

Η Αφοσίωση των Πελατών σε ένα brand και η σύνδεση με το Customer Experience

Παρεμβάσεις και συστήματα που αναβαθμίζουν την αφοσίωση των πελατών. Οι προϋποθέσεις και οι πρακτικές για βελτιωμένο Customer Experience. Γράφει ο Γιώργος Καρλαύτης.



του Γιώργου Καρλαύτη*

Δημοσιεύθηκε: 26 Ιανουαρίου 2024 - 12:35

0 Like Οι περισσότεροι καταναλωτές κατανοούν τι είναι τα κίνητρα (incentives) αύξησης της ζήτησης που δίνουν οι επιχειρήσεις και πώς να τα χρησιμοποιήσουν καλύτερα στις αγορές τους. Ποια ήταν, όμως, η αιτία που δημιούργησε ολόκληρη αυτή τη «βιομηχανία» και πότε ξεκίνησε?

0 Από την δεκαετία του '70 στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες, η διαθεσιμότητα προϊόντων και υπηρεσιών ξεπέρασε τη ζήτηση για πρώτη φορά. Αυτό σήμαινε ότι, οι εταιρείες δεν μπορούσαν πλέον να βάζουν αθρόα προϊόντα στα ράφια αναμένοντας ότι θα πουληθούν. Ως εκ τούτου, σύσσωμο το marketing και οι πωλήσεις άρχισαν να εξελίσσονται δίνοντας κίνητρα με στόχο να επηρεάζουν τις επιλογές των πελατών για να αυξήσουν την ζήτηση και να αυξήσουν τα έσοδα τους δίνοντας έμφαση σε ένα συνεχές και δυναμικό "Customer Engagement".

0 Η **Πιστότητα των Πελατών (Customer Loyalty)** σε ένα brand (επωνυμία επιχείρησης ή μεμονωμένο προϊόν) η οποία σαν φαινόμενο αντανακλά τον βαθμό της διαχρονικής αφοσίωσης, αποτελεί θεμελιώδη και συνεχή στόχο των επιχειρήσεων μετά το 1970 και συμβάλλει στη μακροπρόθεσμη επιτυχία και κερδοφορία.

0 Με την πρόοδο του Ψηφιακού Μετασχηματισμού, έχει δοθεί ιδιαίτερη έμφαση και ακόμα μεγαλύτερη και σύγχρονη επένδυση σε όλα τα επίπεδα για την ανάπτυξη ψηφιακών συστημάτων και άλλων λειτουργικών πρακτικών πάνω σε στρατηγικές, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών καναλιών διεπικοινωνίας που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για την επίτευξη ευενοχούς μέτρησης και αξιολόγησης της Αφοσίωσης, την ανάπτυξη της Εμπειρίας του Πελάτη (Customers Experience ή CX), καθώς και την σύμπλευση των δύο σε μία ενιαία λειτουργική πορεία.

Παρεμβάσεις και Συστήματα που αναβαθμίζουν την Αφοσίωση

- **Άριστη εξυπηρέτηση πελατών:** Θεμελιώδες για την ανάπτυξη της αφοσίωσης με εμπλοκή του προσωπικού και επίλυση προβλημάτων ή υπέρβαση προσδοκιών πελατών που μπορεί να ενισχύσει την αφοσίωση.
- **Εξατομίκευση** με προσαρμογή των προϊόντων, αλλά και των εμπειριών για πρακτικά προσωποποιημένο όφελος των αγοραστών και ανάπτυξη του αισθήματος της εκτίμησης προς την πελατειακή βάση
- **Υψηλής ποιότητας προϊόντα/υπηρεσίες:** Η παροχή σταθερής ποιότητας και αξίας που ανταποκρίνεται ή υπερβαίνει τις προσδοκίες των πελατών είναι θεμελιώδεις για την οικοδόμηση της πίστης των πελατών. Η συνέπεια στην

παροχή ποιότητας είναι το κλειδί, μαζί με την τακτική αναζήτηση σχολίων από τους πελάτες για βελτιώσεις.

- **Δημιουργία συναισθηματικών συνδέσεων μέσω αφηγημάτων, επικοινωνίας και δέσμευσης** δίνοντας μια αίσθηση κοινής ταυτότητας ή συναισθηματικής απήχησης προς ένα brand, είναι πιο πιθανό να παραμείνουν πιστοί, παράλληλα με την αμφίδρομη επικοινωνία, την ενεργή ακρόαση των πελατών και την άμεση αντιμετώπιση των ανησυχιών τους. Αυτό συνδυάζεται με τις συνεχείς βελτιώσεις των παρεχόμενων υπηρεσιών και της σχέσης με τους πελάτες.
- Τέλος, η **εφαρμογή προγραμμάτων αφοσίωσης** που προσφέρουν ανταμοιβές, εκπτώσεις, αποκλειστική πρόσβαση ή άλλα κίνητρα μπορεί να ενθαρρύνει τις επαναλαμβανόμενες αγορές και τη διατήρηση και αύξηση της μερίδας της αγοράς. Τέτοια προγράμματα δημιουργούν μια αίσθηση αποκλειστικότητας και κάνουν τους πελάτες να νιώθουν ότι η επιχείρηση αφογκράζεται τις ανάγκες και επιθυμίες τους, όπως επίσης ανταμείβει και την αφοσίωσή τους.

Το βελτιωμένο CX διασφαλίζει υψηλότερη Πιστότητα Πελατών

Η απάντηση είναι καταφατική. Η βελτίωση της Εμπειρίας Πελατών (Customer Experience / CX) μπορεί πράγματι να οδηγήσει σε υψηλότερα επίπεδα αφοσίωσης. Μια θετική και απρόσκοπτη εμπειρία πελάτη μπορεί να συμβάλει καθοριστικά στην οικοδόμηση ισχυρών σχέσεων μεταξύ επιχείρησης και αγοράς με κάθε καταναλωτή ξεχωριστά. Όταν οι πελάτες έχουν μια σταθερά θετική εμπειρία με μια εταιρεία, είναι πιο πιθανό να αναπτύξουν μια αίσθηση εμπιστοσύνης, ικανοποίησης και αφοσίωσης προς τη συγκεκριμένη επωνυμία. Ακολουθούν ορισμένες προϋποθέσεις, παράγοντες και πρακτικές που συμβάλλουν στη βελτίωση της CX και στην αφοσίωση των πελατών:

Προϋποθέσεις για βελτιωμένο CX

- **Πελατοκεντρική κουλτούρα**: Ένας οργανισμός πρέπει να έχει μια πελατοκεντρική νοοτροπία ενσωματωμένη στην κουλτούρα του. Κάθε εργαζόμενος πρέπει να δεσμεύεται να προσφέρει εξαιρετικές εμπειρίες πελατών.
- **Δεδομένα και πληροφορίες (προφίλ πελατών)**: Η συλλογή και η ανάλυση δεδομένων πελατών βοηθά τις επιχειρήσεις να κατανοήσουν καλύτερα τους πελάτες τους. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την εξατομίκευση των αλληλεπιδράσεων και την προσαρμογή των εμπειριών στις μεμονωμένες προτιμήσεις.
- **Ένας πρόσθετος καταλυτικός παράγοντας** που αναβαθμίζει το CX για ανάπτυξη της αφοσίωσης των πελατών αποτελεί η **απρόσκοπτη πολυκαναλική εμπειρία (omni-channel)**: Οι πελάτες αναμένουν μια συνεπή και χωρίς εμπόδια εμπειρία σε διαφορετικά κανάλια, όπως ιστότοπους, εφαρμογές για κινητά, μέσα κοινωνικής δικτύωσης και φυσικά καταστήματα. Η ενσωμάτωση τους στην διάδραση με την αγορά και η ευελιξία χρήσης σε όλα αυτά τα κανάλια είναι ουσιαστικής σημασίας.

Πρακτικές για βελτιωμένο CX

- **Η κατανόηση της διαδρομής του πελάτη** στην σχέση του με το κάθε brand, από τα αρχικά σημεία επαφής έως τις αλληλεπιδράσεις μετά την αγορά, βοηθά στον εντοπισμό δυσλειτουργιών. Η χαρτογράφηση του ταξιδιού του πελάτη δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να δημιουργούν πιο ομαλές και αποτελεσματικές εμπειρίες.
- **Η εφαρμογή πυκνών διαδικασιών "Voice-of-Customer"** που επιτρέπει στους πελάτες να μεταφέρουν τις απόψεις τους, όπως έρευνες και μηχανισμούς ανάδρασης ή διάδραση στα κοινωνικά δίκτυα, και επιτρέπει στις επιχειρήσεις να συλλέγουν απόψεις και εκτιμήσεις πελατών. Αυτή η ανατροφοδότηση μπορεί να βελτιώσει το πλαίσιο εφαρμογής της εμπειρίας και να καταστήσει αποτελεσματικότερο το CX.
- **Αξιολόγηση των Δεικτών και των σχολίων από τους πελάτες**: Έτσι εντοπίζονται τομείς που απαιτούν βελτίωση και επικοινωνία των νέων προτάσεων από εκπαιδευμένο προσωπικό και ψηφιακά κανάλια αναβαθμίζει το CX εφόσον τα παραπάνω παραμένουν ενέργειες με κορυφαία προτεραιότητα.
- **Η προληπτική επαφή με τους πελάτες** όπου προβλέπονται οι ανάγκες τους μέσα από αναλύσεις δεδομένων και συσχετισμών παρέχοντας σχετικές προτάσεις, χρήσιμες μεν για τους πελάτες, ενισχύοντας σημαντικά το CX και παγιώνοντας την αφοσίωση τους.



Ακολουθήστε το [Euro2day.gr](https://www.euro2day.gr) στο **Google News!**

Παρακολουθήστε τις εξελίξεις με την υπογραφή εγκυρότητας του [Euro2day.gr](https://www.euro2day.gr)



FOLLOW US

Ακολουθήστε τη σελίδα του [Euro2day.gr](https://www.euro2day.gr) στο **LinkedIn**

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι, η καλλιέργεια κλίματος αφοσίωσης των πελατών δεν «χτίζεται» εύκολα και γρήγορα. Παράλληλα, ο μηχανισμός για την βελτίωση του CX πρέπει να εξελίσσεται παράλληλα και σε παρόμοιο πνεύμα, ενώ απαιτεί βαθιά κατανόηση των αναγκών και των προτιμήσεων των πελατών δίνοντας προτεραιότητα στο πως ορίζεται το customer satisfaction. Τα στελέχη του marketing εργάζονται συνεχώς για τη βελτίωση της εμπειρίας των πελατών με την βοήθεια της ψηφιακής τεχνολογίας, ώστε οι επιχειρήσεις να ισχυροποιούν την αφοσίωση προσδίδοντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Εν κατακλείδι, είναι μια συνεχής διαδικασία που απαιτεί μια ολιστική προσέγγιση συνδυάζοντας εύστοχες στρατηγικές και παρέχοντας με συνέπεια την προδιαγεγραμμένη αξία στις συναλλαγές ενισχύοντας βήμα-βήμα το Customer Loyalty.

* *Founder/Entrepreneur*

ΣΧΕΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

Δεν έκανες έγκαιρα φορολογική δήλωση; Θα την υποβάλει η εφορία!

Ασκήσεις ισορροπίας στο Χρηματιστήριο

Τέμπη: Ελληνικό «όχι» σε πρόταση του ευρω-εισαγγελέα για παραπομπή δυο υπουργών

Μητσούκης σε Ντάιμον: Παραμένω προσηλωμένος στις μεταρρυθμίσεις



0 Σχόλια

1 Σύνδεση ▼

Ξεκινήστε την συζήτηση...

ΣΥΝΔΕΘΕΙΤΕ ΜΕ

Ή ΕΓΓΡΑΦΕΙΤΕ ΜΕ ΤΟ DISQUS ?



Όνομα

• Κοινοποίηση

Καλύτερα Νεότερα Παλαιότερα

Γράψτε το πρώτο σχόλιο.

✉ Συνδρομή

🔒 Ιδιωτικότητα

⚠ Μην πουλάτε τα δεδομένα μου

DISQUS

EURO2day

Ταυτότητα

Επικοινωνία

Site map

Όροι Χρήσης

Διαφημιστείτε

Είσοδος Μελών

Εγγραφή

Αρχή ↗

ΣΟΦΟΚΛΕΟΥΣ

Real Time ΧΑ

Real Time ΧΠΑ

Real Time Ομόλογο

Σχόλιο Αγοράς

Εύρεση Συμβόλου

Στατιστικά

Όλο το Ταμπλό

Πακέτα

Πράξεις

Κεφαλαιοποιήσεις

Ανακοινώσεις

ΧΠΑ

Σχόλιο Αγοράς

Real Time ΧΠΑ

Futures Δεικτιών

Options Δεικτιών

Futures Μετοχών

Options Μετοχών

ΕΙΔΗΣΕΙΣ

Newswire

Οικονομία

Αγορά

Κόσμος

Επικαιρα

Επιχειρήσεις

Πολιτική

Κύπρος

ΑΓΟΡΕΣ

Σε 1 Λεπτό

ΗΠΑ

Ευρώπη

Ασία

Χρήμα

Εμπορεύματα

Ισοτιμίες

Ισοτιμίες Crypto

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Πρόσωπα

Νέα/Χρήμα

Οδηγός Αγοράς

Εισαγωγές ΧΑ

Αμοιβαία

Αναλύσεις

Investment Scanner

Blockchain-Crypto

ΕΡΓΑΛΕΙΑ

My Stocks

Alerts

Χαρτοφυλάκια

Γραφήματα

Λογ. Καταστάσεις

RSS

SPECIALS

Dr. Money

Απόψεις

Συνεντεύξεις

Manager 2day

Φάκελοι

Θέματα

Επισκόπηση Τύπου

Εγερτήριο

Ατζέντα

Directors Vision

Business Stories

BLOGS

Χαμαιλέον

Εκβόλος

New Deal

Στρατηγικός Αναλυτής

Διεθνείς αποκλειστικές συνεργασίες:

[FT.com](#) - [Stratfor](#) - [Factset](#)



Οι τιμές των μετοχών και των δεικτιών εμφανίζονται με καθυστέρηση 15'. Οι τιμές των μετοχών και των ελληνικών δεικτιών προέρχονται από την [InBroker](#).

Το σύνολο του περιεχομένου και των υπηρεσιών του euro2day διατίθεται στους επισκέπτες για προσωπική χρήση. Απαγορεύεται η χρήση και η επανωδημιουργία του χωρίς τη γραπτή άδεια του εκδότη.

[Δήλωση Απορρήτου και Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα](#)