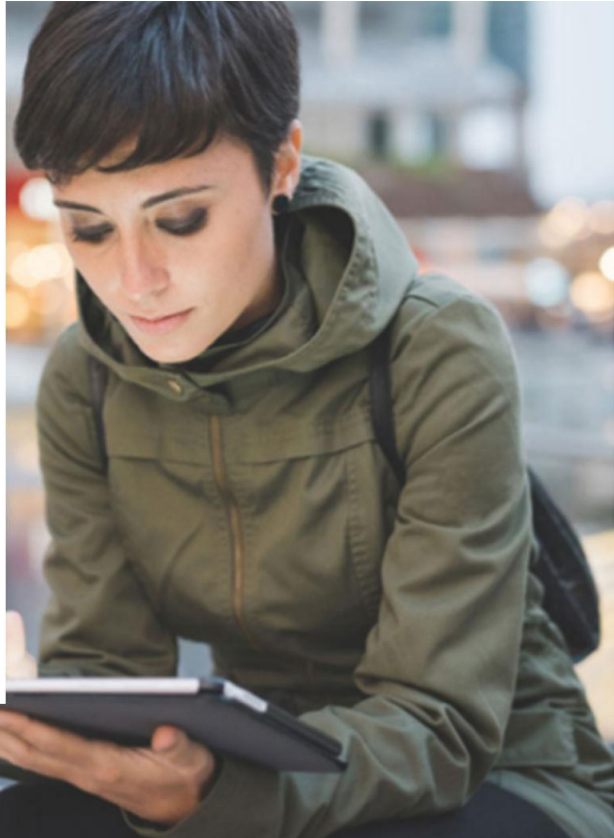




Customer First går hand i hand med NPS-arbetet

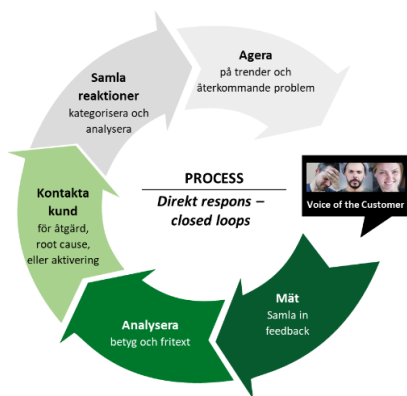
Läs om hur Proff i Norge jobbar med NPS för att stärka kundrelationer och skapa bättre kundupplevelser



LINN & MARTIN PÅ PROFF NORGE SÄTTER KUNDEN FÖRST MED STÖD AV NPS-ARBETET

Vi har ett riktigt roligt samarbete med Proff i Norge – en del av Enento Group - som vi vill berätta om här. Till att börja med är det ett supertaggat team som lägger all energi och ger järnet att sätt kunden först med hjälp av NPS-programmet. I spetsen finns Linn Messel Williamsen, operativt ansvarig för NPS-arbetet och ansvarig Customer Experience, och Martin Adriansen, NPS-ansvarig inom kundtjänst. De har en genuin och stark vilja att få med alla medarbetare att skapa riktigt bra kundupplevelser, och denna vilja smittar verkligen av sig. Målet är tydligt – att öka kundfokus i organisationen och stärka relationen till kunderna. Det ska göras genom ett starkt medarbetarengagemang och fördjupad kunskap om kunden.

För att nå målet att stärka kundrelationerna har Linn och Martin med kollegor satt ett delmål: att göra en personlig uppföljning med alla respondenter som sagt okej att bli kontaktade i deras relationsundersökning.



De började med att följa upp de minst nöjda kunderna. Avsikten var att lyssna och lära av kunderna, och därefter rätta till missförstånd och reda ut eventuella problem. På så sätt har de fördjupat sina kunskaper om kundernas förväntningar och vet mer om vilka kundupplevelser som önskas och vilka kunderna helst är utan.

Uppföljningarna som gjorts har sedan kategoriserats i olika actionområden och delats in i frekventa och mindre frekventa problem. De har också gjort en indelning i vad som kräver mer omfattande åtgärder och vad kan lösas på enklare sätt.

Med hjälp av sammanställningen av all feedback har de identifierat olika kritiska prioriteringsområden kopplat till vad som driver kundernas lojalitet och lagt fokus på att genomföra förbättringar och förändringar för att bli ännu bättre på dessa områden. Med stöd av NPS-metoden har de ett löpande öra mot rälser och har nu möjlighet att vara proaktiva i sitt arbete.

Ett exempel är att de i juni 2021 startar en pilot för att löpande följa upp kundens upplevelse av säljkontakterna de har med Proff. Det kommer att göras genom en touch-point undersökning som skickas till kunderna efter att de ingått ett avtal med Proff. Även här kommer de jobba med closed-loop-samtal med kund, men också använda resultatet i säljcoaching samtal med team och individuella säljare.

Ett sätt att engagera samtliga medarbetare i att jobba med Customer First har varit att gemensamt stanna upp och fira alla positiva svar som kommer in via kundundersökningarna. Proff har också varit aktiva och måna om att trycka på att det är teamwork som gäller för att förbättra och stärka kundernas känsla och upplevelser för företaget.

Ett sätt att visa på vikten av detta har varit att återkommande använda hashtags för att förstärka och påminna om budskapet. De hashtags som kopplas till all kommunikation är:
#wegrowtogether, #wecareanddare, #webuildtrust, #customerfirst



Intervju med Martin, NPS-ansvarig för kundserviceteamet



Utifrån kundperspektiv, vad har du för tankar kring det faktum att ni numera genomför NPS-undersökningar på Proff?

"Jag tycker att det är utmärkt. Det är en möjlighet att arbeta proaktivt med kundfrågor. Direkt när vi började använda kundfeedbacken och kategorisera in de olika frågeställningarna och se vilka som var frekventa och mindre frekventa kunde vi ändra vårt beteende och nu känner vi att vi är på rätt väg."

Vilka är ansvariga för direktuppföljningarna?

"De som jobbar med de löpande uppföljningarna är Proff's kundserviceteam. Resultatet har varit mycket bra."

Kundtjänst tar emot actionmejl från alla respondenter som svarat lägre än 7 på NPS-frågan och godkänt kontakt med er på Proff. Hur arbetar du med dessa respondenter?

"Jag gör en del förberedelsearbete och kollar upp bakgrundsinformation om respondenterna innan jag kontaktar dem så att jag är förberedd för att kunna erbjuda bra hjälp och stöd. Jag ställer öppna frågor så att kunden kan berätta om händelseförlopp, sitt problem, missnöje eller fråga.

Det är viktigt att förmedla för kunderna att deras åsikter och erfarenheter verkligen är viktiga för oss för att vi ska kunna rätta till och förbättra oss och våra tjänster."



Hur upplever du att direktuppföljningen med kunderna har fungerat så här långt?

"Det har varit inspirerande och uppfriskande. Respondenter ger genomtänkta svar och värdefulla återkopplingar. Det har gett oss möjlighet att få fördjupad insikt och identifiera återkommande problem och åtgärda dem. Jag upplever att undersökningen är en stark signal till våra kunder att vi bryr oss om och lyssnar på dem och att målet är att vi strävar efter att förbättra vår service till dem."

Hur brukar ni använda er av alla de svar från kunder som svarat 9 eller 10 på rekommendationsfråga?

"Många av våra kunder ger också mycket positiv feedback, och detta delas och firas med alla som arbetar på Proff. Förra veckan lade vi till en uppföljningsfråga i undersökningen: "Skulle du kunna tänka dig att vara en referenskund till Proff? ". Redan på måndagsmorgonen fick jag ett action-mail som berättade för mig att en kund hade svarat "JA" på detta, och vi har därmed fått vår första kundreferens via NPS-undersökning. Den första av många tror vi."

Om Proff Norge – En del av Enento Group

Proff Norge är en användartjänst för det norska näringslivet. De levererar aktuell och djupgående information om norska företag för professionella aktörer som söker leverantörer och samarbetspartners. Proffs lojalitetsarbetet är en del av Enento Groups CX-program.



Några sista ord från oss på MarketDirection:

Vi på MarketDirection är glada att med våra tips & råd och genomförande av undersökningar få vara med och guida detta team på deras NPS-resa. För oss är det både inspirerande och roligt att få jobba med detta engagerade team och se hur de genomför alla olika steg och processer för att få till ett framgångsrikt NPS-arbete. Tack Proff och NPS-teamet på Enento Group!