

Eftirfylgni með vöru



Eftirfylgni með sölu á vörum og eða þjónustu er afar ábótavant á Íslandi og mikill meirihluti íslenskra fyrirtækja nýta ekki þennan mikilvæga markaðsþátt. Kaupferill vöru og þjónustu er í fimm liðum:

1. Þörf kviknar
2. Leit að valmöguleikum
3. Mat á valmöguleikum
4. Ákvörðun um kaup og að lokum
5. Eftirfylgni (e. Post Purchasing Behaviour)

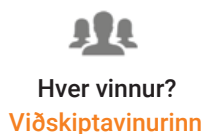


Með því að spyrja viðskiptavin um álit eftir að vara eða þjónusta hefur verið afhend er verið að stórauka líkur á endurkaupum og arðsemi félagsins eykst.

Hvernig?

Það eru tvær leiðir til þess að gera kannanir í Zenter.

Fyrri leiðin er hefðbundin könnun með svarmöguleikum eins og “Já” og “Nei”, krossaspurningar, opnar spurningar, val um fleiri en eitt svar og fleira. Þetta er gert inni í kannanahluta Zenter.



Hin leiðin til þess að gera könnun er að nýta hnappasnið sem fylgir aðgangi þínum. Frábær leið þegar þú ert aðeins með eina spurningu og 5-7 valmöguleika. Þessi leið er mjög algeng eftir að vara er afhent eða þegar viðskiptavinur hringir inn með spurningu eða kvörtun.

Eftirfylgnin er svo fullkomnuð með því að þú getur fengið tölvupóst í rauntíma ef svarið er neikvætt sem hjálpar þér að bregðast strax við óánægju.



Af hverju?

Innan við 1% íslenskra fyrirtækja sækir endurgjöf frá viðskiptavinum sínum og gefur það þeim fyrirtækjum sem sækja reglulega endurgjöf ákveðið forskot. Stjórnunarlegar ákvarðanir verða ávallt betri þegar þær eru byggðar á gögnum og með endurgjöf ertu að framleiða efniviðinn í betri ákvarðanir.

Hvað þarf ég að kunna?

- Gera könnun
- Stofna feril
- Tengja svör í könnun við markhóp
- Lesa úr skýrslum
- Nota hnappasnið