

Яндекс  Лавка

Работа с потребителями

в части обеспечения их прав

Спикер

Мария Рудяева

руководитель по качеству
собственного производства
«Яндекс Шеф» Яндекс Лавки



Негативный опыт

Как часто у Вас возникало желание обратиться к изготовителю или продавцу пищевого продукта?

И сколько раз Вы действительно обращались?

Почему?



Причины



Затрата времени

Вернуться в место продажи, ожидать ответственного и т. д.



Отрицательная реакция

Со стороны продавца



Оформление документов

А ещё прикладывание чека и формулирование причины отказа



Инновационный подход Лавки



**Формируем
позитивный
опыт**



**Потребитель
никуда
не ходит!**

Деньги возвращаются
сразу, без запроса
чека и документов



**Мощная
поддержка**

600 ШЕ, сбор инфо
по телефону или в чате



**Автоответы
заменены
на человека**

В чате общаются люди,
сначала человек —
потом цифровизация



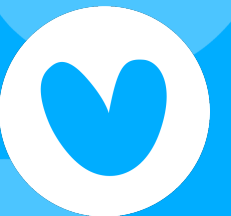
Онлайн бизнес — отключение продаж «нажатием кнопки» молниеносно

Сначала блок — потом разбор причин



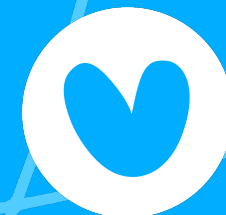
**Обработка каждого
сигнала**

**Обработка 1500-2000
обращений в день**



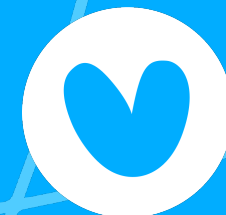
Прослеживаемость

Расследуем всю цепочку: температурные режимы — логгеры на РЦ, в транспорте, сколько везли, как укладывали, и т. д.



Ценность товара

Мы продаем не товар на прилавке, а картинку размером один на один сантиметр. Поэтому мы должны насыщать эту картинку информацией. Если вы рисуете на картинке яйцо, оно вряд ли кого-то привлечет. Покупатель должен понимать ценность товара по одному изображению



Поэтому мы самостоятельно ищем лучшие потребительские качества товаров и делимся такой информацией с клиентами.

Например, выбираем яйца с самым желтым желтком. Мы контролируем такую особенность. Покупаем пантонник (цветовая палитра) яичного цвета и на разрушительном контроле в распределительном центре проверяем, действительно ли у нас самые желтые желтки.

То есть онлайн-формат задает специфику контрольных точек





**Мы рады любой обратной связи
от потребителя**