AUF DER ÜBERHOLSPUR ZUM ERFOLG

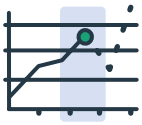
Ein Überblick in Volvos preisgekröntes CX Action Planning-Modul

In einer sich wandelnden Automobilindustrie haben Kunden weder die Zeit noch den Wunsch oder den Anreiz, umfangreiche und lange Zufriedenheitsbefragungen zu beantworten. Es war an der Zeit für Volvo einen neuen Ansatz zu verfolgen. Anstatt sich auf Top-Box-Scores zu konzentrieren, sah das Unternehmen eine Möglichkeit, die wesentlichen Faktoren für ein hervorragendes Kundenerlebnis durch eine verbesserte Textanalyse zu identifizieren und zu nutzen. Volvo war klar, dass kürzere Fragebögen und verstärkt die Möglichkeit offene Kommentare zu hinterlassen zu der Steigerung von Feedback motivieren, die zur besseren Maßnahmenplanung beitragen und damit zu besseren operationellen Ergebnissen führen würde.

VOLVO'S HERAUSFORDERUNG

Kürzere Befragungen erstellen

Top-Performer erkennen



Schnell auf Erkenntnisse reagieren

UMSATZSTEIGERUNG

Branchenstudien zeigen: Das Stellen offener Fragen zur Generierung detaillierterer Kundenkommentare kann den Umsatz erheblich steigern.

In Zusammenarbeit mit MaritzCX, einem InMoment-Unternehmen, verkürzte und vereinfachte Volvo seine Befragung und verlagerte den Fokus, um umfassendere Kundenkommentaren zu ermutigen. So können Kunden ihre Erlebnisse mit ihren eigenen Worten mit dem Unternehmen teilen. Offene Befragungen führen zum Teilen von persönlichen Erfahrungen, auf die Volvo reagieren kann. Wenn zum Beispiel ein Mitarbeiter eines bestimmten Volvo-Händlers einen überragenden Service erbracht hat, können Kunden diese Person gezielt nennen, damit sie anerkannt werden kann. Umgekehrt können detaillierte Antworten von Kunden auf bestimmte Bereiche an jedem Standort hinweisen, die verbessert werden müssen.

Bessere Fragen. Mehr umsetzbare Antworten.

Mit der Befragung von MaritzCX kann Volvo tiefer in individuelle Kundenerlebnisse eintauchen, da der Kunde dank SmartProbe zu genaueren Kommentaren ermutigt wird.

Mit mehr umsetzbarer Intelligenz ausgestattet, kann Volvo schnell auf Feedback reagieren. Dazu entwickelte Volvo mit MaritzCX ein CX-Action Planning-Modul als Teil seines Customer-Experience-Monitoring-Programms, um unternehmensweit wirkliche Veränderungen bei jedem Händler zu bewirken.

Mit diesem Modul können Händler und Mitarbeiter gezielten Handlungsplänen definieren und gezielt auf Herausforderungen eingehen und abschließen. Die entwickelten Handlungspläne sind messbar, realistisch und termingetrieben. Die Mitarbeiter sind für die Umsetzung der Handlungsmaßnahmen verantwortlich.

Volvo arbeitet mit MaritzCX, um Handlungsmaßnahmen zu erstellen, die die Herausforderungen einzelner Händler bei der Schaffung bedeutsamer Kundenerlebnisse berücksichtigen sollen.

Mittels Textanalysen und der Implementierung von Handlungsmaßnahmen reagiert Volvo auf jeden Kundenkommentar einzeln und findet Muster in der Kundenstimmung im gesamten Unternehmen. Als Ergebnis daraus wurde die Automarke bei den CX Elite Awards 2019 auf dem jährlichen CX-Forum von MaritzCX in London ausgezeichnet. Dieser innovative Ansatz für Kundenerfahrungsmanagement führte dazu, dass Volvo den Best CX Transformation-Award gewann.

PREISGEKRÖNTE INNOVATION

Volvo erhielt die Auszeichnung Best CX Transformation bei den CX Elite Awards 2019 anlässlich des jährlichen CX Forums von MaritzCX in London.