



ProOptima

Customer Experience Management



Badanie Spójności Obsługi Klienta

Oferta badania

**Doradztwo
strategiczne
w obszarze
CEM**

Badania: NPS,
CES, CSI, UX, CJM,
badanie
spójności



ProOptimaCEM

Wdrożenia:
Implementacja
CEM, zmiany
organizacyjne:
procesy,
struktury, kultura

**Rozwój
kompetencji:**
programy
rozwojowe,
warsztaty,
szkolenia,
coaching,
shadowing



ProOptima

Customer Experience Management

Jaki problem rozwiązuje Badanie Spójności Obsługi Klienta?

Wielu przedstawicieli firm i organizacji mówi, że Klient jest dla nich najważniejszy, ale czy w praktyce ich działania to potwierdzają?

Czy pracownicy pierwszej linii kontaktu z Klientem rzeczywiście dbają o Klienta? Może tak, a może tylko tak mówią...

Jeśli rzeczywiście chcą **dbać o Klienta**, to czy kadra menedżerska wspomaga te wysiłki? A może tylko o tym mówi lub wręcz przeszkadza?

Wiele firm nadal nie wie, jak naprawdę traktuje swoich klientów. Wiedzą o tym jak odbierany jest produkt, handlowcy czy BOK... ale nie firma jako całość. **Brakuje syntetycznej i systemowej miary pro-klienckości firmy.**

Badanie Spójności pozwala poznać poziom niespójności między deklaracjami a zachowaniami pracowników. Pomaga wychwycić niespójność w działaniach poszczególnych poziomów organizacji i odpowiedzieć na pytanie, czy jakości obsługi Klienta w firmie trzeba przyjrzeć się bliżej.

Czy deklaracje i działania wobec Klientów w Twojej firmie są spójne?



Na ile spójne są Wasze deklaracje i działania na rzecz klienta?



W efekcie naszych kilkunastoletnich doświadczeń opracowaliśmy **autorską metodę Badania Spójności Obsługi Klienta**.

Z użyciem innowacyjnego narzędzia on-line sprawdzimy czy Wasza firma działa w zgodzie z deklarowanymi wartościami, czy spełnia obietnicę marki, a poszczególne grupy pracowników właściwie angażują się w sprawy klienta.

Dzięki Badaniu Spójności dowiecie się na ile sprawnie, wspólnie jako cała firma, potraficie zadbać o klienta.

Bez wiedzy na temat tego, jak aktualnie działacie, trudno planować sensowne zmiany. Spójność w Waszych działaniach przekłada się nie tylko na pozytywny wizerunek w oczach klienta, ale również na lojalność pracowników.

Autentyczne i spójne firmy wzmacniają zaufanie i zaangażowanie pracowników. Niespójne robią to tylko do czasu. Z wiarygodną marką ludzie, zarówno klienci, jak i pracownicy, chcą się identyfikować. Od niespójnych zwyczajnie odchodzą lub angażują się w minimalnym stopniu. To nie wystarczy, by klienci Was kochali.

Co oznacza Wskaźnik Obsługi Klienta?

Badanie Spójności służy identyfikacji obszarów niespójności między działaniami firmy, a deklarowanymi wartościami i obietnicą marki.

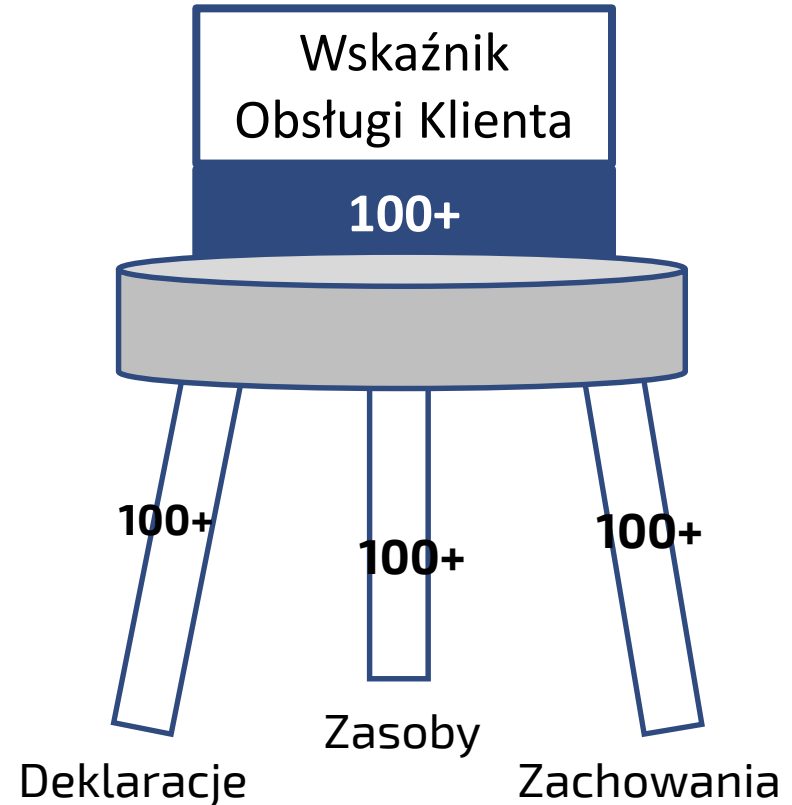
Uzyskany w badaniu **Wskaźnik Obsługi Klienta** (w skrócie OK) opisuje na ile firma koncentruje się na obsłudze klienta i jest w tym spójna. W szczególności identyfikuje on na ile firma umożliwia pracownikom obsługę klienta na wysokim poziomie poprzez kulturę organizacyjną, zasoby i procedury organizacyjne oraz zachowania pracowników.

Im wyższy wskaźnik OK, tym obsługa klienta ma się lepiej, ponieważ firma w większym stopniu nastawiona jest na wspólne działanie na rzecz klienta. Współczynnik może przyjmować wartości od -200 do +200. Wyniki przekraczające 100 osiągają firmy będące na drodze do mistrzostwa w obsłudze klienta.

Co oznacza Wskaźnik Obsługi Klienta?

Dla objaśnienia zależności pomiędzy wskaźnikami składającymi się na Wskaźnik Obsługi Klienta posługujemy się **metaforą stołka**:

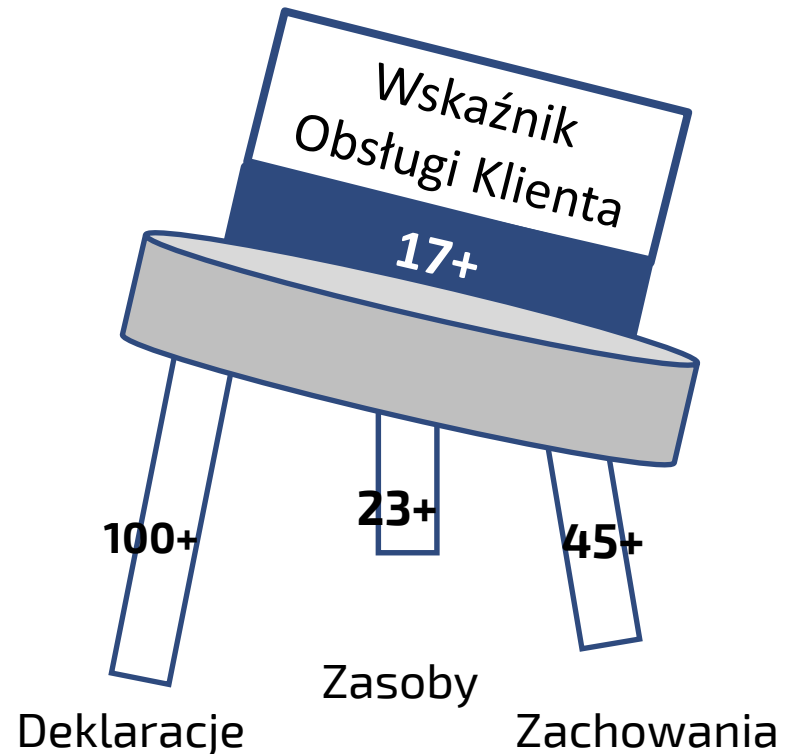
- Błat stołka (Wskaźnik Obsługi Klienta) pozostaje w równowadze, gdy nogi stołka (wskaźniki Deklaracji, Zasobów i Zachowań) są równej długości.
- Gdy nogi stołka są różnej długości, cały stołek jest niestabilny i chwieje się, a nawet przewraca.



A co jeśli Wskaźnik Obsługi Klienta jest niski?

Wskaźnik Obsługi Klienta (blat stołka) składa się z 3 wskaźników (nóg stołka):

- **DEKLARACJE** – wskaźnik określa, na ile pracownicy są świadomi wagi obsługi klienta w strategii firmy. Tu często wynik jest wysoki.
- **ZASOBY organizacyjne** – wskaźnik określa na ile firma umożliwia pracownikom dobrą obsługę klienta poprzez odpowiednie narzędzia i procedury organizacyjne. **Tu wskaźnik często jest najniższy determinuje utratę równowagi.**
- **ZACHOWANIA** – wskaźnik określa na ile pracownicy prezentują pro-klienckie zachowania w codziennej pracy. **Ten wskaźnik, także często bywa niższy i powoduje, nawet „wywracanie” się stołka.**



Jak to jest w Waszym przypadku?

Jak przebiega Badanie Spójności?



Zgłoszenie

Wystarczy e-mail, wpis na chacie lub telefon...



Przygotowanie

Po rozmowie proponujemy optymalny przebieg i formę badania



Badanie

Przeprowadzimy badanie ankietowe on-line lub papierotówek.



Analiza

Obliczenie Wskaźników: Obsługi Klienta oraz poziomu Deklaracji, Zasobów i Zachowań



Raport

Opracujemy szczegółowy raport wraz z rekomendacjami



Prezentacja

Spotkamy się z Wami, by przedstawić wyniki i przedyskutować wnioski



ProOptima

Customer Experience Management

Zespół doradczy ProOptima



Aleksandra Urban

Lider projektu, Senior konsultant i wieloletni praktyk biznesu.

Wieloletnie doświadczenie w obszarze badań i analiz zachowań klientów i pracowników, mające na celu dostarczenie strategicznej wiedzy o dynamice biznesu, doświadczeniach klientów i pracowników, monitorowanie i ocenę z punktu widzenia spójności z celami firmy. Przez 13 lat Dyrektor operacyjny Bank Pekao.

Do jej sukcesów należy:

- Identyfikacja obszarów do poprawy w organizacji i projektowanie propozycji rozwiązań - prowadzenie lub uczestniczenie w projektach interdyscyplinarnych: projektowanie komunikacji marki, poprawianie efektywności komunikacji z Klientami, poprawianie efektywności procesów.
- Uczestniczenie w projektach międzynarodowych w ramach holdingu. • Opracowanie modelu badań i przeprowadzenie strategicznych analiz w celu zmierzenia, oceny i dalszej poprawy poziomu zaangażowania pracowników. **Główne wyniki: dzięki strategii komunikacji i budowania zaangażowania udało jej się osiągnąć udział 80% pracowników instytucji finansowej w badaniu satysfakcji i zaangażowania.**
- Prowadzenie projektów w ramach Talents Lab w latach 2013-2015, które wpisywały się w program zarządzania zmianami, m.in. mapowanie procesów w centrali.



Maja Długotęcka-Sarlej

Kierowniczka projektów badawczych, konsultantka, twórczyni narzędzi.

Socjolog z kilkunastoletnim doświadczeniem w branży badań rynku zdobytym w czołowych agencjach badawczych, w sieciowej pracy z innymi firmami badawczo-doradczymi oraz dla klientów końcowych. Zrealizowała ponad 400 projektów jakościowych i ilościowych min. dla liderów branż spożywczej, motoryzacyjnej, farmaceutycznej i nieruchomości takich jak Hortex, GlaxoSmithKline, DaimlerChrysler Automotive Poland, Kia Motors Poland, TAURON Sprzedaż, MARS, Dom Development, Echo Investments, Coca-Cola oraz firm średnich i małych. Autorka sztych na miarę podejść i metodologii. Prowadzi szkolenia i warsztaty z zakresu badań rynku i analizy danych. Współtwórcza programu studiów i wykładowca na studiach podyplomowych „Badania marketingowe i analiza danych w praktyce” w Wyższej Szkole Bankowej w Chorzowie.



Dr Joanna Koziol

Badaczka i konsultantka.

Posiada bogate doświadczenie z obszaru badań marketingowych w nowoczesnych kanałach (praktycznie postępuje się nowoczesnymi narzędziami analizy danych m.in. Google Analytics, QDA Miner). Posiada 6-letnie doświadczenie w realizacji projektów z zakresu CEM, koordynacji i realizacji badań marketingowych, m.in. NPS, CATI, IDI oraz analizy danych.



Tomasz Kras

CEO ProOptima

Od 2007 realizuje projekty z obszaru CX (Customer Experience) badania, doradztwo, konsultacje, projekty zmian organizacyjnych i rozwijających kompetencje zwiększające zdolność organizacji do budowania lojalności Klienta.



ProOptima

Customer Experience Management

Pracowaliśmy m.in. dla:



Kontakt



ProOptima

Customer Experience Management

ProOptima Sp. z o.o.

Ul. Lwowska 2/7

30-548 Kraków

tel. +48 12 397 79 51

biuro@cem-prooptima.pl

www.cem-prooptima.pl