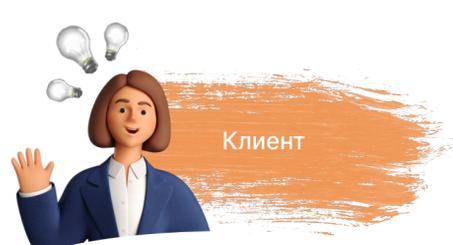


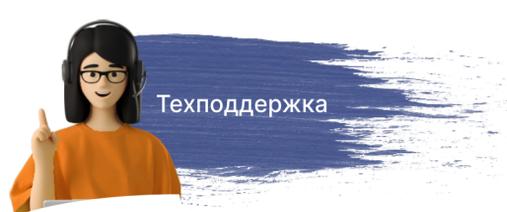
Работа с пожеланиями от клиента

Основной бизнес-процесс от запросов и пожеланий клиентов до обработки, внесения корректировок и правок, внедрения новых инструментов. Ни одно пожелание не уходит в утиль, каждое ждет своего часа.



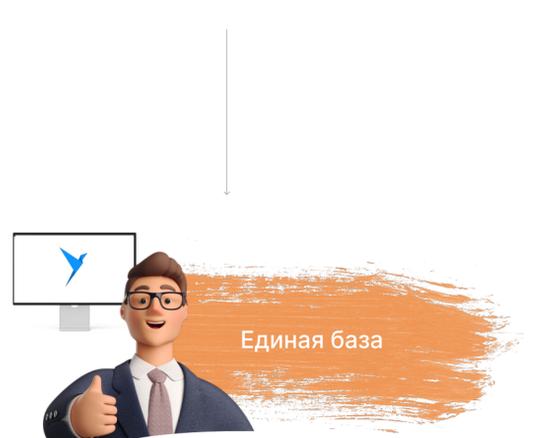
В каждой компании работа с маркировкой устроена по-своему.

Например, кому-то удобно агрегировать товар, а другая организация предпочитает этого не делать и может наступить момент, когда текущих возможностей сервиса просто не хватает.



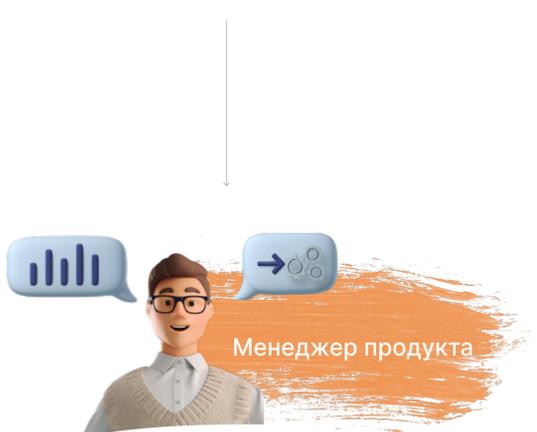
Тогда клиент связывается с представителями сервиса.

Чаще всего пожелания поступают через техподдержку, но пользователь также может связаться с менеджером по продажам, сотрудником внедрения или оставить их в сервисе самостоятельно.



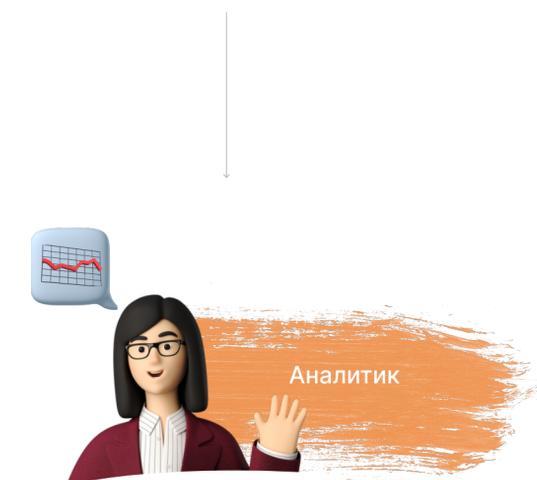
После того, как клиент оставил пожелание, оно попадает в единую базу.

Там происходит первичная обработка: похожие обращения группируются и дополняются комментариями, а затем их передают менеджерам продуктов.



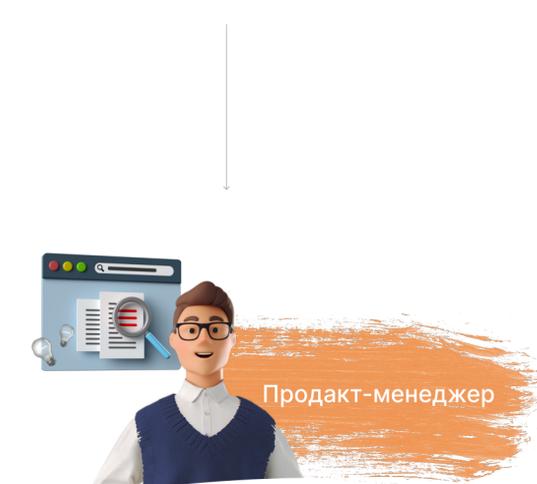
Менеджеры продукта решают, куда отправить пожелание.

Если дело касается обычных возможностей сервиса, то сразу к аналитику, а если затрагиваются законодательные изменения - к эксперту.



Аналитик изучает важность новой возможности для бизнеса клиентов и популярность запроса среди разных сегментов.

Если нужно, связывается с клиентами и уточняет информацию о пожелании



Вся собранная информация переходит в руки продакт-менеджеру и позволяет ему приоритезировать задачи.

Наибольший приоритет получают пожелания, которые приносят наибольшую ценность клиентам.



Потом изменения презентуются всем смежным отделам: готовятся справочные материалы, статьи и инструкции.

Если изменения критичные, то сотрудники могут связаться с пользователями, чтобы узнать обратную связь.



Команда разработки принимает задачу.

Команда не только реализует новые возможности, но и проверяет, чтобы изменения соответствовали внутренним стандартам качества.

А еще тестирует на ошибки.