

## OPTIMALIZACJA DOŚWIADCZEŃ W KONTAKCIE Z BOK

### Badania doświadczeń

Badania potwierdzają, że zadowolony Klient to lojalny Klient. Za pomocą optymalizacji doświadczeń można w związku z tym wpłynąć na wzrost wskaźników konwersji, a także wzmacniać retencję oraz chęć polecenia marki, serwisu bądź usługi. Działania te napędzają też marketing szeptany, co w konsekwencji finalnie przekłada się na wzrost przychodów.



Pełnowymiarowe badanie doświadczeń polegać powinno na ciągłym monitorowaniu satysfakcji Klientów z uwzględnieniem pełnego kontekstu odpowiedzi. Poznanie konsumentów polegać winno przede wszystkim na identyfikacji potrzeb oraz badaniu emocji. Działania te pozwalają następnie przewidywać ich zachowania we wszystkich punktach styku z marką. Identyfikacja obszarów wymagających dodatkowej pracy pozwala również na efektywne planowanie działań związanych z rozwojem firmy.

### Nasze podejście

Niezależnie od rodzaju prowadzonego biznesu (e-commerce, usługi bankowe, transport etc.) kanały związane z bezpośrednim kontaktem z Klientem mają największy wpływ na wizerunek marki oraz dalsze decyzje zakupowe konsumentów. Badania YourCX potwierdzają, że chęć polecenia serwisów internetowych wśród osób poszukujących rozwiązania problemu lub pomocy konsultanta, jest w głównej mierze uzależniona od otrzymania odpowiedzi na zadane pytania. **Wśród osób, które znalazły odpowiedź wskaźnik NPS jest wyższy o ponad 300% niż u tych, którzy jej nie otrzymali. Duże różnice notujemy także w kontekście analizy konwersji, która wśród zadowolonych z kontaktu z BOK jest nawet o ponad 550% wyższa.**

Narzędzia YourCX pozwalają na implementację badań jakości kontaktu z obsługą klienta w różnych kanałach, zarówno poprzez livechat (badania wyświetlane po zakończeniu rozmowy), jak i e-mail (możliwość oceny konsultanta poprzez kliknięcie w odpowiednią ikonę w stopce maila) czy telefon (prośba o ocenę rozmowy przesłana poprzez SMS lub e-mail). Dzięki zaawansowanym możliwościom gromadzenia danych kontekstowych (w tym automatycznego zapisywania id konsultanta, id sprawy, kategorii problemu, typu konta klienta etc.) oraz rozbudowanym narzędziom do ich analizy (łączenie danych deklaracyjnych z danymi kontekstowymi) możliwy jest pełen monitoring kanałów bezpośredniego kontaktu z klientem.

Poniżej przykład realizacji dla BOK sklepu Militaria.pl (kontakt mailowy):

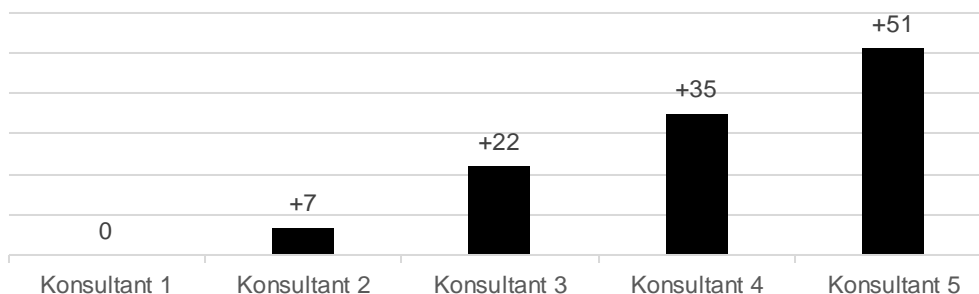
 Biuro Obsługi Klienta	<p><b>Twoja opinia jest dla nas ważna!</b></p> <p>Oceń nas:</p>	
--	---	--

## OPTIMALIZACJA DOŚWIADCZEŃ W KONTAKCIE Z BOK

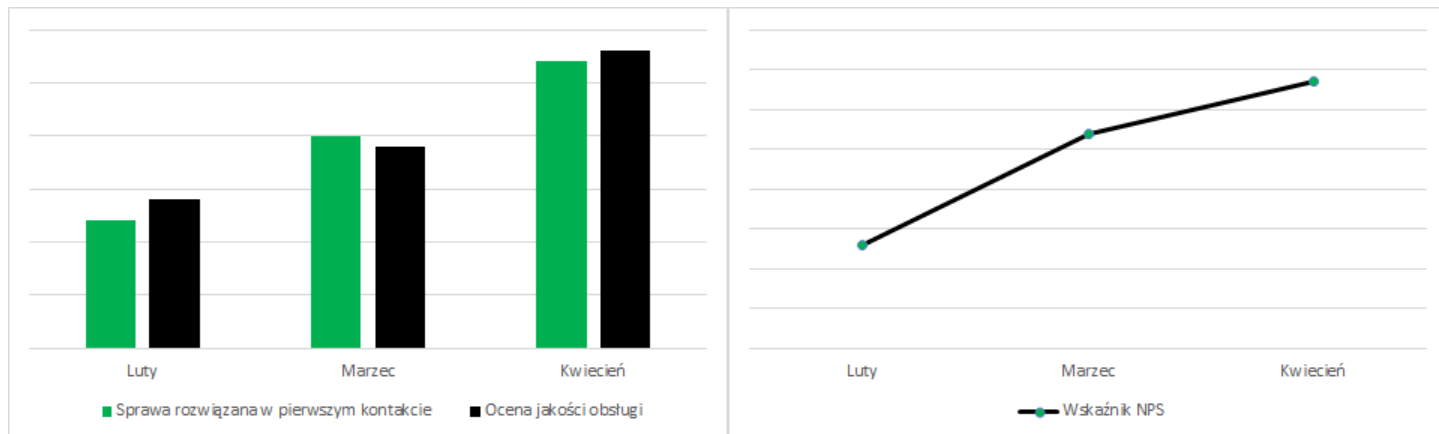
### Gwarantowane efekty

Prowadzone przez YourCX badania BOK wykorzystane są między innymi do stałego zwiększania kompetencji konsultantów. Na podstawie zgłaszanych problemów organizowane są dodatkowe szkolenia i warsztaty, a wewnętrzne benchmarki pozwalają na ocenę jakości pracy konsultantów (m.in. zakresu wiedzy, szybkości odpowiedzi, uprzejmości). Nie da się bowiem ukryć, że powodzenie działań związanych ze wsparciem i sprzedażą w obsłudze klienta w dużej mierze powiązana jest z efektywnością poszczególnych konsultantów. Z obserwacji YourCX wynika, że różnice w ocenie konsultantów potrafią być naprawdę bardzo duże, przy wskaźniku NPS sięgające nawet kilkudziesięciu punktów.

Poniżej przedstawiamy przykładowe różnice w ocenie konsultantów w kanale livechat (wskaźnik NPS), przy założeniu bazowej wartości wynoszącej 0 dla „Konsultanta 1” (nie publikujemy konkretnych wyników naszych Klientów):



Nasze badania potwierdzają również, że wola optymalizacji doświadczeń, zaangażowanie organizacji oraz chęć organizowania szkoleń przekładają się na natychmiastowe efekty:



Oprócz badań bezpośredniego kontaktu z BOK warto pamiętać o innych aspektach związanych z poszukiwaniem przez klientów pomocy. Ważne jest więc stałe monitorowanie sekcji pomocowych, w tym stron agregujących odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania (FAQ). Kluczowa jest także łatwość znalezienia kontaktu z konsultantem lub informacji o placówkach stacjonarnych.

## JAK ROZWIJAĆ BIZNES WYKORZYSTUJĄC BADANIA CX?

Zmniejszamy porzucenia koszyków

Obniżamy koszty wsparcia i pomocy

Maksymalizujemy wartość klientów (LTV)

Zwiększamy zadowolenie z obsługi  
w online i offlineIdentyfikujemy wąskie gardła i błędy  
techniczne

Poprawiamy wskaźnik konwersji

## Jak to robimy?

- Odnosimy się do wskaźników rynkowych oraz własnych, unikatowych benchmarków;
- Łączymy dane ze wszystkich kanałów, zarówno online jak i offline;
- Tworzymy nowatorskie rozwiązania techniczne pod kątem potrzeb Klientów i ich konkretnych problemów badawczych;
- Dopasowujemy treść oraz wygląd kwestionariuszy badawczych do wizerunku marki;
- We współpracy z Klientami prowadzimy profesjonalne badania rynkowe;
- Zbieramy komplet informacji o użytkownikach i ich zachowaniach, w tym ścieżki, zdarzenia, źródła wizyt, częstotliwość wizyt, geolokalizację i pełne dane techniczne.



Podchodzimy indywidualnie do każdej strategii CX



Analizujemy biznes Klienta i grupujemy konsumentów



Wspieramy technicznie i komunikacyjnie na wszystkich etapach



Prezentujemy regularne raporty, dajemy dostęp 24/7 do wyników



Ustanawiamy we współpracy z Klientem benchmarki



Wspieramy w optymalizacji procesów



IMPLEMENTACJA BADAŃ OCENIAJĄCYCH POZIOM OBSŁUGI PO KONTAKCIE Z KONSULTANTEM POZWALA NA USPRAWNIENIE DZIAŁANIA TEGO KANAŁU KONTAKTU Z KLIENTEM. ZAAWANSOWANE ANALIZY I SEGMENTACJE POZWALAJĄ NA ZWIĘKSZENIE JAKOŚCI ŚWIADCZONYCH USŁUG, A OD WYNIKÓW BADAŃ CZĘSTO UZALEŻNIANY JEST SYSTEM PREMIOWY PRACOWNIKÓW.