

شاخص‌های مدیر پشتیبانی مشتری

برخی از شاخص‌های عملکردی و کاربردی برای تیم شما



KPI چیست؟



- شاخص‌های کلیدی عملکردی یا همان Key Performance Indicators، در واقع متریک‌ها و معیارهای اندازه‌گیری هستند، که به ما در تعیین درستی انجام کارها و فعالیت‌هایمان کمک می‌کنند.

- ما با استفاده از KPIها، قرار است تا بدانیم در چه وضعیتی هستیم و با اندازه‌گیری این پارامترها، می‌توانیم بگوییم که در راه رسیدن به اهدافمان چگونه عمل می‌کنیم.



شاخص‌های اصلی

رضایت مشتری
Customer Satisfaction

۱

نرخ حل مشکل در اولین تماس
First Contact Resolution (FCR) Rate

۲

میانگین زمان رسیدگی
Average Handle Time (AHT)

۳

امتیاز تلاش مشتری
Customer Effort Score (CES)

۴

امتیاز خالص تبلیغ کننده
Net Promoter Score (NPS)

۵

نرخ جابه‌جایی نماینده
Agent Turnover Rate

۶

پایبندی به قراردادهای سطح خدمات
Adherence to Service Level Agreements (SLAs)

۷

میانگین زمان حل مشکل
Average Resolution Time (ART)

۸



شاخص‌های اصلی

حجم کل تیکت پشتیبانی به تیکت های پاسخ داده شده
Customer Support Ticket Volume to Solved Tickets

۹

هزینه پشتیبانی مشتری به ازای هر تیکت
Customer Support Cost per Ticket

۱۰

۱. رضایت مشتری

Customer Satisfaction

این معیار رضایت کلی مشتریان از پشتیبانی ارائه شده را اندازه گیری می کند. رضایت بالا نشان دهنده حل موثر مشکل و تعاملات مثبت با مشتری است.

بر اساس نظرسنجی و بازخورد مشتری محاسبه می شود

۲. نرخ حل مشکل در اولین تماس

First Contact Resolution (FCR) Rate

این متریک درصد مشکلات مشتری حل شده در اولین تماس را اندازه گیری می کند. نرخ بالای FCR نشان دهنده حل مشکل کارآمد و رضایت مشتری است.

نرخ حل مشکل در اولین تماس = (تعداد مشکلات حل شده در اولین تماس / تعداد کل تماس های مشتری) × ۱۰۰٪

۳. میانگین زمان رسیدگی

Average Handle Time (AHT)

این KPI میانگین زمان صرف شده برای هر تعامل با مشتری را اندازه گیری می کند. AHT پایین تر نشان دهنده مدیریت کارآمد تماس و بهبود بهره وری نماینده است.

میانگین زمان رسیدگی = کل زمان رسیدگی برای همه
تعاملات / تعداد کل تعاملات

۴. امتیاز تلاش مشتری

Customer Effort Score (CES)

این معیار میزان تلاش مشتریان برای حل مشکلات خود را اندازه گیری می کند. CES پایین تر نشان دهنده رویکرد مشتری محور و فرآیندهای پشتیبانی کارآمد است.

بر اساس نظرسنجی ها و بازخورد مشتری محاسبه می شود.

۵. امتیاز خالص تبلیغ کننده

Net Promoter Score (NPS)

این معیار وفاداری و حمایت مشتری را اندازه گیری می کند. NPS بالا نشان دهنده رضایت قوی مشتری و احتمال توصیه شرکت به دیگران است.

امتیاز خالص تبلیغ کننده = درصد مروجان - درصد مخالفان

۶. نرخ جابه‌جایی نماینده

Agent Turnover Rate

این معیار میزان خروج عوامل پشتیبانی مشتری از شرکت را اندازه‌گیری می‌کند. نرخ جابه‌جایی پایین نشان‌دهنده یک محیط کاری مثبت و مدیریت مؤثر کارگزار است.

نرخ جابه‌جایی نماینده = (تعداد نمایندگان که ترک کردند / میانگین تعداد نمایندگان) $\times 100\%$

۷. پایبندی به قراردادهای سطح خدمات

Adherence to Service Level Agreements (SLAs)

درصد تعاملات مشتری را که با توافقات سطح خدمات از پیش تعریف شده مطابقت دارد، اندازه گیری می کند. پایبندی بالا نشان دهنده عملکرد ثابت و رضایت مشتری است.

پایبندی به قراردادهای سطح خدمات = (تعداد تعاملات
منطبق با SLA / تعداد کل تعاملات) $\times 100\%$

۸. میانگین زمان حل مشکل

Average Resolution Time (ART)

این شاخص میانگین زمان صرف شده برای حل مشکلات مشتری را اندازه گیری می کند. ART کوتاهتر نشان دهنده حل مشکل کارآمد و بهبود رضایت مشتری است.

میانگین زمان حل مشکل = زمان حل کل برای همه
مسائل / تعداد کل مسائل

۹. حجم کل تیکت پشتیبانی به تیکت های

پاسخ داده شده

Customer Support Ticket Volume to

Solved Tickets

این معیار تعداد تیکت های پشتیبانی مشتری ایجاد شده در یک دوره خاص و میزان تیکت های پاسخ داده شده را اندازه گیری می کند. این شاخص به ارزیابی حجم کلی کار، تخصیص منابع و تعیین اثربخشی منابع کمک میکند.

نسبت تعداد کل تیکت های حل شده به کل تیکت های

ایجاد شده در پشتیبانی

۱۰. هزینه پشتیبانی مشتری به ازای هر تیکت

Customer Support Cost per Ticket

این متریک میانگین هزینه انجام شده برای حل و فصل یک تیکت پشتیبانی مشتری را اندازه گیری می کند. این شاخص به ارزیابی کارایی فرآیند پشتیبانی و شناسایی فرصت های صرفه جویی در هزینه کمک می کند.

هزینه پشتیبانی مشتری به ازای هر تیکت = کل
هزینه های پشتیبانی مشتری / تعداد کل تیکت های
پشتیبانی مشتری

تهیه شده در ریرا



ممنون از توجه شما