گوشزد می‌کند تجربه‌ی مشتری چیزی بیشتر از نحوه‌ی پاسخگویی تیم ما به تلفن‌هاست. مهمان ما باش به این می‌پردازد که

هر تعاملی که مشتری با برندمان دارد را چگونه باید مدیریت کنیم.

۸ اثر وفاداری (The Loyalty Effect)

کتاب ارزشمند «فردریک رایشلد» و همکارانش، ما را با نظرسنجی NPS که به طور متداول برای سنجش وفاداری مشتری استفاده می‌شود بیشتر آشنا می‌کند.

۹ خدمات استراتژیک مشتری (Strategic Customer Service)

«جان گودمن» در این کتاب به بررسی شیوه‌ی رسیدگی به شکایات مشتریان می‌پردازد. بخش عمده‌ای از کتاب به معرفی رویکردی عملی برای استراتژی تجربه‌ی مشتری اختصاص دارد. همچنین مطالبی را مطرح می‌کند درباره‌ی اینکه چطور با استفاده از بازخوردها و شکایات مشتریان، فرصت‌های خدمات پیشگیرانه را بشناسیم.

کتاب‌هایی برای بهبود ارتباطات

(۱۰) درباره‌ی خوب نوشتن (*On Writing Well*)

کتاب کلاسیک «ویلیام زینسر» مجموعه‌ای شگفت‌انگیز از مقالاتی است که اصول نوشتن و روش‌های بهبود نگارش را معرفی می‌کنند. این کتاب مدیریت پشتیبانی در مورد انواع نوشتار توصیه‌های شگفت‌انگیزی ارائه می‌دهد.

(۱۱) چگونه کوتاه بنویسیم؟ (*How to Write Short*)

ما در عصر شبکه‌های اجتماعی به سر می‌بریم. تحمل انسان هیچ‌وقت مثل امروز کم نبوده. در چنین شرایطی، توانایی مختصرنوشتن از اهمیت بیشتری برخوردار است. «روی پیتز کلارک» در این کتاب به ما می‌آموزد چطور با کلماتی کمتر، منظور بیشتری برسانیم.

(۱۲) پرنده به پرنده (*Bird by Bird*)

خیلی وقت‌ها پیش می‌آید که چیزی بنویسیم و بعد، در قدرت تأثیرگذاری متنمان شک کنیم. «آن لاموت» کتاب شوخ‌طبعانه و جالبی نوشته که در آن به ما می‌آموزد

چطور درباره‌ی خودمان و زندگی‌مان بنویسیم تا دیگران مجذوب نوشته‌ی ما شوند.

۱۳) اصلاح نثر (Revising Prose)

خیلی از مدیران و کارشناسان پشتیبانی به دنبال کتابی هستند که شیوه‌ی درست‌نوشتن را به آنها بیاموزد. یکی از کتاب‌های فوق‌العاده‌ای که درباره‌ی درست‌نوشتن منتشر شده، کتاب *اصلاح نثر* از «پروفسور ریچارد لانهام» است. او نمونه‌های مختلفی را از روزنامه‌ها، نشریات مطبوعاتی و مقالات غیرداستانی، بررسی می‌کند تا رویکرد خود را در عمل نشان دهد.

۱۴) روشن کن! (Illuminate)

«نانسی دوارته» و «پتی سانچز» در این کتاب تأکید می‌کنند که برای داشتن مهارت‌های ارتباطی بهتر، باید درک صحیحی از «تغییر» داشته باشیم. اکثر مواقع درک افراد از یک موقعیت خاص دچار تغییر می‌شود. یا مثلاً همه‌ی ما تغییر احساساتمان را در مورد یک تصمیم تجربه کرده‌ایم. این کتاب ابزارها و استراتژی‌هایی را در اختیارمان قرار می‌دهد که به کمک آنها می‌توانیم افراد و سازمان را در دوره‌های تغییر، بهتر راهنمایی و مدیریت کنیم.

۱۵ هنر تبیین (The Art of Explanation)

به کمک این کتاب که توسط «لی لِفور» نوشته شده یاد می‌گیریم چطور ایده‌هایمان را به‌اشتراک بگذاریم. این کتاب مدیریت پشتیبانی به افرادی که باید فرایندهایی را که در ذهن دارند، توضیح دهند پیشنهاد می‌شود.

کتاب مدیریت پشتیبانی درباره تیم‌سازی و رهبری

(۱۶) سوئیچ: وقتی تغییر دشوار است، چطور چیزها را تغییر دهیم؟
(Switch: How to Change Things When Change Is Hard)

«چپ هیث» و «دان هیث» در کتابشان سعی می‌کنند به این سؤال پاسخ دهند که چرا این‌قدر تغییر در سازمان سخت است. سپس راهکارهایی ارائه می‌دهند که به کمک آن‌ها می‌توانیم بر عواقب ناخوشایند تغییر غلبه کنیم.

(۱۷) با چرا شروع کنید!
(Start With Why)

کتاب «سایمون سینک» در کنار سخنرانی TED او در سال ۲۰۰۹ به روشنی توضیح می‌دهند که چرا مدیران بعضی شرکت‌ها می‌توانند با تمرکز بر هدف اساسیشان، تأثیر شگرفی در محیط کاری خود داشته باشند.

(۱۸) کشتی را بچرخانید!
(Turn the Ship Around)

«متأسفم، در این مورد نمی‌توانم به شما کمک کنم.» بیشتر مشتریان این جمله را از زبان کارشناسان بخش پشتیبانی مشتری شنیده‌اند. این کارشناسان یا نمی‌دانند چه کاری باید انجام شود، یا اختیارات و ابزارهای لازم برای انجام آن را ندارد. این

کتاب نوشته‌ی دیوید مارکت، بر اساس وقایعی که در نیروی دریایی آمریکا اتفاق افتاده، برای رهبری، اقتدار و کنترل در شرایط سخت، مدل جدیدی ارائه می‌دهد.

۱۹) سطوح پنج‌گانه رهبری: گام‌هایی اثبات‌شده برای به حداکثر رساندن پتانسیلتان

(Levels of Leadership: Proven Steps to Maximize Your Potential ۵ The)

«جان ماکسول» در این کتاب مدیریت پشتیبانی بر اساس چندین دهه تجربه‌ای که داشته، توصیه‌های کارآمدی برای توسعه‌ی مهارت‌های رهبری ارائه می‌دهد.

۲۰) پنج اختلالی که در تیم‌ها رخ می‌دهد.

(The Five Dysfunctions of a Team)

اگر تجربه‌ی کار با تیم را داشته باشیم، قطعاً می‌دانیم که در مسیر کار به مشکلات زیادی برمی‌خوریم. این کتاب به ما کمک می‌کند مسائل و اختلالات را شناسایی کرده و سپس برطرفشان کنیم.

۲۱) استراتژی مشاغل خوب

(The Good Jobs Strategy)

«زینپ تون» استاد دانشکده مدیریت MIT در کتاب ارزشمندش به آموزش شیوه رفتار با اعضای می‌پردازد. او معتقد است رهبرانی که با اعضای تیم‌شان به خوبی رفتار می‌کنند، عملکرد فوق‌العاده‌ای در کاهش هزینه‌ها خواهند داشت.

کتاب‌هایی برای خلق فرهنگ پشتیبانی مشتری

(۲۲) انقلاب شگفت‌انگیز

(The Amazement Revolution)

شپ هایکن در کتابش به این سؤال پاسخ می‌دهد که چگونه می‌توانیم خدماتی بهتر از حد متوسط ارائه دهیم؟ هایکن هفت استراتژی کارآمد برای ایجاد فرهنگ سازمانی ارائه می‌دهد که هر کدام می‌توانند سبب بهبود تیم پشتیبانی مشتری شوند.

(۲۳) مدیر ارشد مشتری ۲

(۲۰٪ Chief Customer Officer)

مدیر ارشد مشتری یکی از مشاغل نسبتاً جدیدی است که انتظار می‌رود در سال‌های آینده به سرعت رشد کند. این کتاب علاوه بر معرفی این شغل، راهنمای جامعی برای داشتن یک شرکت متمرکز بر مشتری ارائه می‌دهد.

(۲۴) خدمات عجیب و غریب: چگونه با تمرکز بر مشتری برنده شویم؟

(uncommon Service: How to Win by Putting Customers at the Core of Your Business)

فرنسس فری و ان موریس کتاب خود را با سؤالی چالش‌برانگیز شروع می‌کنند:

«آیا یک شرکت می‌تواند در همه‌ی زمینه‌ها خوب باشد؟ آیا وقتی در زمینه‌ای برتر است، باید در حوزه‌های دیگر عملکرد ضعیفی داشته باشد؟» این دو نویسنده به مخاطبان‌شان می‌آموزند اگر واقعاً مشتریان خود را درک کنند، می‌توانند در مورد اینکه کجا باید تمرکز کنند، بهترین تصمیم‌ها را بگیرند.

۲۵) تحویل شادی (*Delivering Happiness*)

نویسنده‌ی کتاب *تحویل شادی*، تونی هسیه، بنیان‌گذار Zappos است. او ماجرای کارآفرینی‌اش را در این کتاب روایت می‌کند و به این سؤال پاسخ می‌دهد که چطور می‌توان یک فرهنگ مشتری‌محور ساخت؟

۲۶) هر چی شما بخواهید! (*Anything You Want*)

درک سیورز بنیان‌گذار CDBaby در این کتاب داستان رشد کسب‌وکارش را تعریف می‌کند. سیورز علت موفقیت‌های مداومش را تمرکز دائم بر مشتریان می‌داند. او در این کتاب، خیلی رک و پوست‌کنده درباره‌ی اشتباهاتش صحبت می‌کند. همین هم باعث می‌شود مطالعه‌ی این کتاب مدیریت پشتیبانی برای کارکنان و مدیران این بخش جذاب باشد.

۲۷) راه نوردستروم (The Nordstrom Way)

در این کتاب داستان شرکتی را می‌خوانیم که فرهنگ پشتیبانی مشتری را عمیقاً در فرایندهای کاری خود جای داده است. راه نوردستروم مملو از نمونه‌های عالی و دقیق از تصمیمات سختی است که در طول سال‌ها برای وفادارماندن به این فرهنگ گرفته شده است.

مطمئناً هر کدام از این کتاب‌ها را که بخوانیم، نکات و راهکارهای ارزشمندی برای مدیریت تیم پشتیبانی پیدا می‌کنیم. البته باید این را مدنظر داشته باشیم که کار واقعی در خواندن کتاب نیست؛ بلکه در برنامه‌ریزی و اجراست! مطالعه‌ی هر کتاب مدیریت پشتیبانی به ما کمک می‌کند از اشتباهات رایج و قدیمی جلوگیری کنیم و بهترین تجربه‌ی ممکن را برای مشتری خلق کنیم.

چالش‌های مدیر پشتیبانی



چه بخواهیم چه نخواهیم، در عصری زندگی می‌کنیم که نیازهای مشتری مدام در حال تغییر است. کانال‌های پشتیبانی پیچیده‌تر می‌شوند و رقبا روزبه‌روز پیشرفت می‌کنند. در چنین شرایطی، ارائه‌ی پشتیبانی سریع و کارآمد اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. اما همه چیز به این سادگی‌ها هم نیست... اگر سختی شغل پشتیبانی و مدیر پشتیبانی را شناسیم، نمی‌توانیم به‌درستی از پس این کار بریاییم. در این فصل قرار است بزرگ‌ترین چالش‌های شغل پشتیبانی را بررسی کنیم و برای هرکدام، راهکارهایی ارائه دهیم.

چالش‌ها و سختی‌های شغل مدیر پشتیبانی

طبق آمار، ۳۸ درصد از مشتریان می‌گویند پشتیبانی مناسب تأثیر قابل‌توجهی بر میزان اعتمادشان به برندها می‌گذارد. فراموش نکنید به محض اینکه اعتماد مشتری از بین برود، شرکت با چالش‌های مختلفی مواجه خواهد شد که کاهش درآمد و فروش یکی از آنهاست. در ادامه ۱۲ مورد از رایج‌ترین چالش‌های پشتیبانی مشتری و نحوه‌ی برطرف کردن آن‌ها را بررسی می‌کنیم.

۱) پاسخ به سؤالات چالش‌برانگیز مشتری

مهم نیست محصولات یا خدمات شما چقدر عالی باشند؛ همیشه ممکن است سؤالات دشواری برای مشتری پیش بیاید. برای همین، خیلی از شرکت‌ها نوعی کتابچه‌ی راهنمای پشتیبانی مشتری در اختیار دارند که به آن‌ها کمک می‌کند چنین مکالماتی را مدیریت کنند. با این حال، همواره یک سری سؤالات عجیب و غریب وجود دارد که ممکن است دردرساز شوند.

* راه‌حل

وقتی برای یک سؤال پاسخ مشخصی ندارید، نباید آن را رها کنید. کارشناسان پشتیبانی همیشه باید منتظر سؤالات غیرمنتظره باشند. بهترین راه برای مدیریت چنین وضعیتی این است که از مبهم‌بودن پرهیز کنید.

اگر پاسخی ندارید، دشواری سؤال را قبول کنید. در ادامه‌ی گفتگو باید برای بررسی موضوع و یافتن راه‌حل دقیق زمان بخواهید. سپس اطمینان دهید مجدداً با مشتری تماس خواهید گرفت. هیچ‌وقت نباید اعتبارتان را با لحن مبهم به‌خطر بیندازید.

۲) درک نیازهای متغیر مشتری

هسته‌ی اصلی تمام تعاملات بخش پشتیبانی، شناسایی نیازهای مشتری و کشف بهترین راه برای برطرف کردن آن‌هاست.

بسته به ماهیت محصولات یا خدمات ارائه شده، هر مشتری با نیازهای متفاوتی

مواجه خواهد شد. از سختی‌های شغل پشتیبانی این است که خیلی از مشتریان در بیان نیازهایشان مشکل دارند. یا اصطلاحات فنی مناسب را برای بیان دقیق مشکلشان نمی‌دانند.

* راه‌حل

در چنین مواقعی باید از مشتری بخواهید در مورد مشکل یا مسئله‌ای که برایش پیش آمده، دقیق و مرحله‌به‌مرحله صحبت کند. در مرحله‌ی بعد باید بهترین راه‌حل ممکن را بر اساس فرایندهای تأییدشده و رویه‌های اصلی شرکت شناسایی کنید. در چنین شرایطی بهتر است مداوم یادداشت بردارید تا اگر بعداً دوباره به این مشکل برخوردید، راه‌حل را بدانید.

(۳) فراتر رفتن از انتظارات مشتری

در بازار رقابتی امروز، تنها راه پیشرفت این است که فراتر از انتظار مشتری ظاهر شوید. اما ای‌کاش انجام‌دادن این کار مثل گفتنش ساده بود! اگر بتوانید برای قوی‌تر ظاهر شدن در بخش پشتیبانی راهی پیدا کنید، شانس وفادارماندن مشتریان به برندتان بیشتر و بیشتر می‌شود.

* راه‌حل

به عنوان یک کسب‌وکار امروزی، باید از راکد ماندن در پیشنهادات و رویکردتان

خودداری کنید. برای تحقق این امر، می‌توانید ابتکارات جدیدی را که برندها در بازار ملی و بین‌المللی انجام می‌دهند، بررسی کنید.

توجه داشته باشید که بهبود عملکرد شرکت در هر یک از بخش‌ها به معنای بازنگری استراتژی کل شرکت نیست؛ بلکه پیشرفت‌های بزرگ از همین حرکات کوچک در بخش‌های مختلف شرکت شروع می‌شوند.

برای داشتن رویکرد مشتری‌محور، باید منظم بازخوردها و نظرات مشتریان را جمع‌آوری کنید. این بازخوردها در مسیر بهبود تجربه‌ی مشتری و فراتر رفتن از انتظارات، بسیار ارزشمند هستند.

۴) درخواست‌هایی خارج از توانایی‌های بخش پشتیبانی

یک سختی شغل مدیر پشتیبانی این است که مشتریان چیزهای غیرواقعی درخواست می‌کنند. آن‌ها ممکن است به اندازه‌ای جسور باشند که تخفیف بزرگی از ما بخواهند. یا خدمتی مازاد بر خدمت ارائه‌شده تقاضا کنند. قطعاً بزرگ‌ترین چالش در شرایط این چنینی «نه» گفتن است.

* راه‌حل

این سختی شغل پشتیبانی یکی از چالش‌هایی است که بیشتر تیم‌ها با آن دست و پنجه نرم می‌کنند. قبل از رد کردن یک درخواست عجیب، باید کمی خلاقانه فکر کنید. ببینید درخواست‌های ارائه‌شده توسط مشتری قابل دستیابی هستند یا نه.

اگر توانستید راهی پیدا کنید، گام بعدی این است که میزان هزینه را مشخص کرده و ببینید درخواست مشتری از نظر منابع، زمان و انرژی چقدر برای شرکت آب می‌خورد. اگر هزینه‌ی نهایی معقول بود، حتی شاید توانستید معامله‌ی دیگری برای درخواست مشتری جوش دهید و بابت خدمات اضافی، هزینه‌ی دیگری دریافت کنید. اگر نه، مؤدبانه توضیح می‌دهید که متأسفانه درخواست مطرح‌شده قابل اجرا نیست.

۵) رسیدگی به مشتریان عصبانی

حتی بهترین شرکت‌ها هم مواجهه با مشتریان ناراضی را تجربه می‌کنند. خیلی وقت‌ها همه چیز اشتباه پیش می‌رود و مشتریان از دستتان ناراحت می‌شوند. این اتفاق در بخش پشتیبانی مشتری رایج است و هیچ راه‌گیزی هم از آن نیست. صرف نظر از علت عصبانیت مشتری، وظیفه‌ی تیم پشتیبانی این است که وضعیت را به درستی مدیریت کند.

* راه‌حل

در آخر باید به نتیجه‌ای برسید که برای همه رضایت‌بخش باشد. به این نکته توجه داشته باشید که مشتریان می‌خواهند ناراضی‌تی آن‌ها جدی گرفته شده و مشکلاتشان در اسرع وقت حل شود.

در شرایطی که همه چیز به هم می‌ریزد، باید برای نشان دادن مسئولیت‌پذیریتان،

عذرخواهی کنید. آرام به صحبت‌های مشتری گوش کنید و اجازه دهید تمام تجربه‌اش را بیان کند. بعد با او همدلی کنید و به نحوی ثابت کنید نارضایتی‌اش را عمیقاً درک می‌کنید.

به یاد داشته باشید که عذرخواهی هیچ اشکالی ندارد. حتی اگر مشکلی که پیش آمده تقصیر شما نیست، می‌توانید برای آنچه اتفاق افتاده یا حتی اتفاق نیفتاده عذرخواهی کنید.

در نهایت، باید مشکل را در صورت امکان سریع حل کنید و در صورت لزوم پیگیری‌های لازم را انجام دهید. اگر بفهمید چرا این اتفاق رخ داده است، مطمئناً در آینده می‌توانید از آن اجتناب کنید.

۶) ارائه خدمات همزمان به چندین مشتری

اگر در بخش پشتیبانی مشتری کار می‌کنید، باید آمادگی این را داشته باشید که همزمان کار چندین مشتری را پیش ببرید. در شرایطی که مشتریان انتظار خدمات فوری دارند یا ممکن است تصمیم به همکاری با برند دیگری بگیرند، ارائه خدمات همزمان به چند مشتری از اهمیت بالایی برخوردار است.

* راه حل

یکی از راه‌های پشتیبانی سریع از چندین مشتری، اختصاص مسائل به کارشناسان بر اساس تجربه و سابقه‌ی آنهاست. هر چه موضوع پیچیده‌تر باشد، نیاز به کارشناسان

باسابقه‌تری دارید. تخصص آن‌ها به تیم پشتیبانی کمک می‌کند در مدت‌زمان کمتری، کار مشتریان بیشتری را راه بیندازید.

۷) انتخاب ابزار و نرم‌افزارهای مناسب

همین‌طور که انتظارات مشتریان در سراسر جهان بیشتر و بیشتر می‌شود، هزینه‌ی پشتیبانی مشتری هم بالاتر می‌رود. همین موضوع باعث می‌شود انتخاب ابزار و نرم‌افزار مناسب برای بخش پشتیبانی از اهمیت بیشتری برخوردار باشد.

* راه‌حل

همه‌ی بخش‌های شرکت، از تیم فروش و بازاریابی گرفته تا پشتیبانی مشتری، باید با یکدیگر همکاری کنند تا تکنولوژی مناسبی برای بهبود تجربه‌ی مشتری پیدا کنند. در انتخاب بهترین نرم‌افزار پشتیبانی باید روی تسهیل فرایندها و تعاملات تمرکز ویژه‌ای داشت.

۸) وقتی خدمات متوقف می‌شوند...

این اتفاق برای هر شرکتی که صرفاً به ارائه‌ی خدمات مشغول است رخ می‌دهد. وقتی خدمات ارائه‌شده به هر دلیلی دچار قطعی غیرمنتظره می‌شوند، مشتریان وحشت‌زده سراغ تیم پشتیبانی می‌روند و ممکن است از کوره در بروند.

* راه حل

در چنین شرایطی باید به مشتریان عصبانی گوشزد کنید که برخی عوامل فنی خارج از کنترل شما هستند. خصوصاً در مواقعی که برقراردادن خدمات فوراً امکان پذیر نیست، باید اوضاع را آرام جلوه دهید و به مشتریان بگویید که در حال پیگیری وضعیت هستید. اگر مشتری بداند که شرکت همه‌ی تلاشش را برای بهبود وضعیت به کار می‌گیرد، آرامش بیشتری پیدا می‌کند.

۹) مواجهه با صفی طولانی از مشتریان ناراضی

بالتر گفتیم که مشتریان از کسب و کارها انتظارات زیادی دارند، به خصوص وقتی بحث پشتیبانی مشتری می‌آید وسط! مدیریت یک صف طولانی از مشتریان عصبانی برای هر کارشناس پشتیبانی ممکن است دله‌ره‌آور باشد. مواجهه با چندین مشتری یکی از پس دیگری می‌تواند تبدیل به چرخه‌ای استرس‌زا شود که حتی صبورترین کارشناسان پشتیبانی را خسته کند.

* راه حل

برای هندل کردن چنین شرایطی باید به فکر طراحی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) باشید. اگر حس می‌کنید کانال جدیدی برای ارتباط با مشتریان لازم است، نباید از تهیه‌ی آن خودداری کنید.

این سیستم‌ها در مورد اولویت‌بندی، پاسخگویی و پیگیری هر درخواست پشتیبانی

خیلی خوب عمل می‌کنند و تجربه‌ی مشتری را بهبود می‌بخشند. خیلی وقت‌ها کارکردن روی صفحه‌ی پرسش‌های متداول یا راه‌اندازی پایگاه دانش مشتری می‌تواند مشکلات زیادی را حل کند.

۱۰) استخدام و آموزش کارشناسان جدید

فرایند استخدام، پذیرش و آموزش کارشناسان ذاتاً کاری دله‌ره‌آور است. ممکن است لازم باشد برای متقاضیانی که تجربه‌ی مناسبی ندارند وقت صرف کنید و تعاملات کسل‌کننده‌ای با آن‌ها داشته باشید. این سختی شغل مدیر پشتیبانی وقتی بیشتر می‌شود که مجبور شوید افرادی را بدون داشتن تخصص مناسب در تیم خود استخدام کنید و فرصت‌های طلایی بهبود تجربه مشتری را از دست بدهید.

* راه‌حل

برای استخدام و پذیرش کارشناسان خبره، باید الزامات شغلی بخش پشتیبانی به طور مفصل مشخص باشند. هر چه بتوانید نیازهای خود را جزئی‌تر بیان کنید، افرادی را استخدام خواهید کرد که به شرایط شما نزدیک‌تر باشند.

باید متخصصانی را پیدا کنید که نسبت به پشتیبانی مشتری، ذهنیت، مهارت، تجربه و نگرش درستی داشته باشند. فقط این افراد هستند که می‌توانند بهترین خدمات ممکن را به مشتریان ارائه دهند. یکی از روش‌های استخدام بهترین کارشناسان این است که مهارت‌های متقاضیان را در یک پروژه‌ی آزمایشی تست کنید.

۱۱) پشتیبانی مشتری کند انجام می‌گیرد...

مشتریان همین حالا پاسخ می‌خواهند! پاسخ سریع به مشتری و اتمام فرایند پشتیبانی در کمترین زمان ممکن به مشتریان حس اهمیت و ارزش می‌دهد. در مقابل، وقتی فرایند پشتیبانی بیش از حد معمول طول بکشد، آن‌ها روابط خود را با شرکت قطع می‌کنند و سراغ رقبا می‌روند. بله، مشتریان همین‌قدر بی‌رحم تشریف دارند!

* راه‌حل

برای حل مشکل سرعت، باید «کانال‌های عملیاتی» خود را تقویت کنید و به فکر یک «نرم‌افزار پشتیبانی مشتری» باشید. بسیاری از شرکت‌ها فقط با توجه به همین دو نکته، پشتیبانی کارآمد و مؤثری به اجرا گذاشته‌اند و توانسته‌اند بخش اعظم مشتریان خود را خوشحال کنند.

۱۲) وجود شکاف در محصولات یا خدمات

مشتریان در بیان کاستی‌های محصول هیچ تعارفی ندارند. در این شرایط، کارشناس پشتیبانی در موقعیت آسیب‌پذیری قرار می‌گیرد و ممکن است هیچ پاسخ رضایت‌بخش و مفیدی به ذهنش نرسد.

* راه حل

هرچقدر هم که محصول شما فاجعه ظاهر شده باشد، بهترین سیاست ممکن صداقت است. باید رک و پوست‌کنده به مشتریان بگویید در حال حاضر ویژگی خاصی را که آن‌ها به دنبالش هستند، ارائه نمی‌کنید. این کار بهتر از وعده و وعید جواب می‌دهد. اگر امکانش هست، می‌توانید یک ویژگی یا خدمات جایگزین مشابه را ارائه دهید. فراموش نکنید بازخوردهایی که در چنین شرایطی می‌گیرید، خیلی به درد تیم توسعه محصول می‌خورد.

مثل هر بخشی از یک کسب‌وکار پویا و روبه‌رشد، پشتیبانی مشتری هم چالش‌های خاص خودش را دارد. باز هم روی این نکته تأکید می‌کنم که هر بار مشتری بازخورد یا اعتراضی در مورد عملکرد محصول داشت، فرصتی برای بهبود محصولات یا خدمات شرکت در اختیارتان قرار می‌دهد. بنابراین بهتر است به این چالش‌ها به چشم فرصت‌های طلایی برای افزایش وفاداری مشتری نگاه کنید.

سخن آخر

در این کتاب سعی کردیم با شغل مدیر پشتیبانی مشتری و مهارت‌های لازم برای پیشرفت در آن آشنا شویم. دیدیم مدیر پشتیبانی مشتریان مسئول نظارت بر عملیات روزانه‌ی بخش پشتیبانی شرکت است. این مدیران با تیمی از کارکنان خدمات مشتری و تکنسین‌های فنی کار می‌کنند تا اطمینان حاصل کنند مشتریان در تعامل با شرکت تجربه‌ی لذت‌بخشی داشته باشند. همچنین معیارهای عملکرد مدیر پشتیبانی مشتری را شناختیم و سعی کردیم راهکارهایی برای بهبود مهارت‌ها در این مسئولیت ارائه دهیم.

★★★★★
به صرفه ترین راهکار!

★★★★★
بیشترین رضایت مشتری!

★★★★★
نهایت سادگی!

نرم افزار CRM دیدار

می تواند فروش شما را تا ۳۰۰٪ افزایش دهد!

استفاده از نرم افزار CRM دیدار، علاوه بر ایجاد تحول در فروش و ارتباط شما با مشتریان با گزارشات خود به شما کمک می کند که تصمیمات هوشمندانه و دقیقی برای توسعه کسب و کارتان بگیرید.

اکنون ۹۱ درصد کسب و کارهای کوچک و متوسط در دنیا برای مدیریت بخش فروششان از CRM استفاده می کنند.

بعد از شروع به استفاده از دیدار
چه اتفاقی می افتد؟



یک ساعت بعد از شروع :

پیگیری جاری شما منظم، دقیق و سریع شده و دیگر شما هیچ پیگیری را از دست نخواهید داد. هیچ دقیقا یعنی هیچ



یک هفته بعد از شروع :

داده‌های قدیمی مشتریان شما وارد دیدار شده و شما یک پایگاه داده‌ای متمرکز + به روز از مشتریان و خریدهای آنها خواهید داشت.



یک ماه بعد از شروع :

حداقل (حداقل) روزی بین ۱ تا ۲ ساعت در زمان کارمندان فروش شما که قبل صرف جستجوی اطلاعات بین فایل‌ها، یادداشت‌ها و حافظه‌شان می‌شد صرفه‌جویی می‌شود.



سه ماه بعد از شروع :

می‌توانید یک شب دل‌انگیز با یک چای تازه دم در آرامش گزارشات ۳ ماه را در CRM دیدار بررسی و پیشنهادهای هوشمندانه از اطلاعات جمع‌آوری شده به تیم‌تان بدهید.



شش ماه بعد از شروع و استفاده درست از دیدار :

نرخ تبدیل‌تان تا ۳۰۰ درصد افزایش پیدا می‌کند.
پروژه پیگیری و ارتباط با مشتریان کامل مستقل از افراد می‌شود.
شما دقیقا می‌دانید کدام تبلیغات شما بهتر کار می‌کند، پروژه فروش شما چگونه است؟ کدام کارمند فروش بهتر تبدیل می‌کند و ...
از این که کسب و کارتان در کنترل شما به شدت احساس آرامش می‌کنید.



برای استفاده ۱۵ روز رایگان از دیدار روی دکمه زیر کلیک کنید
یا QR کد را اسکن کنید.

۱۵ روز رایگان <