

Tisková zpráva

GfK představilo svým klientům nástroj GfK Echo - velmi efektivní řešení pro řízení okamžité zákaznické zkušenosti

1. prosince 2014

Andrea Winklerová
Marketing&Communications
+420 296 555 422
+420 251 815 800
andrea.winklerova@gfk.com

Praha – 1. prosinec 2014 - Po roce uvedení nového řešení zákaznické zkušenosti prostřednictvím nástroje GfK Echo, mají první klienti reálné a úspěšné zkušenosti s tímto nástrojem. Klienti prostřednictvím Echa, které dokáže transformovat hlas zákazníků do akčního plánu pro zlepšení výkonu jejich byznysu, získávají požadované informace, a to vše ve velmi krátkém čase a v přehledném reportovacím systému. Výhodou pro klienty je okamžitá dostupnost GfK Echa, které je přístupné kdykoliv a odkudkoliv, stačí pouze připojení k internetu.

Co firmy potřebují?

Firmy požadují silný a bezprostřední systém zpětné vazby od svých zákazníků. Společnosti také potřebují transformovat hlas zákazníka do akčního plánu a díky tomu i zlepšit jejich byznys, a to analyzováním problémů na úrovni zákazníka i celé společnosti - toto všechno GfK Echo nabízí. Ve velmi krátkém čase zajišťuje rychlou zpětnou vazbu – tedy identifikuje a odpovídá na vzniklé otázky a problémy zákazníků.

A jaké jsou nejnovější trendy v měření zákaznické zkušenosti, které GfK může nabídnout?

Klienti si žádají velmi rychlá řešení, která nabízí okamžitou zpětnou vazbu a pomáhají uspokojit potřeby zákazníků, nebo maximalizovat efektivitu provozů jako například zákaznických center, call center či samotných provozů obchodních sítí. Tento nástroj je potřebný zejména pro firmy, které potřebují rychle reagovat na potřeby svých zákazníků.

Co klienti dokáží ocenit na GfK Echu?

Klienti dokáží především na GfK Echu ocenit integrované vstupy z různých zdrojů sběru dat o zákaznické zkušenosti. Dále pak vytváření jasných a přehledných reportů jak pro management, tak i pro pracovníky na výkonných pozicích a sledování řešení problémů i podnětů zákazníků na operativní úrovni bezprostředně po kontaktu se společností a jejími touchpointy. Díky tomu společnosti získávají okamžité podněty pro zaměstnance oprávněné k přijímání opatření.

Současně s tím mohou vylepšovat své procesy v obchodním styku a péči o zákazníky. Pochvalovanými jsou i výstupy pro zlepšování práce zaměstnanců a nastavení jejich odměňování podle jasných KPI's.

Co zákazníci především oceňují, jsou výhody GfK Echa, jako je jeho intuitivnost a uživatelská přívětivost, ale především jeho dostupnost většímu počtu uživatelů. Zákazníci díky nástroj GfK Echo můžou vidět konkrétní data pro jednotlivé pobočky, ale i značku jako celek. Jeho flexibilní filtry umožňující vytvářet zprávy ad hoc, ale výhodou tohoto produktu je i jeho dostupnost přímo na mobilních telefonech i tabletech přes internet. Tedy připojení kdykoliv a kdekoliv.

GfK Echo během roku svého uvedení na trh pomohlo klientům v různých oblastech - automobilovém, telekomunikačním, ale i finančním sektoru ve velkém počtu zemí na různých trzích. Příkladem úspěšné implementace tohoto nástroje jsou i jeho úspěšné case studies.

O společnosti GfK

GfK je důvěryhodným partnerem při poskytování důležitých informací o trhu a spotřebitelích, které umožňují klientům přijímat lepší rozhodnutí. V GfK kombinujeme práci a nadšení více než 13 000 expertů průzkumu trhu s 80letými zkušenostmi v oblasti vědecké práce s daty. To umožňuje GfK poskytovat zásadní globální poznatky kombinované se znalostí místních trhů ve více než 100 zemích celého světa. Díky inovativním technologiím a vědeckému zpracování dat dokáže GfK transformovat velké objemy dat na inteligentní a relevantní údaje a umožnit tak svým klientům získat konkurenční náskok a obohatit je o zkušenosti, zážitky a volby svých spotřebitelů a zákazníků.

Pro podrobnější informace navštivte náš web na <http://www.GfK.com> nebo nás sledujte na Twitteru: https://twitter.com/GfK_en