

Τα CX Stories της Focus Bari



«Κύμα» A : Μάιος 2023

Τα Focus Bari CX Stories

WOW CX Stories 😊



2 φορές το χρόνο καταγράφουμε τις εμπειρίες πελατών μέσα από περιγραφές με δικά τους λόγια



OUCH CX Stories ☹️

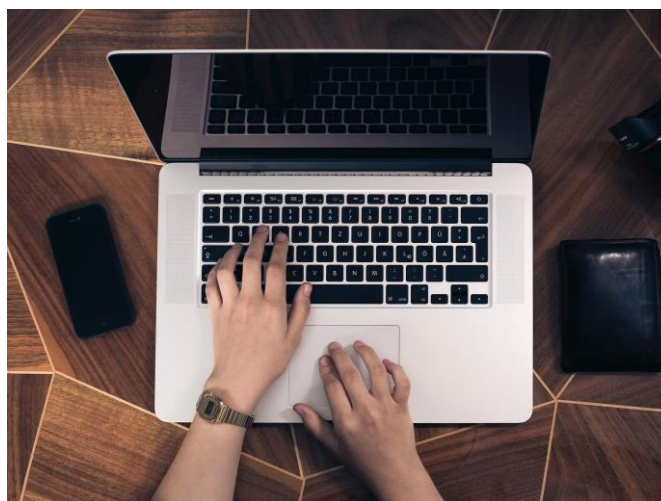


Τα Focus Bari CX Stories

Αναδεικνύονται μέσα από Πανελλαδικές Έρευνες που διεξάγονται κάθε χρόνο με δική μας πρωτοβουλία από το 2017 στο πλαίσιο του εορτασμού της Εθνικής Εβδομάδας Εξυπηρέτησης Πελατών - ΕΙΕΠ και από το 2021 δύο φορές τον χρόνο (Άνοιξη-Φθινόπωρο) καταγράφοντας:

Αυθεντικές ιστορίες καταναλωτών
όπως τις έζησαν μέσα στο
τελευταίο εξάμηνο και τις
αφηγούνται με δικά τους λόγια

WOW CX Stories 😊



OUCH CX Stories 😞



Η ταυτότητα της έρευνας

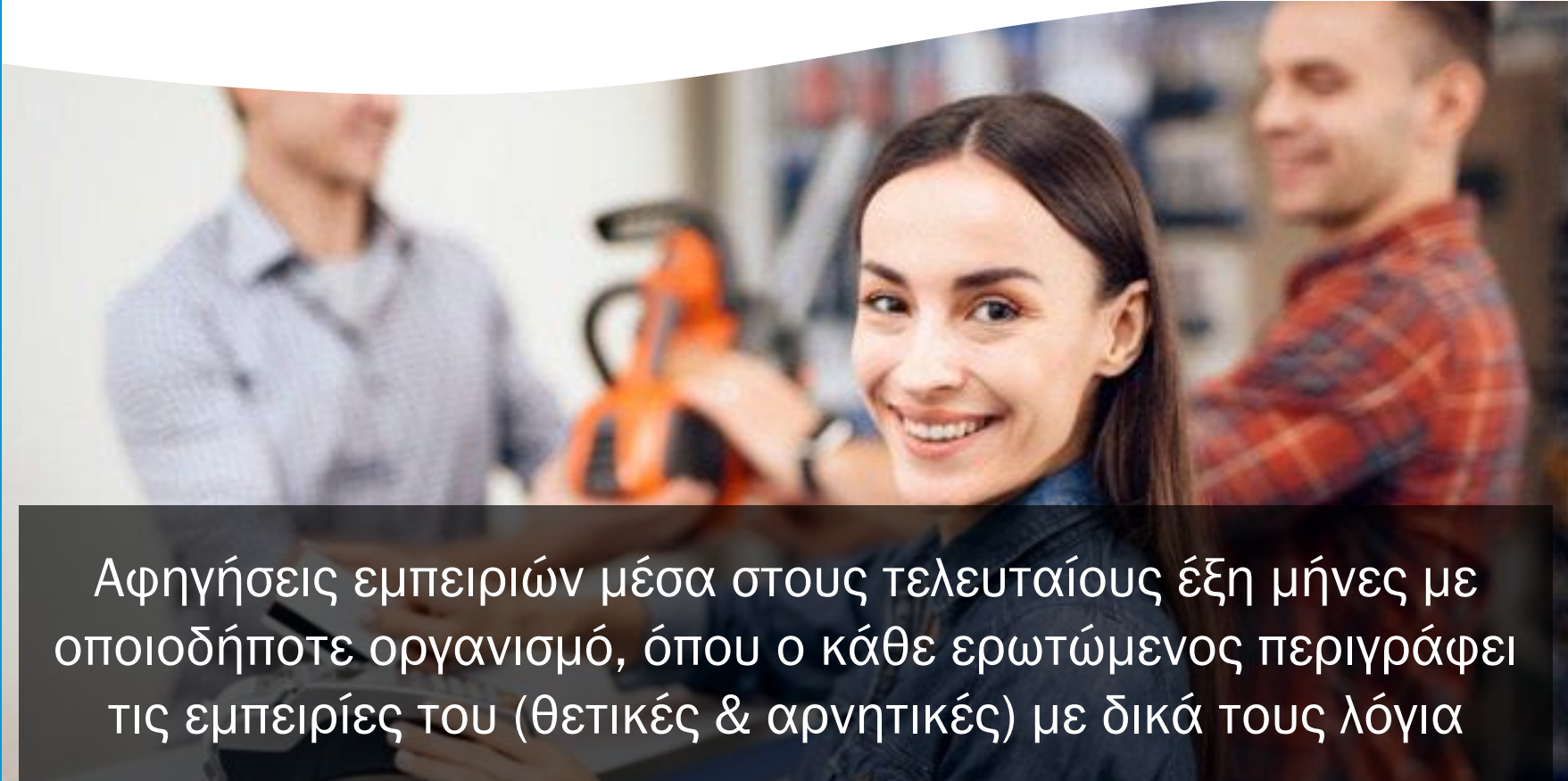
- ✓ Σύντομο ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο (Βαθμός ικανοποίησης 8,8/10!)
- ✓ Σχεδιασμός από την ομάδα Focus Bari
- ✓ Πληθυσμός : άντρες και γυναίκες 18-64 χρόνων Πανελλαδικά
- ✓ Δείγμα : 604 άτομα
- ✓ Διεξαγωγή μέσω YouGov online panel
- ✓ Fieldwork : 8-14 Μαΐου 2023
- ✓ Ηλεκτρονική & μηχανογραφική υποστήριξη YouGov | Focus Bari



Ευχαριστούμε!

Η κορυφαία
εμπειρία του
πελάτη είναι το
σημαντικότερο
σημείο
αποτύπωσης
της εταιρικής
αποστολής

Τα CX stories της Focus Bari...



Αφηγήσεις εμπειριών μέσα στους τελευταίους έξη μήνες με
οποιοδήποτε οργανισμό, όπου ο κάθε ερωτώμενος περιγράφει
τις εμπειρίες του (θετικές & αρνητικές) με δικά τους λόγια



Τι θα δούμε

- Εισαγωγή : Πώς επηρεάζει η τεχνολογία την Εμπειρία Πελάτη;

- Οι WOW Εμπειρίες

- Οι ΟΥΧΗ Εμπειρίες

Όλοι οι Έλληνες είναι πλέον **online**



Όλοι είναι χρήστες internet! (97%)

Αρχή

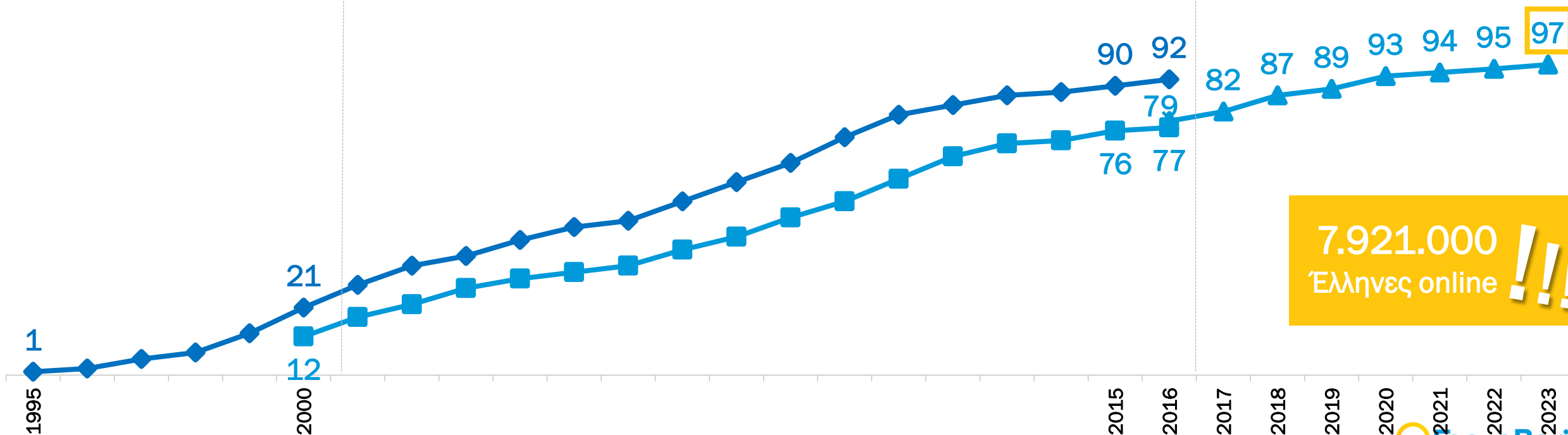
Ηλικίες 13-54, Αστικά 50+
3.604.000

Επέκταση

Άνδρες- Γυναίκες 13-70, Πανελλαδικά (-25 χλμ.)
6.585.000

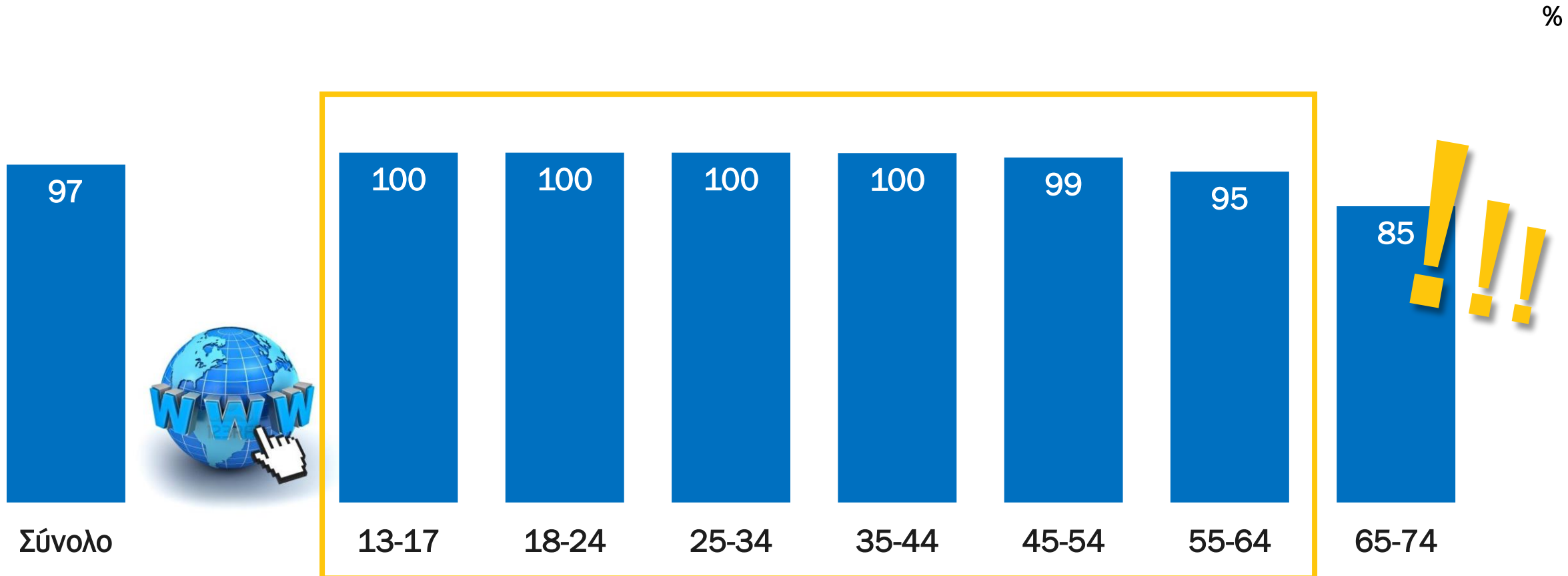
Σήμερα

Άνδρες- Γυναίκες
13-74, Πανελλαδικά
8.202.000



7.921.000
Έλληνες online !!!

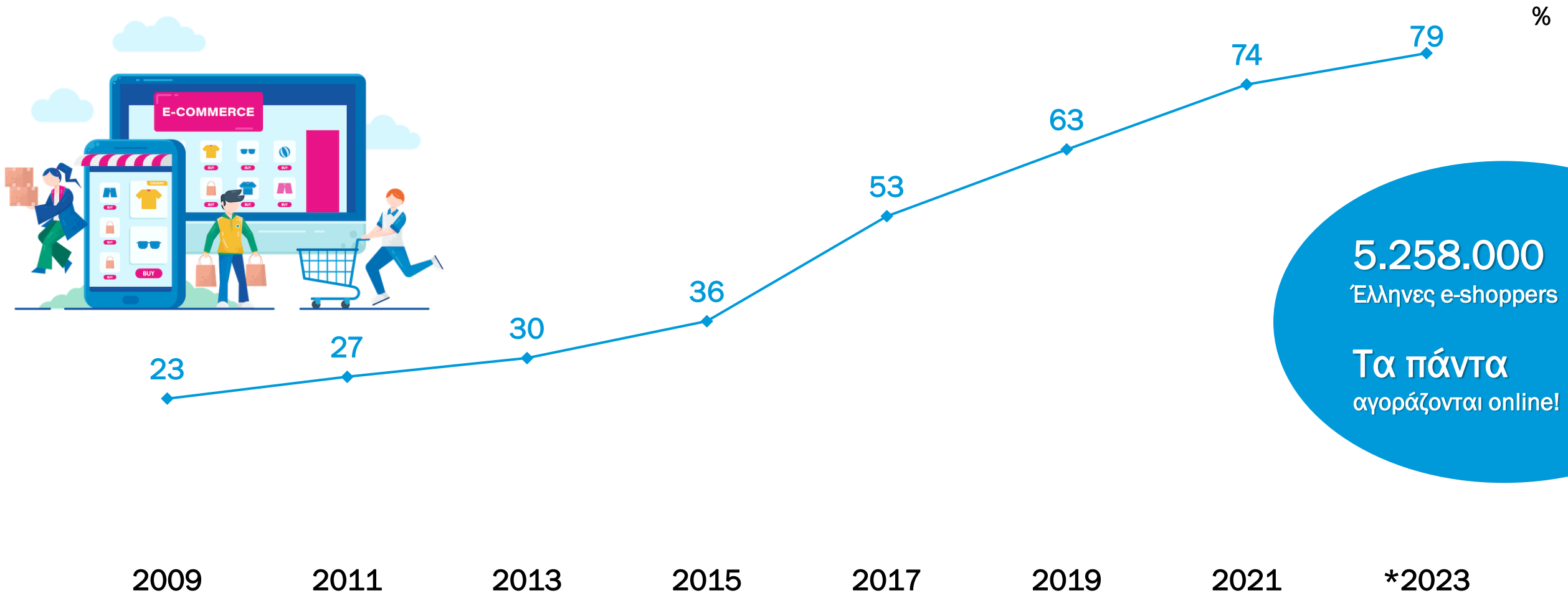
... πάνω από 8 στους 10 ηλικίας 65+ επισκέπτονται τον κόσμο του διαδικτύου!



Το 88% των Ελλήνων είναι χρήστες των Social Media

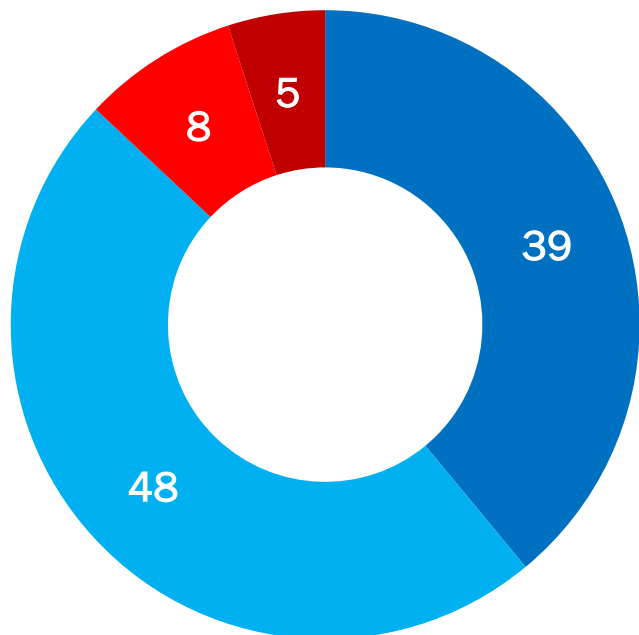


Και αυξάνονται συνεχώς οι Έλληνες χρήστες που επιλέγουν τις διαδικτυακές αγορές [τελ. 6 μήνες]

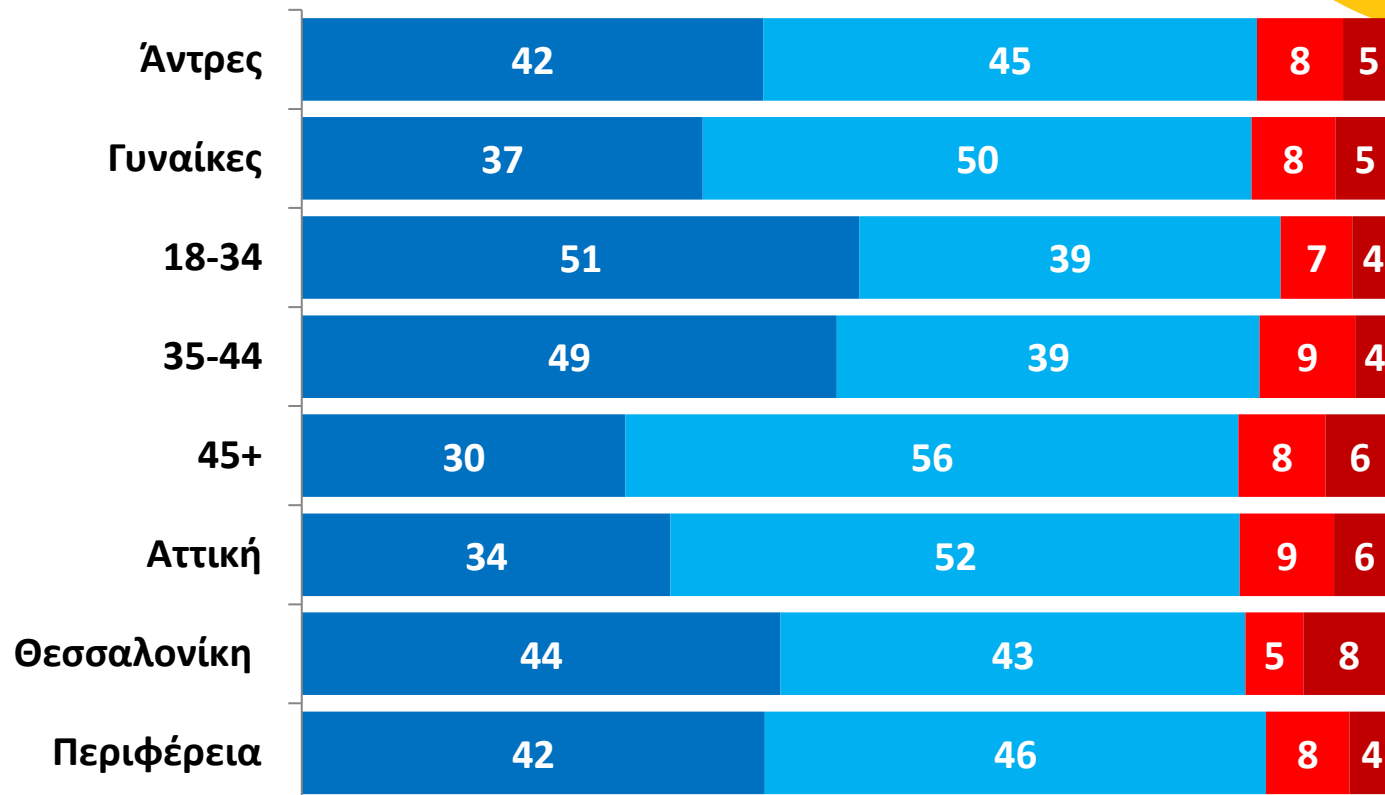


Όμως, μόνο 2 στους 5 Έλληνες δηλώνουν απολύτως άνετοι & εξοικειωμένοι με την τεχνολογία, άρα η Εμπειρία Πελάτη γίνεται πολυκαλανική, πολυεπίπεδη, με ανάγκη προσαρμογής

ΕΡ. «Ποια είναι η σχέση σας με την τεχνολογία; Επιλέξτε την φράση που ταιριάζει καλύτερα στην περίπτωση σας» %

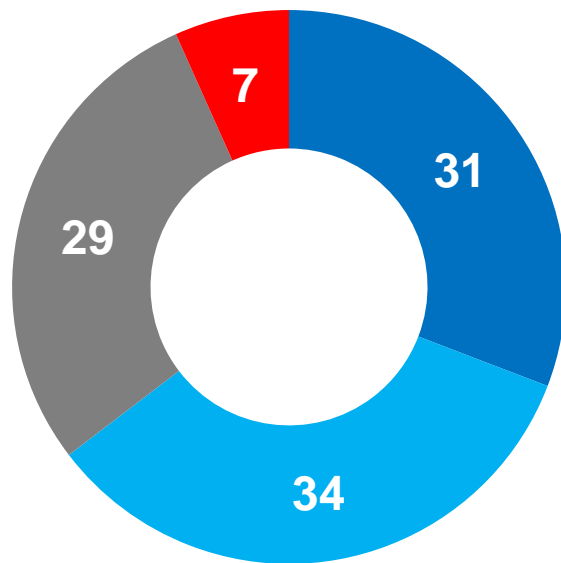


- Είμαι απολύτως άνετος/η με την τεχνολογία και με βολεύει πολύ
- Είμαι αρκετά εξοικειωμένος, τα καταφέρνω όποτε χρειαστεί
- Δεν είμαι και τόσο εξοικειωμένος με την τεχνολογία, θέλω βοήθεια
- Προτιμώ περισσότερο να επικοινωνώ με ανθρώπους παρά με την τεχνολογία



Οι εμπειρίες των καταναλωτών με τους οργανισμούς αποκτούν δύναμη μέσα από το δημόσιο μοίρασμά τους: 2 στους 3 Έλληνες συμβουλεύονται κριτικές και αξιολογήσεις προτού επιλέξουν ένα προϊόν ή υπηρεσία : η αναλογία αυτή ανεβαίνει από χρόνο σε χρόνο, ειδικά στις νεαρές ηλικίες

ΕΡ. «Πόσο συχνά διαβάζετε κριτικές και αξιολογήσεις προτού αγοράσετε κάποιο προϊόν ή υπηρεσία;»

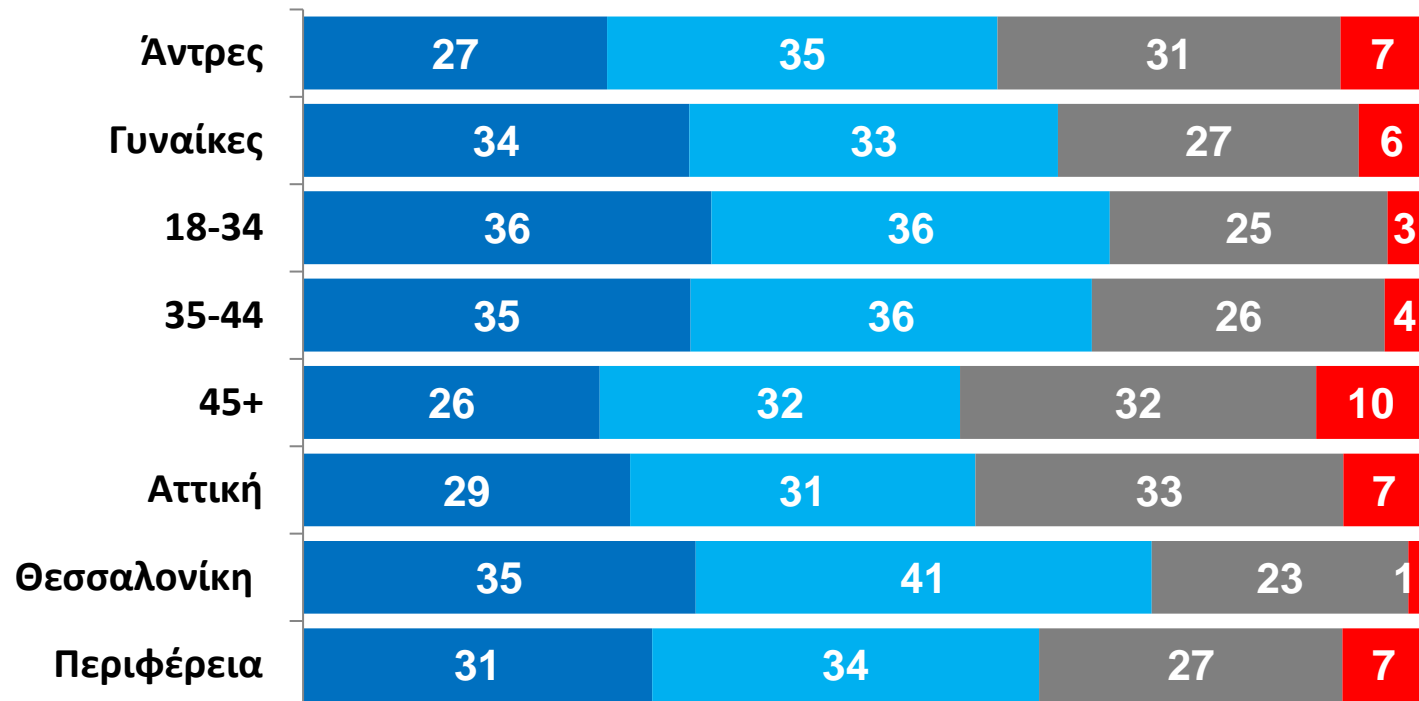


■ Πάντα/σχεδόν πάντα

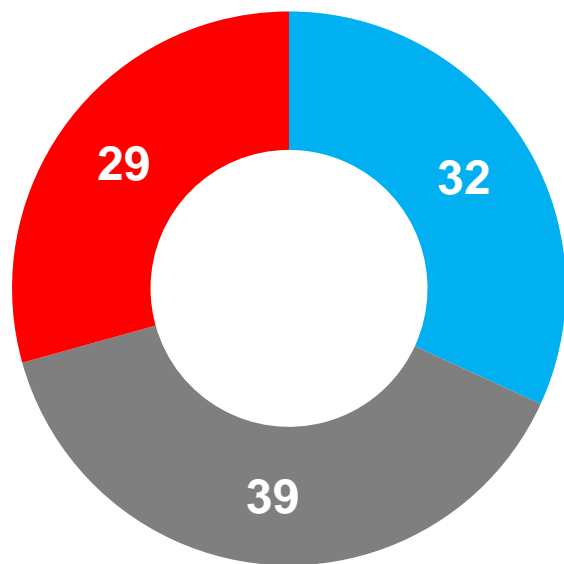
■ Συστηματικά/αρκετά συχνά

■ Κάποιες φορές ναι/κάποιες όχι

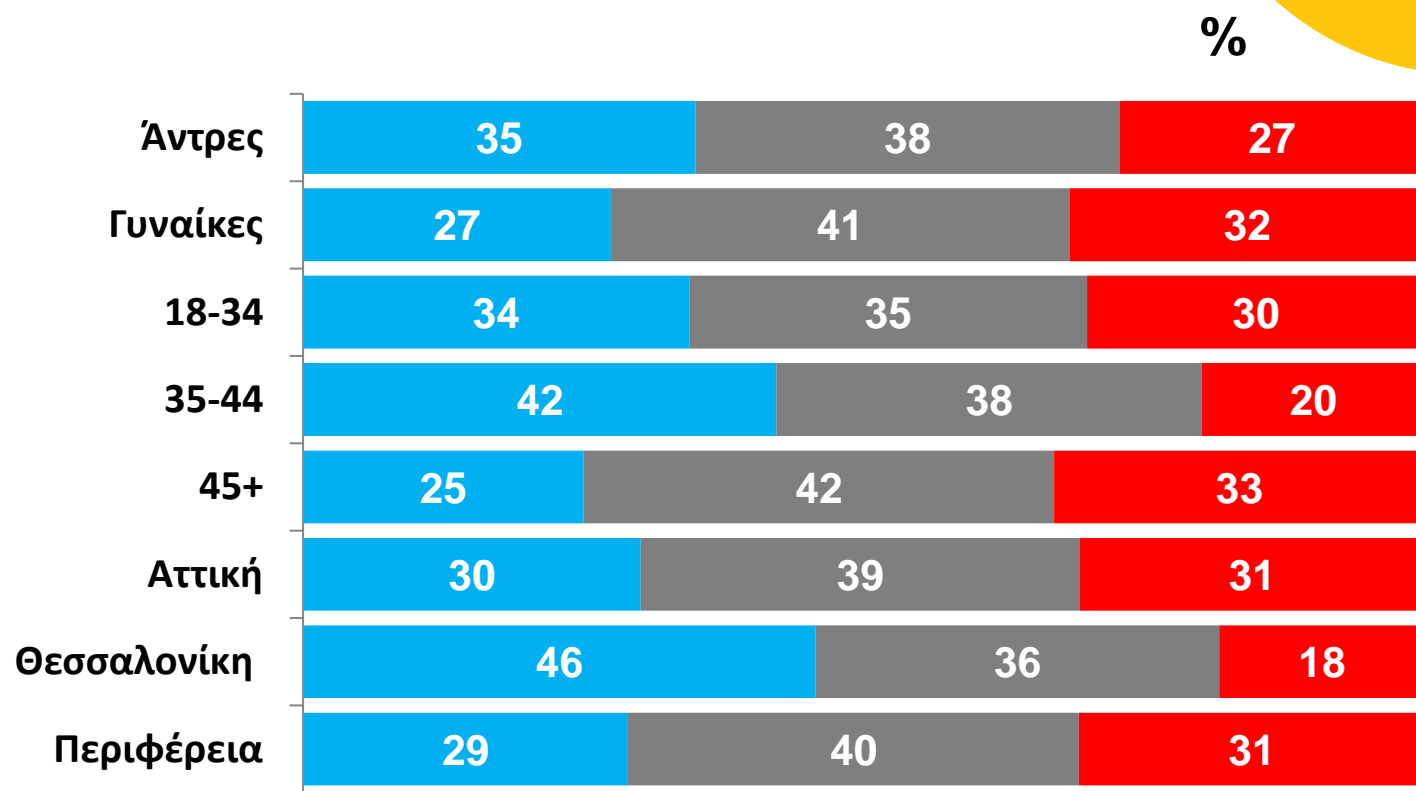
■ Αραιά/όχι τόσο συχνά/ποτέ



1 στους 3 Έλληνες δίνουν αξιολόγηση με δική τους πρωτοβουλία μετά από μια εμπειρία τους

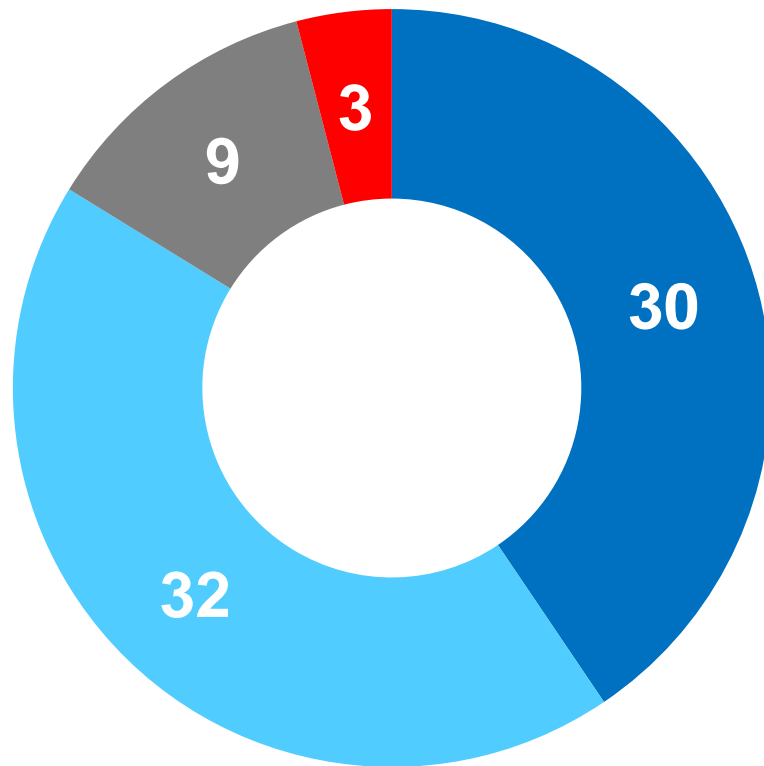


- Πάντα/σχεδόν πάντα/συστηματικά
- Κάποιες φορές ναι/ κάποιες φορές όχι
- Αραιά/όχι τόσο συχνά/ποτέ

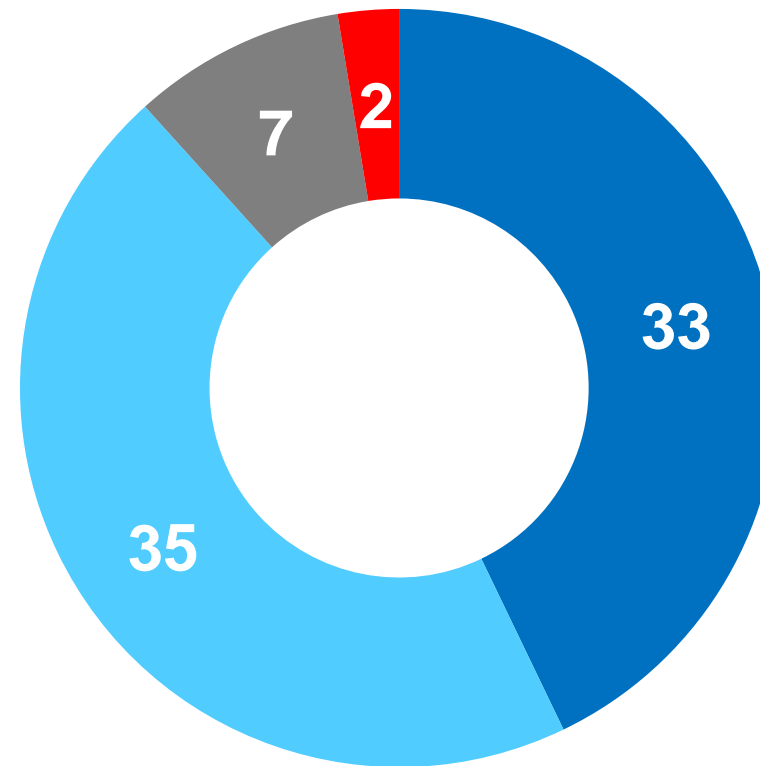


Ενώ σημαντική αναλογία συζητά με τον περίγυρο μια εμπειρία που είχε, είτε είναι θετική, είτε αρνητική!

Στον περίγυρο (θετική)



Στον περίγυρο (αρνητική)



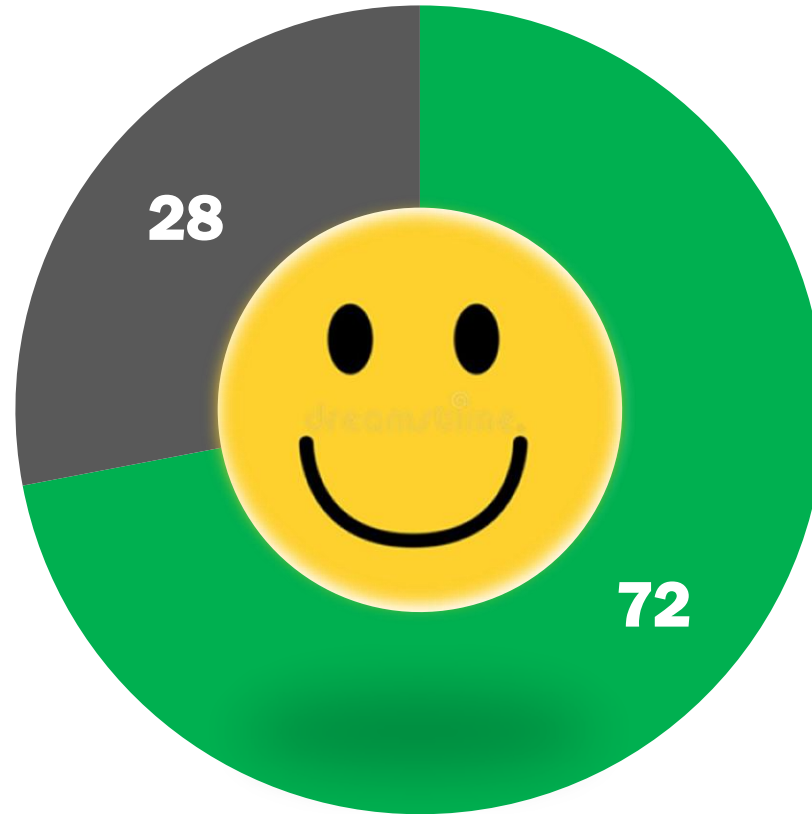
■ Πάντα ■ Συστηματικά ■ Όχι τόσο συχνά ■ Ποτέ



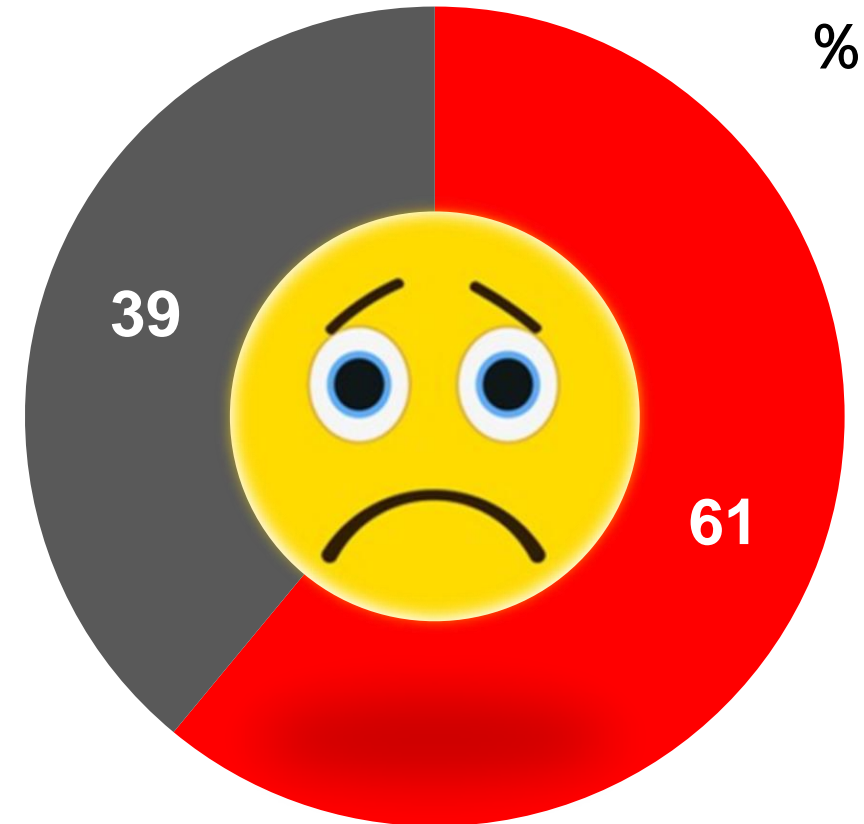
Οι Εμπειρίες του τελευταίου εξαμήνου

Περνώντας στα CX stories του τελευταίου εξαμήνου, μεγάλη αναλογία καταναλωτών έζησαν και “WOW” αλλά και “OUCH” εμπειρίες, με τις “WOW” να υπερτερούν!

Τουλάχιστον μια
“WOW” εμπειρία



Τουλάχιστον μια
“OUCH” εμπειρία



- Τουλάχιστον μία Θετική/Αρνητική
- Καμμία στο τελευταίο εξάμηνο

Τόσο οι θετικές, όσο και οι αρνητικές εμπειρίες βιώνονται σε αρκετά μεγάλη ποικιλία κλάδων (ποσοστά επί συνολικού πληθυσμού)





ΟΙ ΘΕΤΙΚΕΣ, WOW Εμπειρίες

Οι θετικές, WOW CX Stories μέσα από τις αφηγήσεις των καταναλωτών με τα δικά τους λόγια:

«Το προηγούμενο καλοκαίρι είχα οργανώσει διακοπές στην Κέρκυρα. Ψάχνοντας για κατάλυμα βρήκα και έκλεισα, έγκαιρα, ηλεκτρονικά κάποιο συγκεκριμένο.

2 ημέρες πριν την αναχώρηση για την Κέρκυρα ειδοποιήθηκα ότι ο ιδιοκτήτης δεν είχε επιβεβαιώσει την κράτηση και έτσι αυτή ακυρώθηκε. Απογοητεύτηκα και άρχιζα να ψάχνω άλλο κατάλυμα. Βρήκα κάποια με διπλάσια τιμή...

Την επόμενη ημέρα μου τηλεφώνησε ο ιδιοκτήτης του πρώτου καταλύματος και με ενημέρωσε ότι δεν επιβεβαίωσε την κράτηση, λόγω σοβαρού προβλήματος υγείας. Το κατάλυμα είχε δεσμευτεί από άλλον και γι' αυτό μου πρόσφερε την διαμονή που είχα επιλέξει σε άλλο κατάλυμα (το οποίο ανήκε σε ανώτερη κατηγορία, με υψηλότερη τιμή) με το ίδιο κόστος...»



Οι θετικές, WOW CX Stories μέσα από τις αφηγήσεις των καταναλωτών με τα δικά τους λόγια:

«Πολύ καλή, ανέλπιστα πολύ καλή εμπειρία με υπάλληλο της ... (Εταιρία Courier). Έστειλα συστημένο μικροδέμα στο εξωτερικό και αφού εξυπηρετήθηκα άψογα- μου έλυσε κάθε απορία, μου είπε να παρακολουθώ την αποστολή με το κωδικό της απόδειξης.

Με την κουβέντα- ξέχασα την απόδειξη στο ταμείο. Σκεφτόμουν λοιπόν να ξαναπάω. Την πρώτη μέρα δεν τα κατάφερα. Τη δεύτερη μέρα με μεγάλη έκπληξη, είδα πως η κυρία αυτή είχε στείλει express την απόδειξη. Δεν μου έχει συμβεί ποτέ άλλοτε κάτι τόσο όμορφο.

Της αξίζει ένα μεγάλο ευχαριστώ και μπράβο της. Στην Ελλάδα δεν είμαστε μαθημένοι σε τέτοια εξυπηρέτηση!»



Οι θετικές, WOW CX Stories μέσα από τις αφηγήσεις των καταναλωτών με τα δικά τους λόγια:

«Με κάλεσε αντιπρόσωπος της... (Εταιρία ενέργειας) για προσφορά στο ηλεκτρικό ρεύμα.

Η κοπέλα ήταν πολύ ευγενική μου εξήγησε τις χρεώσεις, τις κρυφές χρεώσεις που υπάρχουν και πώς κάθε μήνα συνήθως αλλάζει η τιμή και γενικά ήταν μια πολύ ωραία και ήρεμη ενημέρωση χωρίς πίεση και τον χαζό ενθουσιασμό που έχουν συνήθως τέτοιου είδους πωλητές, ότι θα σωθώ με την αλλαγή παρόχου, θα έχω τρελή οικονομία στο ρεύμα και ότι όλες οι άλλες εταιρίες είναι πολύ πιο ακριβές»



Οι θετικές, WOW CX Stories μέσα από τις αφηγήσεις των καταναλωτών με τα δικά τους λόγια:

«Ήμουν σε μια καφετέρια απλά εκείνη την ημέρα με έκανε να νιώσω τόσο καλά η σερβιτόρα γιατί είχα ρίξει τον καφέ μου καταλάθος και ένας άλλος άρχισε να μου φωνάζει για το πράγμα που έκανα. Ζήτησα αρκετές φορές συγγνώμη που όλο αυτό έγινε άθελά μου, αλλά ήταν τόσο σκληρός μαζί μου που απλά ήθελα να κλάψω.

Μετά ήρθε η σερβιτόρα που ήταν τόσο χαμογελαστή και εξυπηρετική, με βοήθησε, μου ζήτησε συγγνώμη, μου είπε πως είδε πως ήταν καταλάθος.

Ένα απλό παράδειγμα απλά με έκανε πολύ ευτυχισμένη γιατί όσο κουρασμένοι και αν είστε στη δουλειά η απέναντί σου ποτέ δεν σας φταίει για ότι συμβαίνει.»



Οι θετικές, WOW CX Stories μέσα από τις αφηγήσεις των καταναλωτών με τα δικά τους λόγια:

«Θετικό για μένα μπορεί να είναι απλά όταν ο άλλος που με εξυπηρετεί είναι ευγενικός μαζί μου και υπομονετικός όσον αφορά άμα δεν καταλαβαίνω κάτι...

Στο δια ταύτα κάτι που με εξέπληξε ευχάριστα την τελευταία φορά που θυμάμαι ήταν πως σε κάποιο κατάστημα λιανικού εμπορίου ξέχασα το πορτοφόλι μου με αρκετά μετρητά μέσα και η υπάλληλος με είχε πάρει σχεδόν από πίσω 500 μέτρα τρέχοντας να μου το επιστρέψει, και δεν δέχτηκε με τίποτα κάποιο μικρό ποσό για να την ευχαριστήσω!»



Η Εμπειρία του Πελάτη ορίζεται από το συναίσθημα με το οποίο φεύγει ο πελάτης μετά από μια επαφή μαζί μας σε οποιοδήποτε touchpoint. Ποια συναισθήματα βιώνουν μέσα από τις WOW εμπειρίες οι πελάτες;





Οι Αρνητικές, ΟΥΧΗ Εμπειρίες

Οι αρνητικές, **OUCH CX Stories** μέσα από τις αφηγήσεις των καταναλωτών με τα δικά τους λόγια:

«Εταιρεία.. (Ενέργειας), ανέβαζε τις τιμές οπότε ήθελε, απλά ανεβάζοντας το πεδίο "ρήτρα αναπροσαρμογής".

Σε ερωτήσεις για την αιτιολόγηση υπήρχε υποδειγματική σιωπή. **Δεν τηρούσε τους διακανονισμούς** και έδινε εντολή να κοπεί το ηλεκτρικό ρεύμα στην οικία μου, εν συνεχεία μου έλεγαν ότι δεν τους ενημέρωσε το σύστημα για την πληρωμή μου. Προτιμούσανε λοιπόν να μου κόψουν το ρεύμα παρά να με πάρουν τηλέφωνο πριν δώσουν την εντολή.

Αυτό συνέβη 4 φορές στα 4 χρόνια συνεργασίας μας και όλες το τελευταίο 8μηνο.»



Οι αρνητικές, **OUCH CX Stories** μέσα από τις αφηγήσεις των καταναλωτών με τα δικά τους λόγια:

«Με την αλλαγή της κινητής τηλεφωνίας, στην οποία έχω συμβόλαιο για σταθερό τηλέφωνο και internet , μου πρότειναν αναβάθμιση ταχύτητας δικτύου. Σε ερώτηση εάν θα επηρεαστεί η συνεχής σύνδεση του internet, ήταν σαφές ότι η διακοπή θα διαρκέσει λίγα λεπτά...

Τελικά για μία εβδομάδα δεν είχα σταθερό τηλέφωνο και για 2 εβδομάδες δεν είχα internet...

Εννοείται ότι ο λογαριασμός δεν ήρθε με μειωμένο πάγιο...»



Οι αρνητικές, **OUCH CX Stories** μέσα από τις αφηγήσεις των καταναλωτών με τα δικά τους λόγια:

«Ήθελα να ενημερώσω τις δημοτικές υπηρεσίες για ένα πρόβλημα στην γειτονιά μου σχετικά με κάποιες πρόχειρες κατασκευές που αυθαίρετα τοποθέτησαν κάποιοι σε κοινόχρηστο χώρο για να ταΐζουν αδέσποτα.

Η εμπειρία ήταν απογοητευτική. Μπαλάκι από την μία διεύθυνση στην άλλη, κανείς δεν μπορούσε να προσδιορίσει ποιος ήταν αρμόδιος για το θέμα. Η ηλεκτρονική πλατφόρμα για την καταχώρηση των προβλημάτων πολύ καλή και φιλική στην χρήση, αλλά **δεν υπήρχε τελικά χειροπιαστό αποτέλεσμα.**

Η λύση δόθηκε τελικά μετά από την υποβολή του θέματος στο πρωτόκολλο του Δήμου και συχνές προσπάθειες επικοινωνίας που κράτησαν πάνω από **2 μήνες.**»



Οι αρνητικές, **OUCH CX Stories** μέσα από τις αφηγήσεις των καταναλωτών με τα δικά τους λόγια:

«Αρνητική εμπειρία είχα από ένα κομμωτήριο που επισκέφτηκα τελευταία. Τους είχα πει ότι θα είναι κουμπάρα σε γάμο και έβαλαν να με βάψει μια κοπέλα η οποία ήταν καινούργια και είχε και νεύρα επειδή είχαν ξεχάσει να της πουν ότι είχε και άλλο ραντεβού.

Το αποτέλεσμα ότι με έβαψε πολύ γρήγορα και χάλια. Κυριολεκτικά ενώ ήμουν κάτασπρη με έκανε μαύρη στο πρόσωπο και όταν της το είπα **δεν το δεχόταν και θύμωσε παραπάνω** και ακόμα και το υπόλοιπο προσωπικό θεωρούσε ότι **εγώ κάνω λάθος** και ότι αυτός είναι ο σωστός τόνος.

Στο μεταξύ όλοι στο γάμο πράγματι μου έλεγαν ότι κεφάλι μου ήταν κατάρμαυρο σε σχέση με το σώμα. **Απαράδεκτοι και αγενείς!**»



Οι αρνητικές, ΟΥΧΙ CX Stories μέσα από τις αφηγήσεις των καταναλωτών με τα δικά τους λόγια:

«Ηρθαμε εντελώς τυχαία στο εν λόγω ψητοπωλείο, η εμπειρία μας είναι το λιγότερο τραγική.

Ας ξεκινήσουμε πρώτα από όλα ότι σήκωσαν πελάτισσα από ένα μεγάλο τραπέζι για να καθίσουμε παρέα 7 ατόμων και δεν το καθάρισαν, ούτε τα διπλανά τραπέζια καθαρίζουν (δεν θέλω να φαντάζομαι την κουζίνα). Καθόμαστε και περιμένουμε ίσως και παραπάνω από 10 λεπτά χωρίς να έχει δουλειά το μαγαζί, ο σερβιτόρος μέχρι να κουνήσει το ένα πόδι βρώμησε το άλλο, έρχεται να μας ρωτήσει αν αποφασίσαμε ενώ δεν ξέραμε καλά καλά τι έχουν ως ψητοπωλείο, του ζητάμε καταλόγους και γυρνάει και μας λέει "ααα δεν σας έφερα;" Και θυμήθηκε να μας φέρει. Μετά από πολύ κόπο ήρθε να μας πάρει παραγγελία.

Περιμέναμε σχεδόν μια ώρα για να φέρουν 9 τυλιχτά λες και τα έσφαζαν εκείνη την στιγμή, οι πατάτες σάπιες προτηγανισμένες. Τα τυλιχτά ήταν το χάλι τους το μαύρο, τζατζίκι ποιο πολύ με γιαούρτι το κάνεις, ο γύρος είναι πέτρα τίγκα στην λαδίλα στάζει μέχρι και το χαρτί στο χέρι σου και στο πιάτο, ανάλατα τελείως άγευστα. Τα ποτήρια είχαν στίγματα από το πλύσιμο, τα μπουκάλια είχαν λάδια απέξω δεν τα πλένουν, στο τραπέζι μας είχαμε κυριολεκτικά 3 χαρτοπετσέτες, αλάτι πιπέρι δεν υπήρχε στο τραπέζι, πήραμε από ένα διπλανό. Ο σερβιτόρος μιλούσε στον ενικό, μας έφερνε ένα ένα τα σουβλάκια και έλεγε "πάρε" σε κάποια έλεγε τι είναι.

Μετά έκανα νόημα να έρθει για να ζητήσουμε νερό και αυτός έφερε τον λογαριασμό, εκεί ήρθε το σοκ του αιώνα ο κατάλογος έλεγε 3€ τα τυλιχτά και 2,90€ οι πατάτες, η απόδειξη έγραφε 3,40 τα τυλιχτά και 3,50€ οι πατάτες, όταν μας έφερε το νερό ζήτησα να μάθω γιατί οι τιμές είναι διαφορετικές και μου λέει πως είναι πολύ παλαιός ο κατάλογος και πως έχουν αλλάξει καιρό οι τιμές λόγω ακριβείας. Όταν τον ρώτησα ΓΙΑΤΙ δεν μας ενημέρωσε πως οι τιμές είναι διαφορετικές σε σχέση με τον κατάλογο ΟΥΤΕ συγγνώμη δεν ζήτησε, είπε "δεν μπορώ να σου κάνω κάτι" και εκεί του είπα πως μπορούσε να μας ενημερώσει και είπε "ε έχεις δίκιο, τι να σου πω" και έφυγε. Το χειρότερο μαγαζί στην περιοχή πιστεύω. Καλό κλείσιμο.»



Και ποια συναισθήματα βιώνουν μέσα από τις αρνητικές, ΟΥΧΙ εμπειρίες οι καταναλωτές; Θυμός και πρόθεση να φύγουν από τον οργανισμό τα πιο διαδεδομένα!

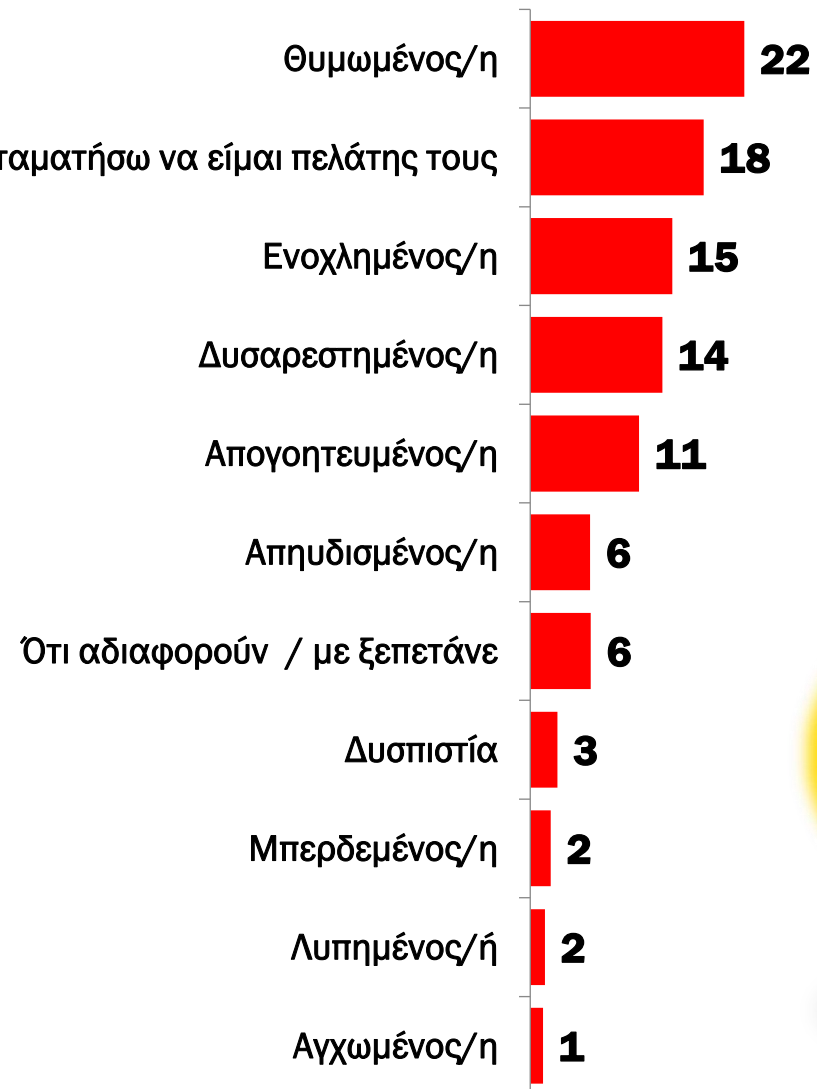


Σημαντικό «Takeaway» τα συναισθήματα από κάθε είδος εμπειρίας σε άμεση σύγκριση : εσείς πώς θα νιώθατε;

%



Ότι θέλω να σταματήσω να είμαι πελάτης τους



Τα CX Stories της Focus Bari



Thank you!

«Κύμα» A : Μάιος 2023

For more info ask
anna@focus.gr