

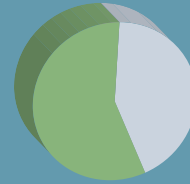
Asiakaspalvelussa on kolme tärkeää R:ää. Reach (Yhteys), Respond (Reaktio) ja Retain (Ylläpitäminen) - asiakkaasi tietävät joka vaiheessa mitä haluavat.

Huolehdi siitä, että he tuntevat itsensä arvokkaiksi

70%

kuluttajista pitää parhaina tuotemerkkeinä niitä, jotka huolehtivat tarkimmin heidän tarpeistaan

...ja palkinnot voivat olla vielä parempia



57%

asiakkaista käyttäisi enemmän rahaa tuotemerkkeihin, jotka saavat heidät tuntemaan itsensä arvokkaiksi

Tee siitä henkilökohtaista

Kaikista tuotemerkkien ennen ostosta tarjoamista tiedoista asiakkaat pitävät eniten henkilökohtaisista tarjouksista ja alennuksista ...mutta tasapainossa läpinäkyvyyden kanssa

61%

asiakkaista on sitä mieltä, että tuotemerkkien on oltava läpinäkyvämpiä sen suhteen, miten ne käyttävät asiakkaiden tietoja

...tai kärsi seuraukset



89%

asiakkaista sanoo, että luopuisi kaupasta, jos kokisi tuotemerkin harjoittaman vuorovaikutuksen liian tunkeilevaksi

Huomio asiakkaaseen koko ostoprosessin ajan

Asiakkaiden mielestä tuotemerkin tulisi kiinnittää heihin eniten huomiota myyntitapahtuman aikana, ja huomio on tärkeää myös myyntitapahtuman jälkeen. Laadukkaalla vuorovaikutuksella on väliä.

47%

luopuisi asiakkuudesta, jos tuotemerkki ei täyttäisi heidän odotuksiaan vuorovaikutuksen suhteen

Aseta asiakaskokemus etusijalle



60%

asiakkaista on sitä mieltä, että tuotemerkit välittävät ainoastaan rahojensa saamisesta, eivät niinkään hyvän asiakaspalvelun tarjoamisesta

Huono käyttäjäkokemus johtaa kaupan menettämiseen

91%

asiakkaista on sitä mieltä, että hankala maksutapahtuma saisi heidät luopumaan kaupasta

Lataa raportti osoitteesta www.ricoh.fi/thoughtleadership