

Jak się komunikować z klientem? Nowe zasady angażowania w markę

data aktualizacji: 2020.01.14



Żyjemy w erze pełnej dostępności. W rezultacie klienci oczekują spersonalizowanego doświadczenia, docenienia i przeświadczenia, że firmy chcą być elastyczne, aby poprawić jakość obsługi klienta. Formy kontaktów, które kiedyś znaliśmy, stały się przestarzałe. Jeśli Twoja firma nie jest widoczna w Internecie, na urządzeniach mobilnych i w mediach społecznościowych, to możesz stracić szansę na rozwój biznesu - ostrzega portal professionalbeauty.com.au.

Niedawna ankieta, przeprowadzona przez platformę komunikacji Twilio, ujawniła rozbieżność w ocenie komunikacji - podczas gdy siedem na dziesięć firm uważa, że komunikuje się skutecznie ze swoimi klientami, tylko dwóch na dziesięciu klientów się z tym zgadza - podaje australijski portal i podaje kluczowe zasady skutecznej komunikacji z klientami.

Używaj aplikacji do przesyłania wiadomości

Właściciele firm muszą skupić się na WhatsApp, Apple iMessage i Facebook Messenger. Te aplikacje pozwalają klientowi poczuć, że mają bezpośrednią linię, że jego zapytanie jest rozpatrywane.

Aplikacje takie jak Facebook Messenger oceniają czas odpowiedzi i informują o tym klienta, więc

pamiętaj, aby szybko odpowiedzieć.

Odpowiadaj na recenzje

Nie jest tajemnicą, że potencjalni klienci będą szukać opinii przed wypróbowaniem nowej usługi czy produktu. Upewnij się, że przeglądasz wszystkie opinie o swojej firmie i odpowiadaj na nie publicznie. Zamiast próbować wyjaśnić lub usprawiedliwić wszelkie słabe recenzje, przeproś i zaoferuj bezpłatną usługę, jednocześnie obiecując, że zrobisz to lepiej. Co równie ważne, odpowiedz na pozytywne recenzje, oferując szczerze podziękowania.

Nie przytłaczaj klientów

Po uruchomieniu aplikacji do przesyłania wiadomości korzystanie z nich może być kuszące. Uważaj jednak, aby nie przeciążać bazy danych wiadomościami, ponieważ istnieje cienka granica między dzieleniem się ekscytującymi wiadomościami a zapychaniem czyjejs pamięci telefonu. Jeśli zdecydujesz się na aplikację do masowego przesyłania wiadomości, trzymaj się maksymalnie jednej wiadomości na tydzień i upewnij się, że każda z nich jest zachętą wysokiej jakości.

Bądź na bieżąco z mediami społecznościowymi

Jeśli masz środki na zatrudnienie menedżera mediów społecznościowych, to wchodź w to śmiało. Ale w zdecydowanej większości nadzorowanie mediów społecznościowych przypadnie właścicielowi firmy. Jednak media społecznościowe są głodną bestią i trzeba ją często karmić. Celuj w trzy posty dziennie, aby uruchomić algorytm i zwiększyć widoczność. Piękne obrazki przyciągają wzrok, jednak równie ważne są angażujące podpisy, które np. zawierają zniżki i promocje.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/jak-sie-komunikowac-z-klientem-nowe-zasady-angazow,60053>