



האם לספק שירות לקוחות בפייסבוק?

כן. אומנם תידרשו לספק מענה תוך 5 דקות ל-90 אחוז מהלקוחות, אבל אם לא תהיו שם איך תוכלו להשתתף בשיחה על העסק שלכם? **ווטל מגר**

מוד 24/7. האפליקציה הרשמית של פייסבוק לניהול עמודים (חפשו "Pages" בחנות האפליקציות) עושה את העבודה אך האינטרנט נט מלא בכלים מצוינים נוספים, חלקם חינמיים וחלקם בתשלום. אפשר גם לשכור שירותים של פרילנסר או חברת ניהול מדיה חברתית.

כמה מהר זה מהר?

הזמן הוא קריטי בפייסבוק. אם תענו ללקוח יומיים אחרי ששלח הודעה כבר לא תהיה לכך משמעות. פייסבוק עוזרת לגולשים לדעת כמה אתם 'שירותיים' כך שאם עניתם תוך זמן ממוצע של חמש דקות ל-90% מההודעות שנשלחו אליכם, יופיע אייקון ירוק ליד שם העמוד שמראה שהעסק ידודתי ללקוח.

כדי לעמוד בכך שימו לב כי בממשק ניהול ההודעות תוכן לו ליצור תבניות טקסט למענה מהיר, לדוגמה "שלום X, תודה על פנייתך. איך אני יכול לעזור?". בנוסף תוכלו להגדיר שעות פעילות בהן אתם זמינים ואפילו הודעה אוטומטית שתשלח לגולש שפונה מעבר לשעות אלו.

לקוח רשם לי תלונה וכולם רואים אותה

קודם כל - תגיבו. אל תשאירו תלונות פתוחות כי הן לא ייעלמו מעצמן. ראו בתלונה הזדמנות ולא איום ונצלו את המקרה בכדי להראות שאכפת לכם. בעת מתן התגובה היו אמפתיים ושירותיים. נסו לראות את המקרה דרך העיניים שלו. ענו בנימוס והימנעו מלהיגרר לוויכוח פומבי על גבי העמוד ואם אפשר, העבירו את השיחה להודעות פרטיות או בקשו את הטלפון של הלקוח. אל תשכחו בסוף לעדכן בתגובות הנושא טופל לשיעור רצונו. הכי חשוב - זכרו שגם אתם לקוחות ותנו את השירות שהייתם מצפים לקבל בעצמכם.

הכותב הוא יועץ לשיוק דיגיטלי וחברתי



**משתמשים
בפרופיל אישי
כדי לקדם את
העסק? מומלץ שתמהרו
להקים עמוד עסקי
כי אם לא תעשו זאת
בשבילכם**

עד כאן החלק הקל - עכשיו לעבודה
ללקוחות יש מספר אפשרויות לתקשר אתכם - הם יכולים לכתוב תגובה על פוסט שאתם העליתם או לשלוח הודעה פרטית. מומלץ להשאיר את כל האופציות פתוחות ולזכור שגם אם תחסמו את חלקן או את כולן, זה לא מה שימנע מהלקוחות להתלונן.

משהעלנו את העמוד לאוויר אנחנו חייבים לעקוב אחריו באופן קבוע. זה השלב שאתם קופצים וצועקים "אין לי זמן לזה" וכדרך כלל אתם צודקים. החכמה היא למצוא את הדרך לנהל את העמוד מבלי שישאב את הזמן הפנוי ויסיט את תשומת הלב מהמטרה המרכזית של העסק.

לכן מצאו מישהו שיעזור לכם, לדוגמה - פקיד קבלה שחלק מזמנו פנוי ויכול להעיק מבט בפייסבוק, נניח פעם בשעה. בתור מנהלי העסק השתמשו בכלים ובאפליקציות לקבלת עדכונים על פניות וכך לא תצטרכו להסתכל על הע-

ובלי להתאמץ הצגתי 20 פוסטים הקשורים לעסק שלו באופן ישיר - הוא היה בשוק. מעבר לתגובות האוהדות שהוא היה יכול לנצל כדי להעצים את הלקוח שלו ולמשוך לקוחות חדשים, היו שם תלונות שהוא לא הכיר.

הבעיה היא שלקוח שמפרסם תלונה בפייסבוק מצפה ליחס. ייתכן ששקודם הוא ניסה את הדרכים הקונבנציונאליות ולא קיבל מענה או שזו הדרך היחידה בה בחר, אבל בשורה התחתונה התלונה הזו באוויר והיא לא תעלם. עכשיו הבחירה היא אם לשלוט בתלונות האלו או להתעלם מהן. כמובן שהתשובה הנכונה היא לשלוט.

אז תכלס, מה עושים?

משתמשים בפרופיל אישי כדי לקדם את העסק? מומלץ שתמהרו להקים עמוד עסקי כי אם לא תעשו זאת פייסבוק תעשה זאת בשבילכם שכן תקנון פייסבוק אוסר על קידום עסק באמצעות פרופיל פרטי. עמוד הפייסבוק יהווה מקום לניהול השיח עם הלקוחות ועמוד טוב יהפוך לזירת השיח המרכזית סביב העסק. עצבו את העמוד כך שישקף את המותג שלכם, עדכנו את פרטי העסק במקום הרלוונטי ואל תשכחו לשים קישור לאתר האינטרנט שלכם.

אם צריך לספק שירות לקוחות בפייסבוק? התשובה היא קודם כל - כן. לא בכל מקרה, ולא בכל מחיר אבל השאיפה של כל בעל עסק היא להיות נוכח שם. כדי להבין מדוע זה חשוב יש להבין שגם אם העסק שלכם לא נמצא 'רשמית' בפייסבוק, הלקוחות שלכם שם. אנחנו מנהלים היום את החיים שלנו ברשת ולחשוב שאם אתה לא שם אז לא מדברים עליך זה לקבור את הראש בחול.

לאחרונה נפגשתי לקפה עם חבר, בעליה של חנות מזון וציוד לחיות שהיא כל עולמו. החבר, נקרא לו גיא, סיפר בתשוקה על שעבר עליו מאז פתיחת החנות, על הקשיים, החיבור ללקוחות (ההולכים על שתיים ועל ארבע) ועוד. לפני שהספיק לסיים לא הצלחתי להתאפק ובאימפולסיביות האופיינית למנהלי מדיה חברתית שלפתי את האייפון והכרזתי בקול - "אבל למה אני לא מוצא את החנות שלך בפייסבוק?". גיא לא התבלבל וענה "החלטתי שזה לא בשבילי. יש לי אתר ויש שם טלפון ומי שצריך מוצא אותו. חוץ מזה, למי יש זמן לזה. יש לי עסק לנהל פה".

כיוון שאני לא מאלה שיתנו להצרה כזו לעבור בשתיקה, באותו הרגע הרצתי חיפוש של שם החנות

