



کاربرد چت آنلاین در وبسایت چیست؟

چت آنلاین، نوعی پشتیبانی آنلاین شرکت‌ها از مشتریان است که در سال‌های اخیر، طرفداران بسیاری پیدا کرده است. بزرگ‌ترین و موفق‌ترین شرکت‌های دنیا، با استفاده مناسب از این سیستم، به نتایج مطلوبی رسیده‌اند و کاربرد آن، روزبه‌روز در حال گسترش است. این سیستم، به سؤالات مشتریان در اسرع وقت پاسخ می‌دهد و باعث جلب اعتماد آن‌ها می‌شود. اما مزایای این سیستم، به این دو مورد ختم نمی‌شود و بسیار گسترده‌تر است.

استفاده از چت آنلاین، استراتژی‌های خاصی را می‌طلبد تا بتواند نتیجه مطلوبی بگیرد. به دلیل اهمیت و پیچیدگی‌های این موضوع، در این مقاله قصد داریم شما را با هر آنچه که باید درباره سیستم چت آنلاین بدانید، آشنا کنیم. با ما همراه باشید.

چرا باید در سایت خود سرویس چت آنلاین طراحی کنیم؟

پشتیبانی یا چت آنلاین چیست؟ پشتیبانی یا چت آنلاین، محیطی امن برای ارتباط بین مدیران و بازدیدکنندگان سایت‌ها است که بدون نیاز به نرم‌افزاری خاص از طرف کاربر، قابل دسترسی می‌باشد. از طریق این سامانه، مدیران می‌توانند با تعداد نامحدود کاربران به صورت همزمان گفتگو کنند. سامانه پشتیبانی آنلاین، محدودیت زمانی و مکانی ندارد. بنابراین، کاربران می‌توانند در هر زمان و مکانی که هستند به اینترنت متصل شوند و هرگونه سؤال یا درخواست خود را به صورت آنلاین، مطرح و پاسخ خود را به سرعت دریافت کنند. پشتیبانی یا چت آنلاین از مهم‌ترین و پرکاربردترین محصولات شرکت‌های اینترنتی است و یک شیوه مدرن محسوب می‌شود.

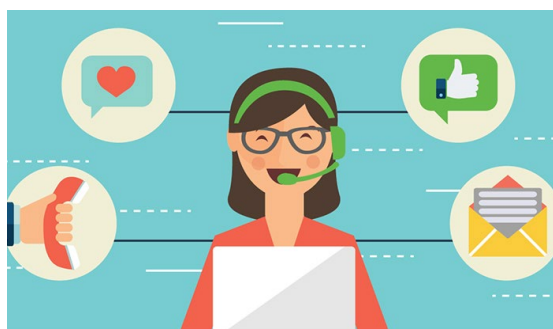
کاربرد چت آنلاین در وبسایت چیست؟

هنگام چت آنلاین، شما با مشتریِ قطعی صحبت نمی‌کنید، بلکه ممکن است بازدیدکننده، یک مشتری احتمالی باشد. مشتریان احتمالی، ممکن است سؤالات زیادی درباره محصولات داشته باشند و چنانچه پاسخ قانع‌کننده دریافت کنند، احتمال بیشتری وجود دارد که تبدیل به یک مشتری ثابت شوند. بنابراین، نحوه چت آنلاین و مدیریت هوشمندانه آن، از اهمیت زیادی برخوردار است.

واقعیت بسیار مهمی که وجود دارد، این است که اگر چت آنلاین، به صورت هوشمندانه مدیریت شود، باعث اعتماد بیشتر کاربران و افزایش پرستیژ کاری شما می‌شود. این موضوع، زمینه را فراهم می‌کند تا کاربران برای تهیه محصولات شما، دوباره مراجعه کنند و آن را به دوستان و آشنایان خود معرفی کنند و این درست همان چیزی است که شما به دنبالش هستید.

کارمندان مخصوص چت آنلاین، باید این توانایی را داشته باشند که از علائم، کلمات و عبارات مناسب استفاده کنند و با رفتار خود، مشتری را تحت تأثیر قرار دهند.

چت آنلاین، در سال‌های اخیر طرفداران بسیاری پیدا کرده است و شرکت‌های بزرگی که همیشه به دنبال شیوه‌های جدید و استراتژیک هستند، این سامانه را در طراحی وبسایت خود، استفاده می‌کنند. اکنون این سؤال مطرح می‌شود که چرا چت آنلاین تا این اندازه اهمیت پیدا کرده است؟ در ادامه، این سؤال را به طور کامل، پاسخ می‌دهیم.



چرا چت آنلاین اهمیت زیادی پیدا کرده است؟

همانطور که می‌دانید، شیوه‌های بسیاری برای تبلیغ و معرفی کالا و خدمات ارائه شده، از طریق اینترنت وجود دارد. مثلاً می‌توان از کاتالوگ، تصویر، متن و ویدئو استفاده کرد. اما، بازدیدکنندگان زیادی وجود دارند که با دیدن این توضیحات، هنوز هم به وبسایت مورد نظر اعتماد نمی‌کنند و خریدی انجام نمی‌دهند. بعضی دیگر نیز تصور می‌کنند که این توضیحات، برای قانع کردن آن‌ها کافی نبوده است، بنابراین از خرید منصرف می‌شوند. حال این سؤال مطرح است که در اینگونه موارد، بهترین شیوه برای متقاعد کردن کاربران کدام است؟ چگونه می‌توان این مشتریان را تبدیل به مشتریان دائمی خود کرد؟ شاید پاسخ‌های مختلفی به ذهن‌تان بیاید، اما بهترین و جدیدترین شیوه، پشتیبانی یا چت آنلاین است. زیرا:

- شما کاربران را به صورت آنلاین، درگیر سایت خود می‌کنید و بهتر می‌توانید محصولات خود را معرفی کنید.
 - کاربران، می‌توانند تمام سؤالات خود را مطرح و پاسخ آن را دریافت کنند.
 - اعتماد کاربران به محصول مورد نظر افزایش می‌یابد.
 - با مشاوره مناسب، می‌توانید آن‌ها را ترغیب کنید تا محصولات شما را خریداری کنند.
 - شهرت و اعتبار سایت شما افزایش می‌یابد، بنابراین آن‌ها راحت‌تر به سایت شما اعتماد خواهند کرد.
- آمارهای به دست آمده درباره استفاده از چت آنلاین در سایت‌ها، بسیار غافلگیرکننده است. قبل از پرداختن به مزایای سیستم چت آنلاین، قصد داریم به مهم‌ترین آمارهای مربوط به آن اشاره کنیم.

آمارهای مهم سیستم چت آنلاین در وبسایتها

در سالهای اخیر، با افزایش میزان استفاده از سیستم چت آنلاین برای پشتیبانی مشتریان، مطالعات زیادی نیز درباره میزان تأثیر آن بر روی مشتریان، میزان استفاده‌کنندگان و میزان رضایت مشتریان انجام گرفته است. نتایج این مطالعات بسیار جالب است.

مطالعات، نشان داده است که امکانات چت آنلاین در وبسایت شرکتها در سال ۲۰۱۷، به میزان ۸,۳ درصد افزایش داشته است. اما، کسب‌وکارهای کوچک به اندازه شرکت‌های بزرگ، قادر به استفاده از امکانات پیشرفته این سرویس نبوده‌اند.

چت آنلاین، تنها یک روش جایگزین مناسب برای شیوه‌های سنتی نیست. در واقع، آمار نشان می‌دهد که ۶۳ درصد مشتریان در یک نظرسنجی اعلام کرده‌اند که چت آنلاین، احتمال بازدید مجدد آنها را از سایت، افزایش می‌دهد. از نظر مشتریان، ۷۳ درصد آنها می‌توانند پاسخ‌های خود را از طریق چت آنلاین دریافت کنند، بنابراین از این سیستم راضی هستند.

۴۴ درصد از مشتریان اعلام کرده‌اند که داشتن سیستم پشتیبانی آنلاین در حین خرید، از مهم‌ترین مزیت شرکتها به شمار می‌رود.

آمارها نشان می‌دهد که چت آنلاین، باعث صرفه‌جویی در زمان می‌شود. میانگین کلی دریافت پاسخ از طریق چت آنلاین، ۴۲ ثانیه گزارش شده است و ۷۹ درصد مشتریان دقیقاً به همین دلیل آن را ترجیح می‌دهند.

کاربرد چت آنلاین در وبسایت چیست؟

یک آمار بسیار جالب دیگر وجود دارد که ۷۷ درصد مشتریان، در صورتی که متوجه شوند شرکت، مجهز به سیستم پشتیبانی آنلاین نیست، از آن خرید نمی‌کنند.

یک مطالعه نشان داده است که شرکت معروف **Virgin Airlines**، با استفاده از سیستم چت آنلاین، توانست میانگین ارزش سفارشات خود را بالا ببرد. این شرکت، با استفاده از سرویس چت آنلاین، محصولات دیگری را معرفی کرد و میانگین فروش خود را ۱۵ درصد افزایش داد.

سرویس چت آنلاین مشتری، ۱۷ تا ۳۰ درصد ارزان‌تر از تماس تلفنی است. به این دلیل، ۵۷ درصد کاربران در صورتی که نتوانند به سرعت پاسخ خود را دریافت کنند، از خرید منصرف می‌شوند. ۴۴ درصد از کاربران در حالی که در حین فرایند خرید هستند، به نوع مکالمه آنلاین انجام شده، امتیاز می‌دهند. بر اساس مطالعات انجام شده، میزان رضایت مشتریان از ایمیل ۶۱ درصد، از تماس تلفنی ۴۴ درصد و از سرویس پشتیبانی آنلاین ۷۳ درصد می‌باشد. با این ارقام، می‌توان پی‌برد که نگاه مشتریان به پشتیبانی آنلاین، چگونه است. در ۵ سال اخیر، تعداد خریداران آنلاین فروشگاه‌های اینترنتی که از سیستم چت آنلاین استفاده می‌کنند، از ۳۸ درصد به ۵۸ درصد افزایش یافته است. بنابراین همه ساله به تعداد شرکت‌هایی که از این سیستم استفاده می‌کنند، اضافه می‌شود.

این آمارها، نشان می‌دهد که اگر شما می‌خواهید شرکتی را تأسیس کنید که بتواند با سایر شرکت‌ها رقابت کند و عملکرد خوبی داشته باشد، حتماً از سیستم چت آنلاین استفاده کنید.



مزایای چت آنلاین در طراحی سایت چیست؟

شما با خواندن موارد زیر متوجه خواهید شد که چرا وبسایت شما به قابلیت چت آنلاین نیاز دارد:

۱- نرخ تبدیل سایت را افزایش می دهد

چت آنلاین، مناسب تجارت‌های آنلاین است. تقریباً تمام افراد، ارتباط مستقیم را دوست دارند و آن را به ارتباط غیرمستقیم ترجیح می دهند. مطالعات نشان می دهد که ۷۷ درصد افراد، با استفاده از چت، راحت تر می توانند محصول دلخواه خود را انتخاب کنند. بنابراین، چت آنلاین به افزایش نرخ تبدیل سایت کمک می کند.

۲- هزینه های جانبی را کاهش می دهد

در این شیوه، شما برای برقراری ارتباط با چند مراجعه کننده، نیاز به چند مرکز تماس مجهز ندارید. نیاز شما به استخدام نیرو برای پاسخ به تماس مشتریان،

کاهش می‌یابد و کارمندان می‌توانند به طور همزمان، به چند مشتری پاسخ دهند. همچنین، تمرکز کارمندان بر روی فعالیت‌های اداری، بیشتر خواهد شد.

۳. بلندگوی مشکلات کاربران است

همه می‌دانیم که خطاهای فضای مجازی، اجتناب‌ناپذیر می‌باشد. چت آنلاین، شما را قادر می‌سازد تا این خطاها را بدانید و در یک ارتباط مناسب با کاربر، مانع از ترک سایت توسط او شوید.

۴- فروش شرکت را بالا می‌برد

مطالعات نشان داده است که سرویس چت آنلاین، فروش را تا چندین برابر افزایش می‌دهد. یکی از این مطالعات که توسط انجمن بازاریابی آمریکا صورت گرفته، نشان می‌دهد که این سرویس، فروش را حداقل ۲۰ درصد بالا می‌برد. همین مطالعه، نشان می‌دهد که احتمال خرید مشتریانی که از این سرویس استفاده می‌کنند، ۳ برابر بیشتر از سایر مشتریان است. این اعداد، یک واقعیت مهم را مشخص می‌کنند. واقعیت مهم این است که سرویس چت آنلاین، در افزایش فروش، نقش ویژه دارد، زیرا باعث می‌شود که کاربران به کارمندان و پشتیبانی آن‌ها دسترسی سریع داشته باشند و کارمندان شما این فرصت را دارند که کاربران را به مشتری تبدیل کنند.

۵- اعتماد مشتریان را افزایش می‌دهد

یک مطالعه نشان داده است که ۹۰ درصد مشتریانی که از سرویس پشتیبانی آنلاین استفاده می‌کنند، بر این باورند که به دلیل استفاده از این سرویس،

می‌توانند به شرکت اعتماد کنند. زیرا، سریع به سؤالاتشان پاسخ داده می‌شود، مشکلاتشان حل می‌شود و اطمینان حاصل می‌کنند که هر زمان که نیاز باشد، از این پشتیبانی بهره‌مند خواهند شد.

۶- نکته نارضایتی مشتری را نشان می‌دهد

روش‌های سنتی، مانند ایمیل یا تماس تلفنی، فقط می‌توانند دریافت یا شنیده شوند، بنابراین نمی‌توانند نارضایتی را نشان بدهند. ولی با چت آنلاین، می‌توان به تمام تاریخچه چت‌هایی که ذخیره می‌شوند، دسترسی داشت. در این روش، مدیر می‌تواند به راحتی مشکلات و نیازهای مشتریان را پیدا کند و روش‌هایی برای حل آن در نظر بگیرد. این یکی از بزرگ‌ترین مزیت‌های سرویس پشتیبانی آنلاین محسوب می‌شود. این سرویس، حتی از تمام رسانه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، تلگرام، واتس‌آپ و غیره نیز سریع‌تر است. آمارها نشان می‌دهد که دریافت پاسخ در رسانه‌های اجتماعی، حداکثر ۱۰ ساعت، از طریق ایمیل، حداکثر ۱۷ ساعت و از طریق سرویس پشتیبانی آنلاین، حداکثر ۲ دقیقه زمان می‌برد.

۷- مزیت رقابتی دارد

مطالعه‌ای که در مجله بین‌المللی TELUS به چاپ رسیده است، نشان می‌دهد که بسیاری از شرکت‌های برتر، هنوز در سایت خود سرویس پشتیبانی آنلاین ندارند. در این مطالعه که روی ۱۰۰۰ وبسایت انجام شده بود، آمده است که تنها ۹ درصد وبسایت‌ها از این سرویس استفاده می‌کنند. این یافته نشان می‌دهد که نصب این نرم‌افزار در وبسایت شرکت شما برای دستیابی و

پشتیبانی سریع، یک عامل رقابتی محسوب می‌شود. شما فرصت‌های بیشتری برای درگیر کردن بازدیدکنندگان سایت و فروش محصولات خود خواهید داشت.

۸- تجارت را فراتر از مکان ارتقاء می‌دهد

درست است که داشتن وبسایت به شرکت‌ها کمک می‌کند تا بازدیدکنندگانی فراتر از شهر یا کشور خود داشته باشند، ولی خرید توسط آن‌ها را تضمین نمی‌کند. داشتن چت آنلاین، این امکان را فراهم می‌کند که افرادی که دور از موقعیت فیزیکی شرکت زندگی می‌کنند نیز بخواهند از آن خرید کنند. حتی شرکت به این طریق می‌تواند مشتریان بین‌المللی نیز جذب کند. افرادی که در مکان‌های دور زندگی می‌کنند به علت هزینه بالای تماس تلفنی، از انجام آن امتناع می‌کنند، ولی چت آنلاین این مشکل را حل می‌کند و به شرکت شما کمک می‌کند تا حتی از جاهایی که تصورش را نمی‌کنید، مشتری جذب کنید. شما می‌توانید با فردی که در آن سوی مرزها زندگی می‌کند، همانطور گرم و صمیمی رفتار کنید که با کارمندان، حضوری رفتار می‌کنید.

۹- میانگین ارزش سفارشات را افزایش می‌دهد

سیستم چت آنلاین، تنها باعث بالا بردن فروش نمی‌شود، بلکه میانگین ارزش سفارشات را نیز بالا می‌برد. استفاده از این سیستم و صحبت کردن با مشتریان و دانستن نیازهای آن‌ها، باعث می‌شود بتوانید محصولات و سرویس‌های جدیدی نیز به آن‌ها معرفی کنید. مثلاً اگر خریدار، به دنبال یک لپ‌تاپ است، می‌توانید علاوه بر لپ‌تاپ، دستگاه کیس، کیف حمل لپ‌تاپ و سایر وسایل مرتبط را هم پیشنهاد دهید و میانگین ارزش سفارش را بالا ببرید. همانطور که

در بخش آمارها نیز گفته شد، شرکت Virgin Airline، به این طریق توانسته است، فروش محصولات را تا ۱۵ درصد افزایش دهد.



نکاتی که باید برای راه‌اندازی سیستم چت آنلاین به خاطر بسپارید

حال که به اهمیت ویژه سیستم پشتیبانی آنلاین پی برده‌اید، زمان آن است که بدانید برای راه‌اندازی این سرویس، چه اقداماتی باید انجام دهید. ما به این سؤال نیز پاسخ داده‌ایم:

۱- نیازهای تجاری را ارزیابی کنید

شرکت‌ها باید در ابتدا بدانند که سرویس پشتیبانی آنلاین، تا چه اندازه بر روی استراتژی‌های کلی تجارت تاثیرگذار خواهد بود. برای مثال، شرکت‌ها باید این پرسش‌ها را ارزیابی کنند:

- آیا این سرویس، هزینه‌ها را کاهش خواهد داد؟
- آیا این سرویس، با کاهش زحمت مشتری، رضایت او را بالا خواهد برد؟

- آیا باعث افزایش فروش خواهد شد؟
رویکرد کلی انجام هر کار جدید برای شرکتها این است که در مقیاس کوچک آن را امتحان کنند. سپس با تحلیل نتایج به دست آمده، آن را در مقیاس بزرگتر انجام دهند.

۲- پلتفرمی مناسب برای چت انتخاب کنید

زمانیکه نیاز سرویس پشتیبانی آنلاین را حس کردید، قدم بعدی این است که پلتفرم مناسب را انتخاب کنید. پلتفرم نامناسب، تأثیراتی منفی بر روی سرویس پشتیبانی خواهد داشت. در انتخاب پلتفرم باید این فاکتورها را در نظر بگیرید:

- آیا باید پلتفرم را هاست کنید یا از یک کلودبیس استفاده کنید؟
- آیا باید از پلتفرم کنش‌گرا یا از پلتفرم واکنش‌گرا استفاده کنید؟
- آیا پلتفرم باید از راهنمایی فعال یا راهنمایی منفعل برای هدایت مشتریان استفاده کند؟

ویژگی‌های امنیت اطلاعات و گزارش توانایی‌هایی مانند تاریخچه مذاکرات و نسخه‌های چت، باید به خوبی تحلیل شود. ویژگی‌های مواجهه با مشتری مانند رمزگذاری، ابلاغ تایپ، توانایی تغییر اندازه فونت و هدایت صفحه باید با دقت بررسی شود. شرکتها، همچنین باید بتوانند بررسی‌های سرویس در انتهای جلسات را هدایت کنند و توانایی اندازه‌گیری و گزارش داشته باشند. پلتفرم سرویس، باید مانا و قابل توسعه باشد و امکان نوآوری داشته باشد.

۳- تجربه مشتری را مدیریت کند

مدیریت تجربه مشتری، مهم‌ترین بخش اجرای سرویس است و ترفندهای زیادی دارد. اگرچه چت آنلاین، نسبت به ایمیل یا تماس تلفنی، غیررسمی‌تر است، اما مشتری باز هم انتظار یک تجربه مناسب و باکیفیت دارد. برای مدیریت بهینه تجربه مشتری، اپراتور چت، باید موفق عمل کند، روی کاهش زحمت مشتری تمرکز کند، تعامل را شخصی‌سازی کند و نقش یک تسهیل‌کننده و حفظ‌کننده را داشته باشد. این فرد، باید مشتریان را درگیر یک مکالمه معنادار کند و پاسخ‌هایی کوتاه و کافی ارائه دهد. شکایات مشتریان را از طریق چت، مدیریت کند و صداقت خود را نشان دهد. همچنین می‌توانید در کنار وبسایت، از طراحی اپلیکیشن موبایل نیز برای کسب و کارتان بهره ببرید و قابلیت چت آنلاین را به اپلیکیشن خود، اضافه کنید.

آخرین بخش موارد لازم برای راه‌اندازی سیستم چت آنلاین، به مهارت‌های اپراتور اشاره می‌کند. شاید این سؤال به ذهن شما بیاید که آیا موفقیت در ارائه این سرویس، به استراتژی‌های خاصی از طرف اپراتور نیاز دارد یا خیر؟ این سیستم نیز همانند هر سیستم دیگری، به مهارت‌ها و استراتژی‌های اجرایی خاصی نیازمند است. در اینجا، به مهم‌ترین استراتژی‌های اجرای سرویس چت آنلاین اشاره می‌کنیم.



توانایی‌هایی که اپراتور چت آنلاین، به آن‌ها نیاز دارد

۱- اپراتور باید به خوبی با هدف تجاری شرکت آشنایی داشته باشد

مسئولیت اول اپراتور چت آنلاین، این است که به خوبی محصولات و خدمات ارائه شده توسط شرکت را بشناسد. او باید از استراتژی قیمت‌گذاری و چگونگی تناسب آن با مشتری، آگاهی داشته باشد. دانستن موجودی بازار و میانگین سرعت لازم برای تحویل محصول و ایراداتی که ممکن است توسط مشتری مطرح شود، برای اپراتور ضروری است.

۲- زمان مناسب را برای شروع گفتگو تشخیص دهد

گاهی سؤالات مطرح شده از طرف کاربر، به مواردی اشاره می‌کند که نشان می‌دهد او می‌تواند برای دریافت پاسخ خود منتظر بماند. اما، مواردی هم وجود دارد که کاملاً مشخص می‌کند باید به زودی مکالمه را با او شروع کنید

و او را به طریقی متقاعد کنید. اعتراض و شکایت، نمونه‌ای از این موارد است که باید به خوبی توسط اپراتور تشخیص داده شود.

۳- جنبه شخصی به جلسه گفتگو بدهد

جنبه شخصی دادن، به معنای افزودن یک عنصر انسانی به کلیت مکالمه است. مثلاً معرفی خود و اجازه دادن به مشتری برای نامیدن شخص موردنظر، یک شیوه عالی برای شخصی کردن است. شخصی کردن، باعث نهادینه کردن رابطه بین مسئول و مشتری می‌شود. مسئول گفتگو، باید بهترین و مناسب‌ترین ایده‌ها را با مشتری در میان بگذارد و پاسخ‌های مناسب و حاوی اطلاعات به او بدهد تا مشتری با رضایت و خوشحالی جلسه را ترک کند. اپراتور، باید به جای اصرار به خرید محصول، مشتری را به سمت محصول مناسبی که نیازهایش را برطرف می‌کند، هدایت کند. همچنین، بعضی از شرکت‌ها، برای شروع چت از مشتری اطلاعات شخصی، مانند اسم او را می‌پرسند تا بتوانند او را با نام خطاب کنند. این شیوه نیز روش بسیار مناسبی برای شخصی کردن است.

۴- در اسرع وقت پاسخ دهد

اگر مشتری، گفتگو را شروع کرده است، باید در اسرع وقت توسط اپراتور به او پاسخ داده شود تا مانع از منتظر ماندنش شود. امروزه، ارائه سرویس‌های سریع برای مشتریان، بسیار اهمیت دارد و مشتریان، آن را تحسین می‌کنند. گاهی تصمیم مشتریان برای خرید کالا توسط سرعت چت اپراتورها تعیین می‌شود. دیر پاسخ دادن می‌تواند باعث شود مشتریان به سرعت وبسایت شرکت را ترک کنند.

۵- نیاز به برقراری ارتباط صوتی را تشخیص دهد

بر اساس آمار Amex، مشتریان در بعضی مواقع ترجیح می‌دهند که ارتباط تلفنی داشته باشند. ۳۸ درصد مشتریان برای درخواست‌های پیچیده، مثلاً پس دادن یا دریافت راهنمایی برای کالا، تماس تلفنی را ترجیح می‌دهند و تنها ۱۸ درصد از آن‌ها چت را ارجح می‌دانند. ۴۶ درصد مشتریان هم برای درخواست‌های پیچیده‌تر مانند شکایت کردن، تماس تلفنی و تنها ۴ درصد چت را ترجیح می‌دهند. بنابراین، اپراتورهای چت، قطعاً باید زمان تماس تلفنی را تشخیص بدهند. اما، باید اطمینان حاصل کنند که مشتریان ناچار نیستند گفته‌های قبلی را دوباره برای یک شخص دیگر تکرار کنند که در این صورت دچار سرگردانی خواهند شد. برای این منظور، شرکت باید یک کانال واحد داشته باشد تا از بروز این مشکل جلوگیری کند.

۶- تحمیل گرانه رفتار نکند

بدون شک، کنش‌گرا بودن و کمک به مشتری بسیار خوب است، اما نباید باعث شود اپراتور توسط مشتری پس زده شود. در یک جلسه چت، اپراتور نمی‌تواند ذهنیت یک مشتری، زبان بدن و غیره را تشخیص دهد. بنابراین، باید به صورت هوشمندانه با آن‌ها رفتار کند. برای مثال، اگر مشتری به سؤال «آیا می‌توانم بیشتر به شما کمک کنم؟» جواب ندهد، اپراتور باید بداند که مشتری، علاقه‌مند به مکالمه نیست و باید سریعاً به آن خاتمه دهد.

۷- همیشه درخواست فیدبک کند

اپراتورها باید از مشتریان درخواست فیدبک کنند. درخواست فیدبک و پیشنهاد، باعث می‌شود مشتری احساس ارزشمندی کند و دوباره به سایت سر بزند.

علاوه بر آن، اپراتور نیز به نقاط ضعف و قوت خود پی می‌برد و می‌تواند جلسات بعدی را با تسلط بیشتری مدیریت کند.

۸- اهداف را به صورت شفاف مشخص کند

پاسخ دادن به تمام مشتریان در یک زمان واحد، کار سختی است. بنابراین، در این مواقع اپراتور باید:

- با شفافیت زمان انتظار را بیان کند: اگر قرار است یک مشتری منتظر بماند، بهتر است بداند که زمان این انتظار چقدر خواهد بود و دلیل آن چیست. اگر ناچار هستید درباره موضوع موردنظر، تحقیق بیشتری انجام دهید یا او را به یک کارشناس دیگر ارجاع دهید، مطلب را با او در میان بگذارید تا اطمینان حاصل کند که به او اهمیت می‌دهید و سؤالش را فراموش نکرده‌اید.

- در مورد ساعات کاری سیستم چت شفاف باشد: اگر سیستم به صورت ۲۴ ساعته فعال است، به مخاطبان اعلام کنید. در غیر این صورت، در مواقعی که قادر به پاسخگویی نیستید، آن را خاموش کنید.

- صمیمی باشد: اپراتور، هرگز نباید با مشتری رفتاری سرد داشته باشد. با مشتریان خود در هنگام چت، مهربان و باحوصله رفتار کنید و یقین داشته باشید که آن‌ها این رفتار شما را تحسین می‌کنند.

۹- تصدیق و تاکید کند

صرف نظر از اینکه مشتری درباره چه موضوعی برای اپراتور می‌نویسد، او باید درباره نیازهای آن‌ها حساس و مسئول باشد. نگرانی‌های آن‌ها را تصدیق کند و به آن‌ها حق بدهد. خودش را به جای آن‌ها بگذارد تا بتواند آن‌ها را خوب

درک کند. در این صورت آن‌ها احساس خواهند کرد که برای شرکت اهمیت دارند و شما نمی‌خواهید با پایان دادن به مکالمه، از آن‌ها خلاص شوید.

۱۰- مثبت باشد

صرف‌نظر از هویت و برند شرکت، دوستانه و صمیمی بودن در حین چت، اهمیت زیادی دارد. اپراتور، نباید بیش از حد کوتاه صحبت کند. سعی کنید از علامت‌هایی مثل تعجب و تحسین در احوال‌پرسی و خداحافظی استفاده کنید. ناگهانی خداحافظی نکنید و حتماً قبل از آن، از مشتری بپرسید که آیا کمک دیگری از دست شما برمی‌آید یا خیر. به مثال زیر توجه کنید. این بدترین نوع خاتمه دادن به یک مکالمه است:

جیسون: سلام به مکالمه آنلاین خوش آمدید. چطور می‌توانم به شما کمک کنم؟

ماری: سلام من می‌خواهم مرحله سفارش خود را چک کنم. شماره آن ۴۸۳۰۲۱ است. می‌ترسم به موقع برای مراسم تولد دخترم به دستم نرسد. جیسون: بسیار خوب، چند لحظه صبر کنید.

جیسون: سفارش شما تا ۲ روز کاری آینده به دست‌تان خواهد رسید. امیدوارم توانسته باشم به شما کمک کنم.

جیسون، به مکالمه پایان می‌دهد. او نه اسم ماری را می‌پرسد و نه خودش را معرفی می‌کند. لحن کلام جیسون تند و خشک است و بنابراین نمی‌تواند تبلیغ‌کننده خوبی برای آن برند باشد. همچنین، جیسون به صورت ناگهانی به مکالمه پایان می‌دهد و ماری را با سؤالات بی‌جوابش رها می‌کند. اما، مکالمه زیر، نمونه‌ای از یک مکالمه درست است.

جیسون: سلام ماری، من جیسون هستم. به مکالمه آنلاین خوش آمدید. امروز چطور می‌توانم به شما کمک کنم؟

ماری: سلام من می‌خواهم مرحله سفارش خود را چک کنم. شماره آن ۴۸۳۰۲۱ است. می‌ترسم به موقع برای مراسم تولد دخترم به دستم نرسد.

جیسون: عالی، از اینکه اطلاع دادید ممنونم. لطفاً ۱ دقیقه زمان بدهید تا سفارش شما را چک کنم.

ماری: ممنونم. نگرانم به موقع دریافت نکنم. آخر هفته تولد دخترم هست.

جیسون: می‌فهمم، من هم اصلاً دوست ندارم کادوی تولد دخترم ۲ روز بعد از تولد به دستش برسد.

جیسون: سفارش شما تا ۲ روز کاری آینده به دست‌تان خواهد رسید. یعنی روز جمعه. درست روز تولد دخترتان.

ماری: عالی، همینطور می‌خواستم بدونم آیا آدرس رو درست دادم، ۱۲۳۰ مالبری، خیابان هفتم.

جیسون: اشکالی ندارد، اجازه بدهید برای‌تان چک کنم. بله، آدرس کاملاً درست است.

ماری: واقعاً ممنونم.

در اینجا، مکالمه خاتمه می‌یابد و جیسون موفق شده است که به خوبی به وظیفه خود عمل کند.

۱۱- پیام مشتری را با دقت بخواند

اگر مشتری سؤالی بپرسد و یک پاسخ کاملاً کلی دریافت کند، سردرگم خواهد شد. به عنوان یک اپراتور، حتماً سؤال مشتری را با دقت بخوانید و آن را حدس

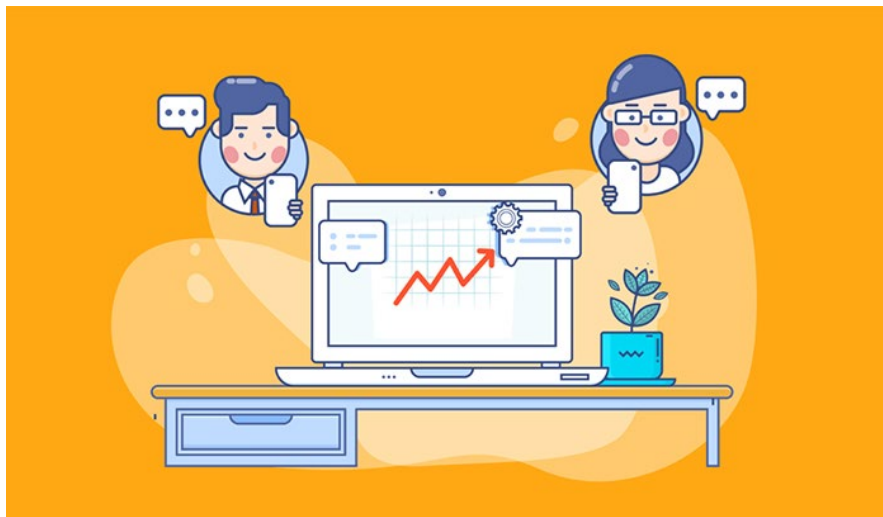
نزنید. این باعث خواهد شد که تسلط بیشتری بر روی گفتگوهای که به صورت همزمان انجام می‌دهید، داشته باشید. سعی کنید به خوبی متوجه شوید که مشتری به دنبال چه چیزی است و بدون گمراه کردن او به همان چیز پاسخ دهید.

۱۲- پاسخ‌های دقیق بدهد

این استراتژی، فقط مختص به سرویس چت آنلاین نیست و تمام انواع شیوه‌های ارتباط با مشتری را شامل می‌شود. هرگز اجازه ندهید که سریع پاسخ دادن باعث شود پاسخ‌های مبهم به مشتری بدهید. چنانچه پاسخ را نمی‌دانید از همکاران خود کمک بگیرید. تحقیق کنید و در انتها یک پاسخ دقیق به مشتری بدهید. راه‌حل‌ها را با جزئیات به مشتری ارائه دهید. این کار باعث می‌شود خود مشتری دفعات بعد به درستی مراحل را تشخیص دهد و تعداد سؤال‌هایش کم شود.

۱۳- اصول نوشتاری را بصورت درست و استاندارد استفاده کند

فراموش نکنید که یک اپراتور، حتماً باید از گرامر، املاء و ساختار جملات، درست استفاده کند. این باعث می‌شود که سایت شما حرفه‌ای‌تر و قابل اطمینان‌تر به نظر برسد. از زبان بسیار تکنیکی، اختصارنویسی و اصطلاحات محاوره‌ای منطقه‌ای پرهیز کنید. ممکن است مشتری به درستی آن‌ها را متوجه نشود.



نتیجه گیری

چت آنلاین، اکنون به یکی از پذیرفته‌ترین و پرکاربردترین سیستم‌های پشتیبانی تبدیل شده است. اهمیت این سرویس، در درجه اول به سرعت بودن آن برمی‌گردد. دنیای پرسرعت امروز از شیوه‌هایی که در کم‌ترین زمان انجام می‌شوند، بیش‌ترین استقبال را می‌کند. سیستم چت آنلاین، مزایای دیگری نیز دارد، اما به شرطی مؤثر واقع می‌شود که سیستم به درستی طراحی و مدیریت شود و اپراتورهایی داشته باشد که به خوبی با شیوه‌های استراتژیک مکالمه در این سیستم، مسلط باشند. بدیهی است که تمام سیستم‌ها، با اجرای هوشمندانه به نتیجه می‌رسند. اگر شما نیز قصد دارید که سیستم چت آنلاین را در سایت خود راه‌اندازی کنید، می‌توانید با انجام مشاوره، تمامی سؤالات و ابهامات خود را برطرف کنید.