A HŰSÉG JUTALMA

Pozvai Zsolt
vezérigazgató
DEVELOR International Zrt.

A HŰSÉG – TÖBB SZINTEN IS ÉRTELMEZHETŐ





ÜGYFÉLÉLMÉNY KUTATÁS – AZ ELŐADÁS HÁTTERE

SOKAT TANULTUNK A HŰSÉGRŐL AZ ÉVENTE MEGRENDEZÉSRE KERÜLŐ ÜGYFÉLÉLMÉNY KUTATÁSBÓL

- A **Develor Tanácsadó Zrt.** És MOMENTOR Kutató Kft. közös kutatása.
  2013 – 2014 - 2015
- Elérhetőségek: Develor – www.develor.hu Momentor – www.momentor.hu

MOMENTOR Research & Consulting

LAKOSSÁGI KUTATÁS

- **N=1200 országosan reprezentatív felmérés**
- Online módszerrel a Netpanel (NRC) mintáján
- Célcsoport: 18-59 évesek
- Időtartam: 2014. szeptember

VÁLLALATI KUTATÁS

- Telekommunikáció, bankok, biztosítók, hotelek, kiskereskedelmi láncok, közszolgáltatók, gépjármű kereskedők
- **N=151(felső- és középvezető)**
- - Mélyinterjúk és online megkérdezés
- Időtartam: 2014. július – október

NEMZETKÖZI KUTATÁS

- **6 országban (HU, CZ, SK, SI, PL, BG)**
- **Lakossági=6200**
- **Vállalati=300+**
- Időtartam: 2014. július-december

ÜGYFÉL ELÉGEDETTSÉG VS. ELKÖTELEZETTSÉG



„OK”

„WOW!”



- Racionális viszonyulás
- Ügyfelek elvárásainak elérése
- NPS 7-8
- Tapasztalat megosztás - talán
- Piacon maradásra elég

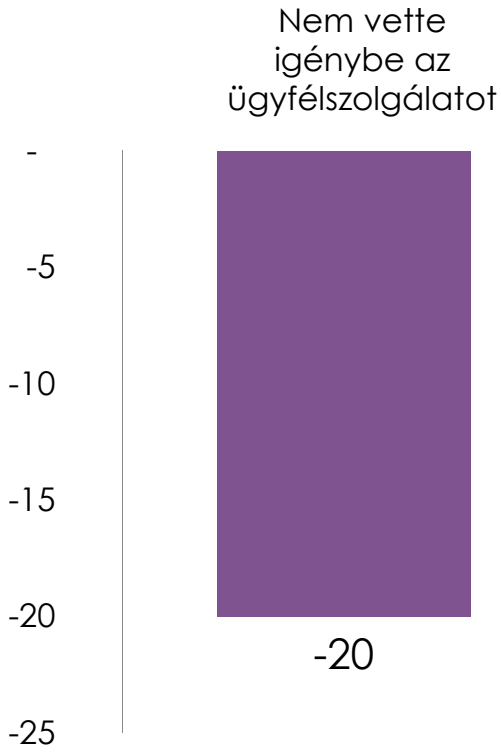
- **Erős érzelmi kötődés**
- **Elvárások meghaladása**
- **NPS 9-10**
- **Tapasztalat megosztás!**
- **Versenyelőny**

LOJALITÁS/HŰSÉG

AZ ÉRINTKEZÉSI ALKALMAK SZÁMA ÉS AZ NPS MÉRTÉKE

Forrás: DEVELOR Országos Ügyfélélmény Kutatás 2014

Több kontaktus nagyobb ajánlási értéket (NPS) eredményez



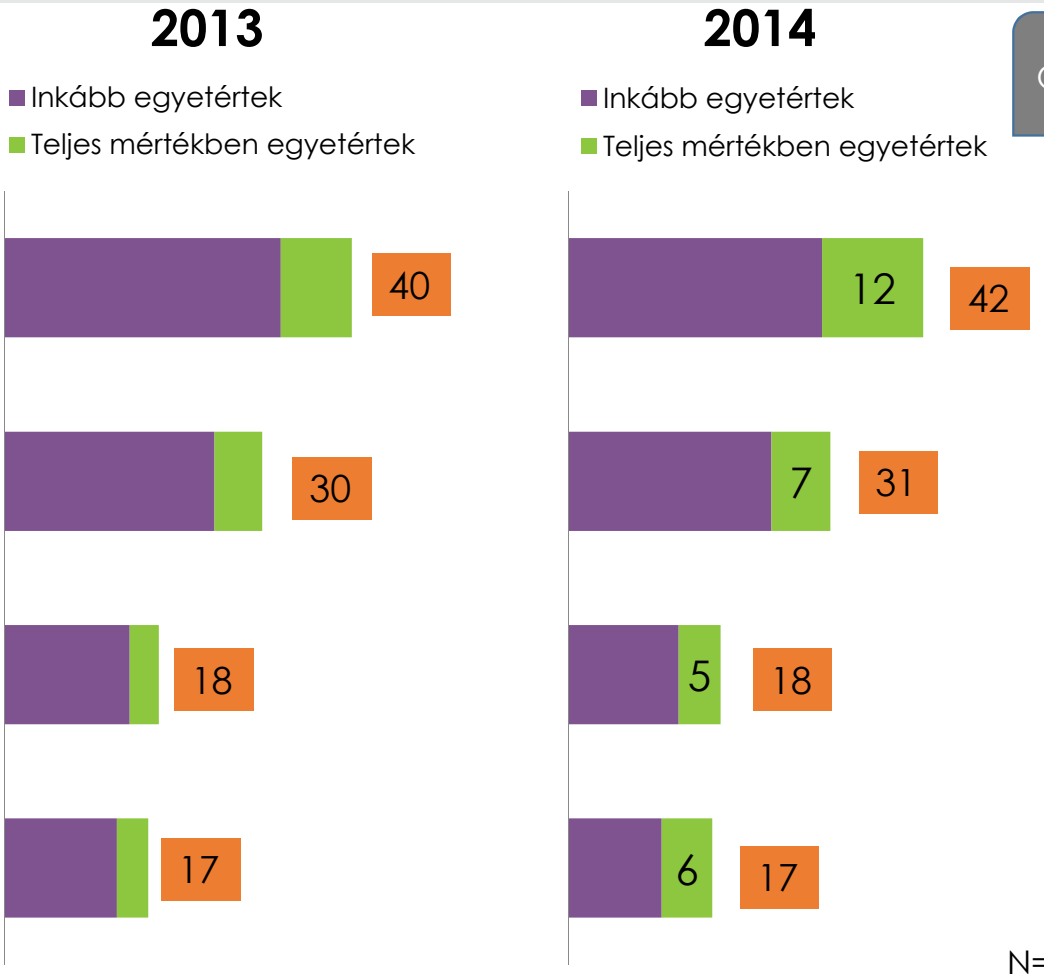
N=1200 fő, 18-59 évesek

NPS = Net Promoter Score

MENNYIT ÉR A NAGYOBB ÜGYFÉLÉLMÉNY ?

AZ ÜGYFELEK MAGYARORSZÁGON IS HAJLANDÓAK FIZETNI A MAGASABB MINŐSÉGŰ SZOLGÁLTATÁSÉRT

Forrás: DEVELOR Országos Ügyfélélmény Kutatás 2014



N=1200 fő, 18-59 évesek

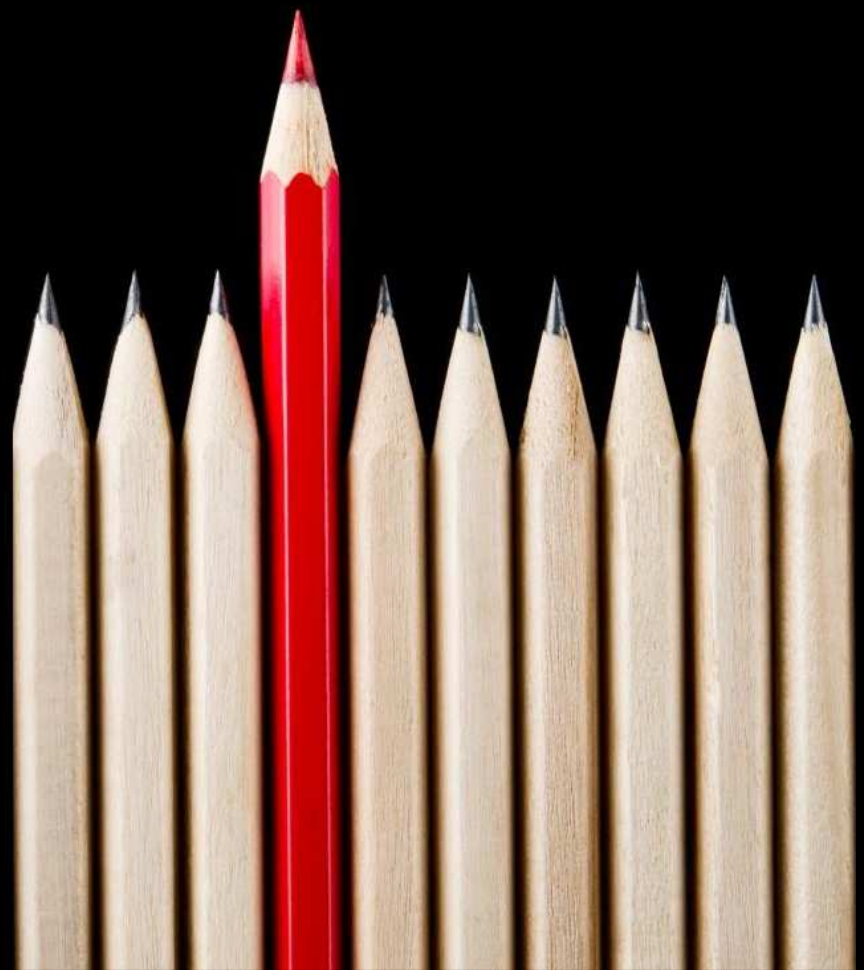

5% növekedés az ügyfélmegtartásban
25-125% profitnövekedés
Gartner

1

elkötelezett ügyfél

9

átlagos ügyfél



TESCO, 2014


A LOJÁLIS ügyfeleink
átlagosan 4,6x költenek többet
DEVELOR

Marketing Is Dead, and Loyalty Killed It

by Alexander Jutkowitz

WHAT TO RE
SEARCH
SIGN I

Assessment: Should We Pursue This New Project?

Giving Effective Feedback When You're Short on Time

You Might Be the Reason Your Employees Aren't Changing

SAVE SHARE 34 COMMENT TEXT SIZE PRINT



So, you've worked your way up the corporate ladder to become Chief Marketing Officer. Pat yourself on the back - you deserve it! All done? Good. Now, please accept my condolences. Your job is obsolete, and unless you turn yourself into a Chief Loyalty Officer, you're sure to eventually be replaced by one.

Harvard Business Review

FREE WEBINAR

Make Customer Data and Trust a Competitive Advantage



A NEW BUSINESS BŰVÖLETÉBEN

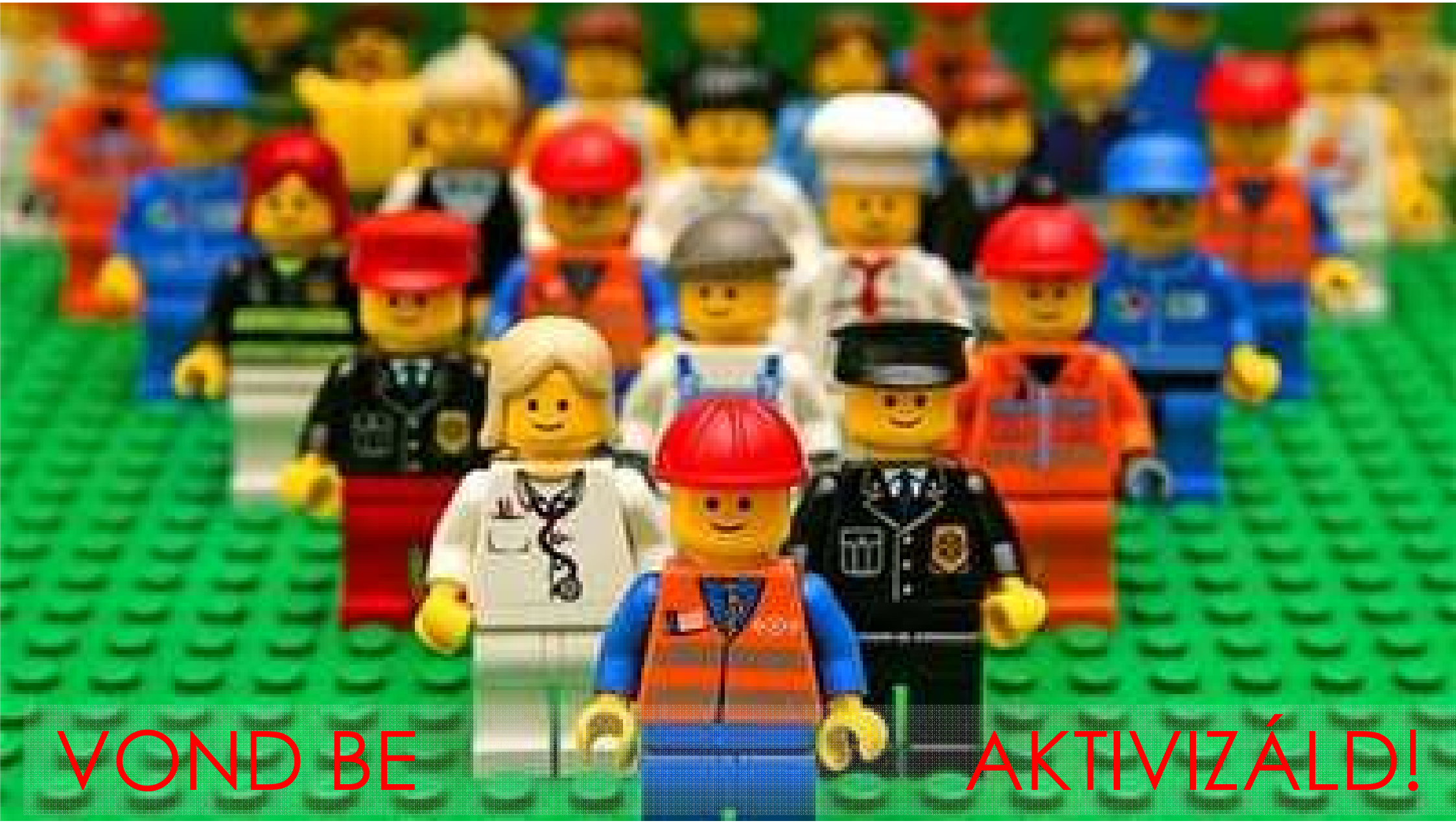


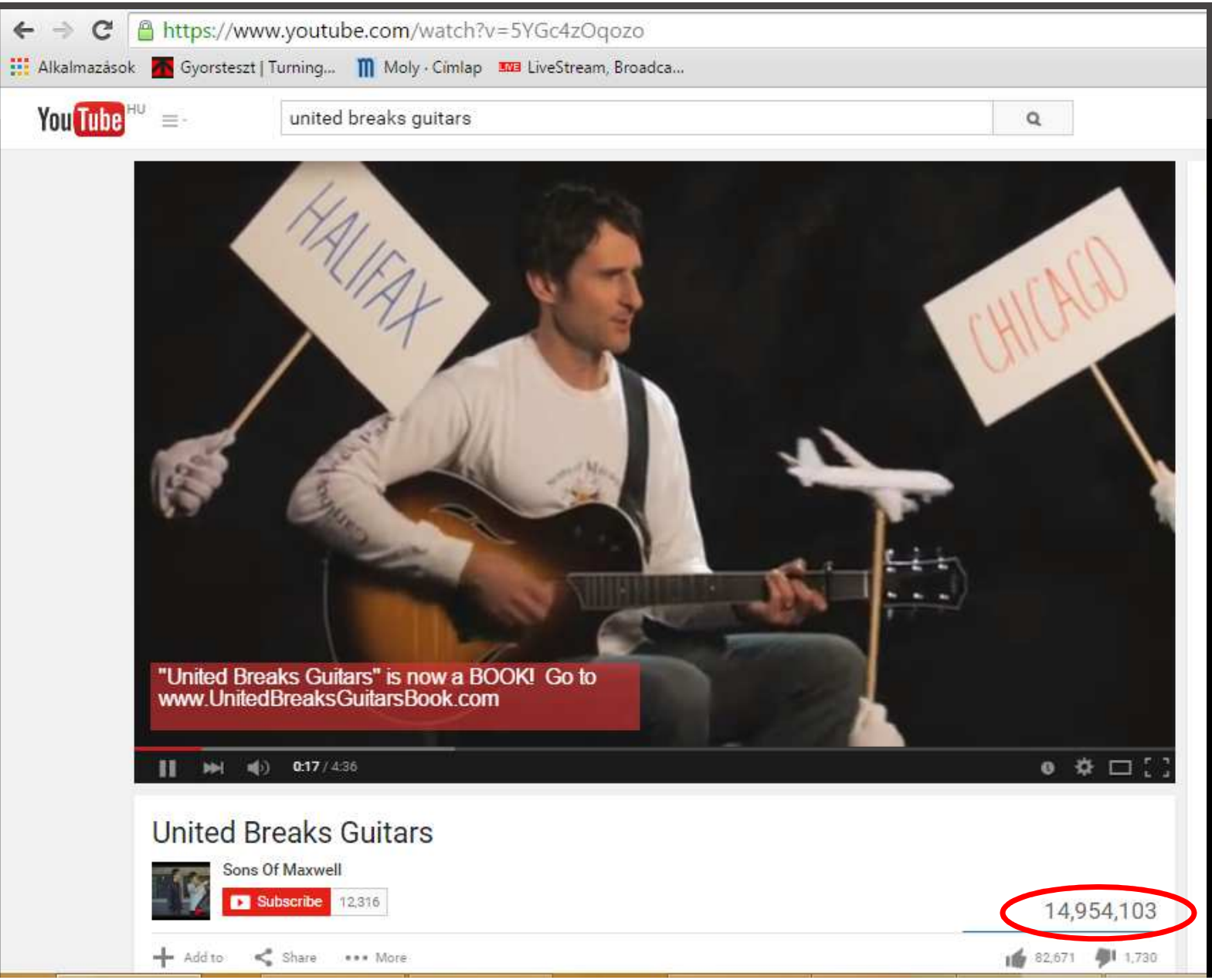
Az ügyfélmegtartás háttérbe szorul, az
új ügyfelek megszerzése mögött


„ENYÉM”


PERSZONALIZÁLD!


ADJ CÉLT!


VOND BE
AKTIVIZÁLD!



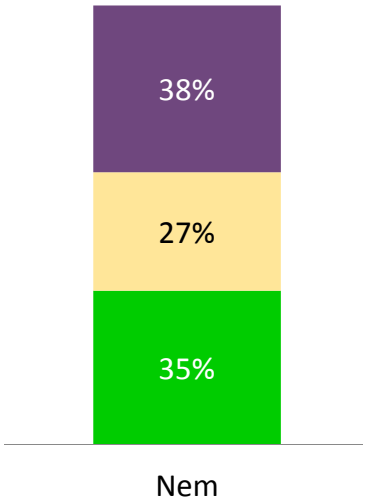
KEZELD A NEHÉZ HELYZETET!

A REKLAMÁCIÓ KEZELÉSÉNEK HATÁSA

Forrás: DEVELOR
Országos Ügyfélélmény
Kutatás 2014

Volt-e az elmúlt 6 hónapban reklamációja fő bankjával kapcsolatban?

NPS: -4



Támogatók Semlegesek Kritizálók

A panaszok kezelése kulcsfontosságú, egyértelműen lojalitásnövelő

zsolt.pozvai@develor.com

www.develor.hu
www.develor.com