

Automatizált elégedettség-mérés MiniCRM-mel

... hogy maximalizáld az
elégedett ügyfelek számát



TARTALOMJEGYZÉK

Miért fontos az elégedettség-mérés?	2
A legmegbízhatóbb tükör a szolgáltatásod minőségéről az ügyfeled	2
A riportokból nem mindig látszik időben, ha gond van	3
Így mérd az ügyfél-elégedettséget	4
Határozd meg a mérési módszert!	4
Mi a legfontosabb kérdés...	5
Válassz megfelelő időpontokat a mérésre!	6
Készítsd elő a mérést!	7
Mérd folyamatosan az ügyfeleid elégedettségét!	9
Vizsgáld a kapott válaszokat és tartsd a kapcsolatot az elégedetlen ügyfelekkel!	10
Módosíts a szolgáltatásodon, termékeden, folyamataidon!	11
Próbáld ki a MiniCRM-et!	12

Kutatások azt mutatják, hogy [az ügyfelek 80%-a](#) már **1 gyenge szolgáltatási** élmény után egy **másik céget fog választani**. Ezért

- ha a céged **ajánlások** útján szerez új ügyfeleket,
- ha fontosak a **visszatérő vevők**, mert az első vásárlásnál nem térül meg az ügyfélszerzés költsége,
- ha időszakonként **megújítandó szolgáltatást** nyújtasz,
- ha kivitelező **alvállalkozókkal** dolgozol,
- vagy ha egy **elégedetlen ügyfél** nagy kárt tud okozni márkád megítélésében,

kulcsfontosságú, hogy folyamatosan monitorozd ügyfeleid elégedettségét.

Miért fontos az elégedettség-mérés?

A legmegbízhatóbb tükör a szolgáltatásod minőségéről az ügyfeled

Ha a terméked vagy szolgáltatásod megkívánja, hogy egy legalább részben állandó ügyfélbázisra építs, azaz **minél többször értékesíts vagy minél tovább szolgáltatass** egy embernek, az elégedettség-mérés a folyamataid kulcslépése kell hogy legyen.

Úgy gondolom, egyértelmű, hogy csak akkor van esélyed javítani a szolgáltatásodon, ha tisztában vagy annak minőségével. És ki

tudna erről megbízhatóbb képet adni, mint az, aki a saját bőrén tapasztalja meg? – Feltéve, ha van lehetősége egyszerűen véleményt nyilvánítani.

Biztosan ismered a mondást: csak minden tizedik elégedett ügyfeled fog ajánlani, viszont **egy panaszos átlagosan 10 ismerőseinek adja tovább csalódottságát**. De sajnós a legtöbb csalódottság számodra nem kerül felszínre, mert a vásárlók többsége nem szeret konfrontálódni, így nem is veszi a fáradságot, hogy bajlódjon a visszajelzéssel.

Ha erre nem kérdezel rá nyíltan, nincsen megfelelő felület, akkor csak a véletlen mûlik, hogy a tudomásodra jut-e, ha ilyen fordul elő.

A riportokból nem mindig látszik időben, ha gond van

A legtöbb kis cég általában bizonyos rendszerességgel kézzel összeállított riportokkal dolgozik. Nem elvárható, hogy amikor egy egyszerű bevételi riportot állítanak össze manuálisan a kollégák, akkor azt is vizsgálják, hogy hogyan változott a bevétel összetétele: volt-e olyan vásárló, aki az utolsó néhány hónapban (vagy az elmúlt 1 hónapban/évben) lényegesen kevesebbet költött, mint korábban?

Pedig ebből az információból már legalább sejthető lenne, ha elégedetlenség veszélye állna fenn egy ügyfélnél. Ha ez túl későn vagy egyáltalán nem derül ki, **utólag már nagyon nehéz ezt**

visszafordítani, és ha több ilyen eset is van, az egész üzleti terv borulhat, nem is beszélve a márkád általános megítéléséről...

Tehát ha elégedettség-méréssel garantálod a szolgáltatásod színvonalát...

1. több új ügyfelet szerezhetsz ajánlásból,
2. többet vagy tovább értékesíthetsz egy ügyfélnek,
3. lehetőséged van időben beavatkozni, ha ügyfélvesztés veszélye áll fenn,
4. kevesebb kapacitást kell szánnod új ügyfelek szerzésére.
5. megbizonyosodhatsz az alvállalkozóid munkájának minőségéről

Ebben az e-könyvben megmutatjuk, hogyan **maximalizáld az elégedett ügyfelek számát** és kerülöd az ügyfélvesztésből fakadó károkat folyamatos elégedettség-méréssel.

Így mérd az ügyfél-elégedettséget

Határozd meg a mérési módszert!

Több módja is van elégedettség pontos mérésének, kezdve a **telefonos megbeszéléstől, a személyes találkozókön át egy egyszerű kiküldött űrlapig**. Bármilyen módszert is választasz, tartsd szem előtt, hogy elsősorban neked van szükséged a

válaszaira, ebből te profitálsz, ezért a lehető legkézenfekvőbb, legkényelmesebb és az ügyfeled számára a legkevésbé időigényes módszert válaszd.

A [vásárlók 66%-a úgy véli](#), hogy a legfontosabb tényező egy szolgáltatás során, ha a cégek nem rabolják az idejüket.

Mi a legfontosabb kérdés...

...amire ha választ kapsz, abból te már biztos következtetéseket tudsz levonni a szolgáltatásodra vonatkozóan? Itt is érvényes az előző szabály: a lehető legkevésbé rabold ezzel az ügyfeleid idejét, úgyhogy **a lehető legkevesebb kérdéssel gazdálkodj!**

Vásárlói visszajelzés

Kíváncsiak vagyunk a véleményedre a vásárlási élményeddel kapcsolatban, ezért kérlek írd meg nekünk, hogyan javíthatnánk a szolgáltatásunkon!

***Kötelező**

Mennyire ajánlanád a szolgáltatásunkat ismerőseidnek, barátaidnak? *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Egyáltalán nem ajánlanám ○○○○○○○○○○ Mindenképpen ajánlanám

Miben kellene fejlődünk?

Saját válasz

Persze készíthetsz hosszabb kérdéssort is, de számolj azzal, hogy így valószínűleg kevesebb kitöltőd lesz. **Fix válaszlehetőségek megadásával viszont lehetőleg ne rontsd a válaszok minőségét:** azzal kevésbé tiszta képet kapnál arról, hogy milyenek tapasztalták az ügyfeleid a szolgáltatásodat.

Válassz megfelelő időpontokat a mérésre!

Egy termék értékesítése során adja magát, hogy **a termék kézhezvétele után fix időn belül** kérj visszajelzést a vásárlóidtól. Ez lehet rögtön értékesítés után, 1 nappal vagy akár 1 héttel később - ebben az esetben már magáról a termékről is tudnak véleményt alkotni, nem csak annak kézbesítési/átvételi folyamatáról.

Egy folyamatos vagy komplex szolgáltatás során több ponton is érdemes lehet visszajelzést kérned az ügyfeleidtől: a szolgáltatás megkezdése után 1 héttel/hónappal, majd akár minden, az ügyfélszolgálatlal folytatott beszélgetést követően.

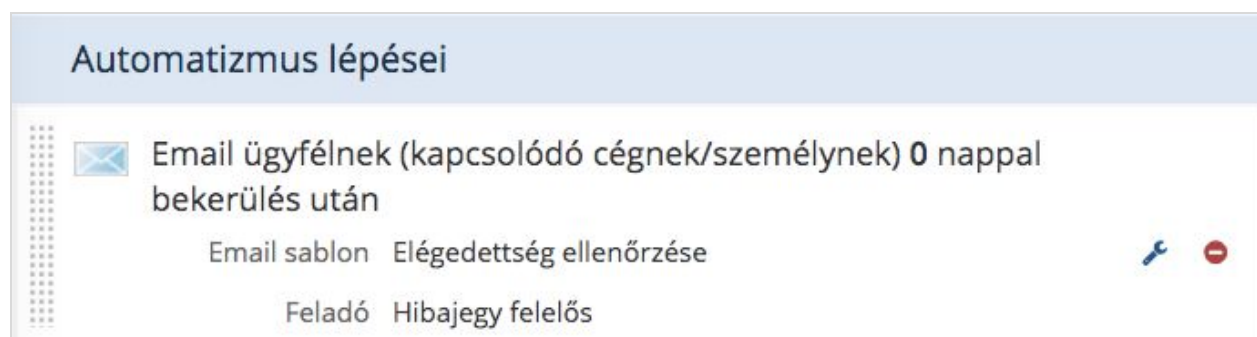
Példa: Utazási irodaként az út lefoglalása után a foglalási folyamat gördülékenységéről kérhetsz visszajelzést, míg az ügyfél hazaérkezése után magáról az útról, a szállodák, közlekedési eszközök szolgáltatásának minőségéről kaphatsz képet.

Alapvető szabály, hogy a szolgáltatásod minden eleméről akkor kapsz a legbiztosabb képet és a legnagyobb számú kitöltést,

amikor megtapasztalja az ügyfél (nem pedig egy hónappal később). De most se feledd a nulladik szabályt: a válaszaired van szükséged, így a lehető legritkábban és csak akkor “zargasd”, amikor a legkevésbé zavarod.

Persze jó kérdés, hogy hogyan tartsd mindezt fejben és hogyan gondoskodj arról, hogy biztosan minden ügyfél a megfelelő időben kapja meg a felmérést.

Egy jó CRM rendszerrel nem is szükséges ezt fejben tartani: a rendszer automatikusan küldi ki az űrlapokat az ügyfeleknek. Például, ha minden lezárt ügyfélszolgálati hibajegy után szeretnél visszajelzést kapni, **közvetlenül a probléma megoldását követően megkapja az értékelést kérő e-mailt a kliensed.**



Készítsd elő a mérést!

A legegyszerűbb nyilván az, ha az előre összeállított kérdéseidet **egy online űrlap vagy egy egyszerű e-mail** formájában juttatod

el az ügyfeleidnek. Ekkor meg kell találni a megfelelő felületet, ahol ezt össze tudjátok állítani, majd e-mailben eljuttatni a klienseknek.

Ahol a szolgáltatás megköveteli a személyes kapcsolatot, ott pedig **a kollégákat kell ellátni ezzel az űrlappal**, amit telefonon vagy személyesen lekérdezhetnek az ügyféltől. **Egy rövid tréning sem árthat**, ahol megbeszélitek, hogy a folyamat mely pontján és mikor dobják be ezeket a kérdéseket a vevőknek.

Kevert megoldást is alkalmazhatsz: egy kiküldött e-maillal felmérheted ügyfeleid elégedettségét, és **az elégedetlen ügyfeleket telefonon keresitek**, hogy megtudjátok, mi volt a gond a szolgáltatással. CRM-mel ezt te is könnyen megoldhatod.

Kérjük járuljon hozzá Ön is a MiniCRM ügyfélszolgálatának jobbá tételéhez, mert így legközelebb még minőségibb válasszal tudjuk támogatni Önt!

[Hibajegy #769137]: Jövő évi előfizetés

Mennyire elégedett a kapott megoldással?



elégedetlen
vagyok



kissé
elégedetlen
vagyok



nem tudom



többnyire
elégedett
vagyok



maximálisan
elégedett
vagyok

Ezzel a módszerrel nem csak **időt spóroltok**, de **átláthatóbbá is teszitek az elégedettség-mérést**, hiszen az interaktív gombok kattintásával az ügyfél válasza egyből bekerül a CRM-edbe. A rendszeren belül pedig majd szűrhetitek a visszajelzések között és **riportokat is készíthettek a válaszok alapján**.

Mérd folyamatosan az ügyfeleid elégedettségét!

A korábban meghatározott időpontnak és mérési módszernek megfelelően gyűjtsd folyamatosan a válaszokat az ügyfeleidtől.

A begyűjtött ügyfélelégedettségi adatok alapján értékeld az adott szolgáltatást végző kollégád, alvállalkozód, hiszen így ki fog derülni, hogy ki végez hanyag munkát és ki dolgozik lelkiismeretesen.

Pro tipp: Tűzzétek ki célként az elégedettségi értékek javulását és kapcsolj mozgóbért ennek teljesüléséhez!

Egy jó CRM a válaszok alapján automatikusan készít riportokat az ügyfelek elégedettségéről és a kollégák teljesítményéről, így nincs helye kétségeknek vagy vitának ezek körül.

Vizsgáld a kapott válaszokat és tartsd a kapcsolatot az elégedetlen ügyfelekkel!

Folyamatosan monitorozd a kapott válaszokat: érdemes minden választ külön-külön átnézni, hogy **időben reagálhass az esetleges problémákra** vagy **javíthass egy, a szolgáltatásoddal vagy a termékeddel kapcsolatban felmerült hibán.**

Persze a napi munka mellett nehéz ehhez erőforrást rendelni, de ha főleg az elégedetlen ügyfelek visszajelzéseire fókuszáltok, ez is megoldható.

Egy jó CRM automatikusan jelez a kollégának és/vagy a vezetőknek, ha az e-mailben kiküldött elégedettség-mérés során egy ügyfél alacsony pontszámot ad a szolgáltatásra. Így lehetőség van időben javítani a szolgáltatáson és kompenzáció miatt felhívni az ügyfelet.

Kedves Veronika!

Negatív értékelés érkezett egy ügyféltől.
Hívd fel, és egyeztessetek lehetséges megoldásokról.

Értékelés: **Inkább elégedetlen**
Elégedettségi pontszám: **2**

Szöveges értékelés:
Nem kaptam valódi megoldást a problémámra, csak egy sablon választ.

Felelős: **Varga Veronika**
Hibajegy: **Testreszabás**
Bejelentés: **2020. október 1. 16:05.**
Megoldva: **2020. október 3. 11:12.**

Módosíts a szolgáltatásodon, termékedon, folyamataidon!

Szóval begyűjtötted a visszajelzéseket, kaptál hideget-meleget egyaránt – most mi a teendő? “Minden változtatási javaslatot vakon végre kell hajtanom?” – kérdezheted.

NEM.

Rajtad áll, hogy pontosan hogyan használd fel a kapott válaszokat és milyen módszerekkel igyekszel ezek alapján növelni az átlagos elégedettségen. Érdeemes azonban **az ügyfelektől és az értékeléseket kezelő kollégáktól beérkező változtatási javaslatokat egy helyen, rendezetten gyűjteni.** Így te is átlátod a legfőbb problémákat és dönteni tudsz arról, hogy milyen változtatási kéréseknek teszel eleget és miket utasítasz el.

Fontos, hogy ha változtatást fontolgatsz a folyamataidban, a termékedon vagy a szolgáltatásod bármely pontján, **vizsgáld meg, hogy mekkora várható hatása lesz az adott változtatásnak a befektetett energiához képest.**

Egyes problémák gyakran felmerültek, és minimális időráfordítással és plusz költségek nélkül kiküszöbölhetők? Szuper, akkor vágj bele! Míg más változtatási javaslatok nem biztos, hogy javítanak az átlagos ügyfél-elégedettségen, ráadásul sok időt igényel a végrehajtásuk? Itt érdemes mérlegelni, hogy megéri-e energiát fektetni ebbe.

Mi a MiniCRM-nél 10 éve folyamatosan fejlesztjük a termékünket az ügyfeleink visszajelzései alapján. Saját és a több mint 1700 ügyfelünk tapasztalata alapján biztosan állítjuk, hogy **a MiniCRM bevezetése az ügyfél-elégedettségben is megtérül:**

- ➔ Támogat az elégedettség-mérés folyamatában (e-mail sablonokkal, automatizált teendőkkel és e-mailekkel).
- ➔ Segít átláthatóan és egy helyen gyűjteni a vásárlói visszajelzéseket, amiket folyamatosan frissülő riportokban is követhetsz.
- ➔ Automatizációkkal segít felgyorsítani a céges folyamataidat az értékesítéstől a projektek kivitelezésén át az ügyfélszolgálatig.

Próbáld ki, hogyan épül fel egy automatizált elégedettség-mérési folyamat MiniCRM-mel!

1. [Indíts ingyenes tesztrendszert](#), kötelezettségek nélkül!
2. Vedd igénybe a tanácsadónk segítségét a lehetőségek megismerésében!
3. Maximalizáld ügyfeleid elégedettségét jól működő folyamatokkal!

Tesztrendszert indítok