

Rychlost, osobní přístup a otevřená komunikace. To jsou klíčové prvky při poskytování zákaznické podpory na sociálních sítích

31.7.2023 - Petr Lesensky | Dýcháme

Sociální média se stávají pro řadu zákazníků preferovanou cestou, jak se svým dotazem či požadavkem kontaktovat klientský servis konkrétní společnosti.

Komunikace přes tyto platformy však má svá specifika. Obvykle ji například provází uvolněnější atmosféra a využívá se méně formální tón. Zákazníci při ní zároveň očekávají rychlou reakci, často bez ohledu na denní dobu.

Kontaktovat zákaznický servis prostřednictvím sociálních sítí je preferovanou variantou pro stále větší procento klientů. Ti daný kanál volí, neboť jej považují za nejrychlejší a nejpohodlnější formu komunikace. K rozvoji tohoto trendu přispěla podle odborníků i pandemie koronaviru, kdy se většina komunikace přesunula do online prostoru.

Mění se i samotné chování zákazníků. Pro ty je v současnosti stále důležitější rychlost komunikace, a to nejen při vyřízení objednávky, ale i v případě péče pracovníků klientského servisu. Reakci na svůj dotaz očekávají do několika desítek minut. *„Narozdíl od e-mailů, kde se do určité míry počítá s delší dobou odezvy, sociální sítě vyžadují reakci okamžitou. Klienti požadují, aby jejich dotazy byly vyřízeny v co nejkratším čase, a to i mimo běžnou pracovní dobu,“* říká **Jan Nedělník**, ředitel společnosti Konecta Czech a Hungary, která se specializuje na outsourcing zákaznických služeb.

Profesionalita a uvolněnost v jednom

Kromě rychlosti a jednoduchosti volí lidé sociální sítě rovněž kvůli uvolněnému prostředí. Spoléhají na přátelskou a otevřenou komunikaci a neočekávají, že s nimi bude operátor na druhé straně jednat formálně jako třeba v e-mailové konverzaci. Klientům pracovníci nemusejí nutně vykat nebo je oslovovat „vážený pane“ či „vážená paní“, ale mohou zvolit tykání doplněné o emotikony.

Pro zákaznický servis na sociálních sítích je specifické i to, že komunikace je mnohdy viditelná pro celé publikum. Pokud uživatel vyjádří svou nespokojenost třeba v komentářích pod facebookovým příspěvkem, zobrazí se všem. A stejně tak i následná reakce operátora. *„Odpovídat na kritiku a negativní komentáře je klíčové. Právě reakce na tyto situace dává zákazníkům důležitý signál o přístupu organizace a jejích hodnotách. Otevřenost a schopnost konstruktivně se vyrovnat s negativní zpětnou vazbou je pro budování důvěry a dlouhodobý vztah se zákazníky neocenitelná,“* vysvětluje Jan Nedělník.

S rychlostí odpovědí pomáhají i chatboti

S rychlostí vyřizování zákaznických požadavků na sociálních sítích pomáhají firmám i chatboti. Ti dokážou odbavit řadu standardních klientských dotazů a lidským operátorům tak uvolňují čas pro řešení složitějších úkonů. *„Boti nikdy nespí, mají pořád dobrou náladu a v jeden moment odpoví klidně dvaceti zákazníkům na několika platformách. S komplikovanějšími dotazy, které nezapadají mezi standardní konverzační scénáře, si však naprogramovaní asistenti většinou zatím ještě*

neporadí. Proto se jako nejefektivnější varianta jeví využití součinnosti virtuálních a lidských asistentů,” uzavírá Jan Nedělník.

<https://www.dychame.cz/rychlost-osobni-pristup-a-otevrena-komunikace-to-jsou-klicove-prvky-pri-poskytovani-zakaznicke-podpory-na-socialnich-sitich>