



## **Zbadaj poziom wysiłku Klienta w trakcie obsługi**

Przewiduj lojalność z pomocą Customer Effort Score

Sprawdź, jak dużo wysiłku kosztuje Klientów lojalność wobec Twojej marki.

## Wysiłek Klienta - czy to jest problem?

Powtarzanie informacji, wielokrotny kontakt z firmą w tej samej kwestii, niezłatwiona sprawa przez wiele dni czy tygodni, rozmowy z różnymi osobami wewnątrz firmy, niezrozumiałe instrukcje postępowania, procedury wymagające bardzo dużo czasu czy negatywnie naładowane emocjami kontakty z pracownikami obsługi... To tylko kilka przykładów, jak kontakt z firmą może być trudny i nieprzyjemny dla Klienta. Badania CEB pokazują, że **przeciętny kontakt pomiędzy Klientem a działem obsługi ma cztery razy większe szanse wywołać u Klienta brak lojalności niż jej wzrost**. To pierwsza strona medalu.

Z drugiej strony udziałowcy, zarządy firm, ale i menedżerowie czy pracownicy nie potrzebują nadmiaru danych, a jedynie kluczowe wskaźniki pokazujące rezultaty biznesowe związane z obsługą Klienta (wskazuje na to raport firmy Forrester).

Stąd bierze się ogromna popularność syntetycznych miar lojalności Klienta. Należy do nich NPS i właśnie CES.

Jednym z krytycznych czynników wpływających na decyzję Klienta czy pozostać wiernym marce czy też ją porzucić nie jest górnolotnie nazywana satysfakcja, ale poziom wysiłku, jaki Klient musi podjąć, by kupić, konsumować czy serwisować produkt.

Warto zbadać, jaki naprawdę wysiłek towarzyszy Klientowi w kontakcie z Waszą marką.

Znajomość tego, jak duży wysiłek towarzyszy Klientowi, pozwala przewidzieć jego lojalność.

Celem badania CES jest **ocena poziomu wysiłku Klientów korzystających z usług/produktów firmy** z wykorzystaniem metodologii CES w wybranych punktach styku (touch points).



## Rozwiązaniem jest badanie CES

**CES**, czyli Customer Effort Score, to wskaźnik służący do pomiaru sygnałów nielojalności Klientów – zanim ci podejmą negatywne dla nas decyzje zakupowe.

Jego idea polega na zadaniu Klientowi, który korzysta z naszych produktów czy usług, jednego, prostego pytania:

*„W jakim stopniu zgadzasz się lub nie zgadzasz z poniższym zdaniem: Firma X ułatwiła mi załatwienie mojej sprawy”.*

Zbierane na bieżąco odpowiedzi pozwalają znacznie lepiej niż inne badania wychwycić sygnały nielojalności Klienta i co najważniejsze właściwie zareagować na ocenę Klienta. Brak reakcji (akceptacja wysokiego wysiłku po stronie Klienta) oznacza akceptację jego odejścia.

Wskaźnik CES jest świetną miarą jakości obsługi Klienta. Miarą szczególnie ważną w przypadku sprzedaży bardzo dobrego produktu. Klasyczne badanie satysfakcji uniemożliwia oddzielenie wpływu znakomitego produktu na ocenę obsługi. Działa tu znany efekt aureoli - wysoka satysfakcja z produktu przekłada się na wysoką ocenę, czasem kiepskiej obsługi. W takiej sytuacji brak informacji o poziomie wysiłku oznacza brak wiedzy o rzeczywistej ocenie krytycznego aspektu satysfakcji Klienta.

W sytuacji konkurencyjnego rynku (gdy nasi konkurenci mają podobny jakościowo produkt) mierząc CES możemy zbadać ten aspekt obsługi, który w największym stopniu determinuje lojalność Klienta i pozwala reagować szybciej niż konkurenci.

**Wystarczy regularnie monitorować prosty wskaźnik, jakim jest CES, by trzymać rękę na pulsie i móc właściwie reagować na sygnalizowane tą miarą ryzyko utraty Klienta.**

## 5 zalet badania CES



### SZYBKOŚĆ I PROSTOTA REALIZACJI

Rozmowa trwa krócej niż minuta - dla Klienta to nieobciążające badanie i chętnie w nim uczestniczy.



### CZYTELNY, SYNTETYCZNY WSKAŹNIK

Wskaźnik w postaci liczby jest czytelny i łatwy w interpretacji przez wszystkich pracowników.



### BUDOWANIE RELACJI Z KLIENTEM

Poprzez pytanie o stopień wysiłku i zbieranie informacji na temat uwag potwierdza Klientowi autentyczne zainteresowanie jego potrzebami.



### EWALUACJA PODEJMOWANYCH USPRAWNIENÍ

CES pozwala weryfikować efekty inicjatyw podejmowanych na rzecz doskonalenia jakości obsługi i wizerunku firmy.



### INSPIRACJE DO DOSKONALENIA OBSŁUGI

CES pozwala uzyskać precyzyjne dane do usprawnień w zakresie obsługi, których rzeczywiście oczekują Klienci.

## Jak przebiega badanie CES?



### Zgłoszenie

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



### Przygotowanie

Po rozmowie proponujemy optymalny przebieg i formę badania: dobór próby, punktu styku



### Badanie

Zadzwonimy do Twoich Klientów i zadamy im jedno krytyczne pytanie, może dwa..., by dostarczyć Wam więcej wartościowych informacji



### Analiza

Zebrane dane wnikliwie przeanalizujemy ilościowo i jakościowo



### Raport

Opracujemy raport z wyliczeniem Waszego CES'a



### Prezentacja

Spotkamy się z Wami, by przedstawić wyniki i przedyskutować wnioski - rekomendacje

## Lepszej obsługi Klienta doświadczają Klienci m.in.:





ProOptima Sp. z o.o.  
Ul. Lwowska 2/7  
30-548 Kraków  
tel. +48 12 397 79 51

[biuro@prooptima.pl](mailto:biuro@prooptima.pl)  
[www.prooptima.pl](http://www.prooptima.pl)  
[www.wskazniklojalnosci.pl](http://www.wskazniklojalnosci.pl)