



СУДОВОЙ ЖУРНАЛ
ORM-КОМАНДЫ

Год на борту Flowwow



flowwow



Flowwow — маркетплейс цветов и подарков,

а это значит, что год от года мы проходим одни и те же **сезонные пики: 14 февраля, 8 Марта, 1 Сентября, День матери** в конце ноября. В эти дни нагрузка на весь сервис — от приложения до репутации — **возрастает в несколько раз.**

Наш год напоминает путешествие на парусном корабле с несколькими ожидаемыми бурями. Расскажем, как мы научились их проходить с минимальной «качкой» для репутации.

Начало путешествия



До 2023 года в команде ORM Flowwow был всего один специалист, который отвечал за SERM и ORM.

Мы получали не больше 200 отзывов в неделю и 3-4 упоминания в СМИ в месяц. Масштабы позволяли собирать данные вручную.

Но уже в феврале 2023 года у нас растут здоровые амбиции: мы определяемся с TOV, думаем о расширении команды и намечаем план присутствия в медиапространстве.



Команда репутации
в других компаниях



Команда репутации
во Flowwow в 2023



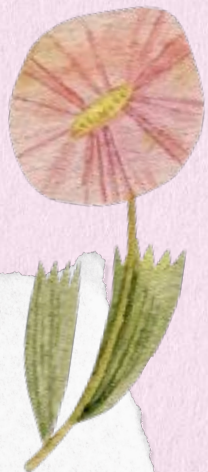
8 марта 2023



8 марта стало первым серьезным штормом на веку ORM-команды Flowwow.

Количество негативных отзывов в сравнении с предыдущим пиком, 14 февраля, **увеличилось на 110%**.

Доля негативных WOM-упоминаний составила **41% против 10%** на 14 февраля. Средний рейтинг упал **с 4,28 до 4,18**: казалось бы, немного, но в масштабах бренда это серьезно.



Разбирать обращения мы начали 8 марта, и работа над некоторыми кейсами продолжалась еще в апреле

Май 2023



Оправившись от перенесенной бури, ORM-лид поставил перед собой цель — создать команду и выстроить процессы так, чтобы следующий пиковый день прошел с минимальными потерями по среднему рейтингу и скорости ответов на отзывы.

К команде присоединяется ORM-специалист и сразу приступает к работе над отзывами.

Июнь 2023



Летом для Flowwow наступает относительный штиль:

уровень общего негатива держится на отметке не выше 4%.



Это самое благоприятное время, чтобы выстроить структуру отдела. Вдвоем «капитан» и «боцман» внедряют **новые правила**:

активно используют **Brand Analytics** для поиска упоминаний, отзывов и других обращений;

запускают первые **акции** по привлечению отзывов;

устанавливают **связь с командой SMM** и начинают следить за ответами в соцсетях.

В конце Q2 мы **поднимаем средний рейтинг с 4,18 до 4,35** и продолжаем движение вверх.



Сентябрь 2023



День знаний проходит спокойно.

Мы на гребне волны, но впереди важный сезонный шторм — **День матери**. Укрепляем команду **еще одним ORM-специалистом**, который стал нашим «шкипером»: взял на себя отзывы и жалобы, позволил коллегам вплотную заняться рейтингами. Весь год он следит за «погодными» изменениями в публичном пространстве и не дает нам напороться на случайный «айсберг».



Как опытные моряки убирают паруса перед бурей, мы готовимся к предстоящему пику:

- 🌸 разрабатываем гибкие **скрипты** для быстрых ответов на отзывы
- 🌸 прописываем **четкий план** и закрепляем за каждым специалистом **конкретные площадки**
- 🌸 подключаем инструменты для оперативных ответов: **Pointer** становится нашим верным электронным «матросом»
- 🌸 создаем **форму обратной связи в Pyrus** — теперь клиенты быстро описывают свою ситуацию по ссылке, а мы связываемся с ними по оставленному адресу электронной почты



30 ноября 2023



День матери показывает, что мы на верном пути:



селлеры принимают в **7 раз** больше заказов, чем в обычный день, но праздник проходит спокойно с точки зрения репутации — без потоков негатива и сильных изменений в среднем рейтинге (**он твердо стоит на отметке 4,52**).



Мы выдыхаем, буквально пару дней празднуем победу — и начинаем подготовку ко Дню влюбленных.

Январь 2024

На предстоящий пик 14 февраля мы ждем шквала заказов — а значит, и большого количества обращений.

Чтобы минимизировать риски со стороны репутации, делаем следующее:

🌷 для всех, кто будет работать с отзывами на разных площадках (ORM, SMM, саппорт), создаем **специальный канал**, к нему подключается команда PR, чтобы отслеживать особенно серьезные моменты

🌷 расширяем **банк скриптов**, прописываем их для всех частых ситуаций

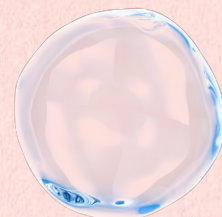


14 февраля 2024



Тут нас изрядно потрепало:

сервис накрыло волной заказов, вода залила бойлерные, и наш двигатель (то есть приложение и сайт Flowwow) **на 6 часов вышел из строя**. Селлеры не имеют доступа в свой личный кабинет, не могут принять или отменить заказы — и направляют к нам поток встревоженных обращений.

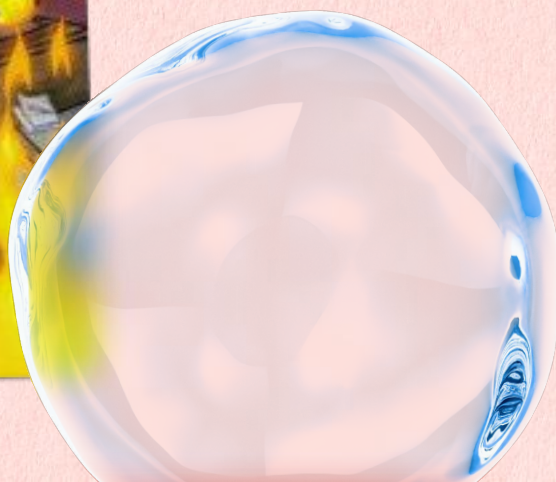
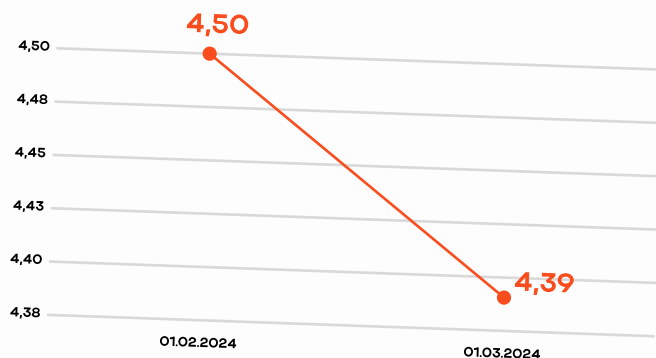


В команде ORM уже **четверо** сотрудников, но они не справляются с объемом негатива. По сравнению с памятным штормом 8 марта 2023 года доля негатива увеличилась **на 38%**. По сравнению с 14 февраля 2023 — **на 93%**.

Количество обращений в соцсети ВКонтакте увеличилось на 91% год к году. Наш общий рейтинг обрушился с 4,5 до 4,39.



Изменение рейтингов 14 февраля 2024



15 февраля 2024



Начинаем масштабную операцию по спасению рейтинга!

Привлекаем **30 человек** из разных отделов Flowwow, быстро обучаем их и приступаем к разбору отзывов и обращений в публичном пространстве. К процессу подключились даже СМО Flowwow: все хотели нам помочь.

В результате уже **на следующий день** все горячие кейсы разобраны.

19 февраля 2024



Прошедший пик показал, что нам нужны системные решения.

Проводим стратсессию и ставим задачи для подготовки к 8 Марта и следующим пиковым дням:

- 🌷 сформировать **команду** сотрудников, которые будут после каждого пика отвечать на обращения
- 🌷 подготовить **группу экспертов**, которые будут только проверять данные по заказам и не отвлекаться на ответы клиентам
- 🌷 сформировать **промокоды** и расписать, по каким претензиям их направлять
- 🌷 разбиться на **подгруппы**, в каждой определить модератора
- 🌷 удобно организовать базу скриптов
- 🌷 **ранжировать площадки** по степени их важности (ключевые, важные, неважные)
- 🌷 взять на постоянную работу **специалиста по мониторингу**

Намеченные задачи должны быть выполнены к главной буре — 8 марта.

Для этого мы выделяем сотрудника, который может в моменте корректировать скрипты. В канале ORM корпоративного мессенджера выстроили процесс обсуждения кейсов, чтобы не создавать хаос из вопросов: специалист по мониторингу вручную находит нужные упоминания и отправляет в канал, где их подхватывает группа коммуникаций.



Стратсессия
после 14 февраля
2024 года

8 марта 2024



Этого пика мы ждали, как мыса Доброй Надежды:

хотелось понять, правильно ли мы осмыслили опыт 14 февраля.

Количество заказов год к году увеличилось на **32%**.

Негатива — **на 20%** больше, чем 8 марта 2023 года, но **на 8%** меньше, чем 14 февраля.

В этот пик мы работали микрокомандами, быстро реагируя на любой негатив.

После этого в команде ORM сложилось три направления:

мониторинг

анализирует упоминания и дает фидбэк продукту

SERM

работает с рейтингами, продумывает действия по восстановлению потерянных баллов

коммуникация

быстро отвечает на все отзывы, ведет сложные кейсы



Мы уходим от ручного поиска:

сейчас в Brand Analytics у нас настроены правила и автоматическое тегирование постов — так отслеживать отзывы гораздо быстрее.

Спокойный период, все три направления ORM латают паруса занимаются рутинной работой.

SERM-команда восстанавливает рейтинг на разных площадках, например **Google Maps**. Здесь после 8 марта мы опустили с **4,6 до 4,5** (не критично, просто обидно).

На площадке быстрая модерация, поэтому сюда приходят за быстрыми ответами от компании.

С 14 по 18 февраля мы получили **12** негативных отзывов. Команда оперативно на них отреагировала, поэтому рейтинг не снизился, а вот 8 марта принесло в нашу карточку **24** негативных отзыва. Рейтинг упал **до 4,5**.

Мы ответили на каждый отзыв и решили все вопросы клиентов. Что делать дальше?

Попросить клиентов изменить оценку — малоэффективно, так как клиенты решают свой вопрос в поддержке и не выходят на связь в Google Maps

Удалить необоснованный или неподтвержденный негатив — на этой площадке не пройдет, Google Maps не верифицирует отзывы, а жаловаться можно только на вопиющие случаи: obscene лексик, оскорбления и т. д.



Апрель — июль 2024



По-настоящему нам помогут только новые позитивные оценки.

Сразу после 8 марта мы отправили **рассылку** от лица нашего маскота, кошки Дуси

Попросили людей, которые уже воспользовались нашим сервисом, оставить **отзыв** на **Google Maps**

С 11 по 31 марта мы получили 88 позитивных отзывов, и к концу месяца рейтинг вернулся на 4,6.

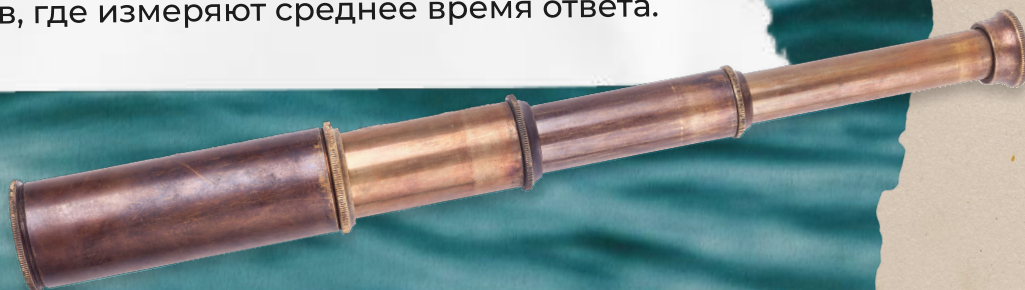
Еще 230 позитивных отзывов мы получили на **Flowwow Маркете** — офлайн-ярмарке, которая проходила в Москве 11–12 мая, а в Санкт-Петербурге — 10–11 августа. Это помогло нам достичь рейтинга 4,7!

В это время команда коммуникации взяла на себя **все соцсети** и настроила их для максимально эффективного общения с клиентами. Коллеги создали **чат-бот для ВКонтакте**, подключили программу **Angry Space**, добавили **теги** и **шаблоны** для ответов, а еще ввели **метрики качества**: сделали заглушки с запросом оценки в конце диалога (CSI) и наладили ежемесячный аудит диалогов, где измеряют среднее время ответа.

Когда решили забрать социальные сети под свое крыло



Сомнительно, но окэй



До новых встреч!



Наш годичный цикл подошел к концу, но плавание Flowwow продолжается.

Впереди новые пики и бури, но мы уже не те, что год назад: команда репутации выросла из одного сотрудника в слаженный экипаж из 8 человек, где каждый развивает свое направление. **Сейчас средний рейтинг Flowwow составляет: 4,52**, и мы продолжаем работать, чтобы следующий пиковый день (День матери) прошел еще лучше, чем в прошлый раз.

Команда репутации
и клиенты Flowwow



Команда ORM, которая работала над проектом:



**Сергеева
Валентина**

Head of ORM



**Кот
Юлия**

Lead of online
communications



**Индина
Наталья**

Lead of SERM

Команда дизайна:



**Борисова
Валерия**

сделала мемчики
про пиковые дни
в стиле Flowwow



**Чканикова
Александра**



Спасибо

**за приятное
общение
в интернете!**

