

Kamil Kowalczyk
136742
E-commerce, GiTI

Czym jest Customer Experience?

Kompleksowa obsługa klienta (customer experience, CX) odnosi się do tego, w jaki sposób firma angażuje się w kontakty ze swoimi klientami w każdym aspekcie procesu dokonywania przez nich zakupów — od marketingu poprzez sprzedaż po podstawową obsługę klienta (customer service), jak również w każdym momencie pomiędzy tymi czynnościami. W dużej mierze jest to suma wszystkich interakcji klienta z daną marką.

Kompleksowa obsługa klienta nie ogranicza się do sekwencji działań. Skupia się również na odczuciach. Co klienci lub potencjalni klienci Twojej firmy myślą o jej marce? Wizerunek marki można w każdym punkcie kontaktu z klientami poprawić — lub zniszczyć. Dlatego w każdym takim punkcie należy podjąć ważne decyzje, które będą wywierać wpływ na sukces Twojej firmy.

Dlaczego więc kompleksowa obsługa klienta jest tak ważna? Z uwagi na postępującą standaryzację produktów klienci różnicują producentów raczej na podstawie doświadczeń z kontaktów z ich firmą niż w oparciu o określone cechy i funkcje produktu.

Klienci chcą czuć się związani ze swoimi ulubionymi markami i chcą, aby firmy, w których kupują produkty, ich znały i szanowały. Tak rozumiana kompleksowość obsługi klienta stała się najważniejszym wyróżnikiem zapewniającym przewagę nad konkurencją, tak więc firmy muszą zadbać o to, aby ich strategie kompleksowej obsługi klienta mogły zapewniać spersonalizowane, satysfakcjonujące interakcje w każdym punkcie kontaktu z klientami.

Interakcje te mają skumulowany wpływ na ogólne postrzeganie marki Twojej firmy przez klientów i ich wrażenia na jej temat. A to sprawia, że kompleksowa obsługa klienta ma kluczowe znaczenie dla sukcesu firmy. Oto kilka czynników, które mogą mieć duży wpływ na opinie klientów o Twojej firmie, a tym samym pozytywnie wpływać na kompleksowość obsługi klienta:

- Czy kampanie marketingowe Twojej firmy zaspokajają oczekiwania i potrzeby klientów?

- Czy po udostępnionej przez Twoją firmę witrynie do handlu elektronicznego można się łatwo poruszać i czy prowadzi ona odwiedzających przez proces zakupu, pomagając im po drodze?
- Jak silna jest opracowana przez Twoją firmę strategia obsługi klientów zarówno B2B, jak i B2C, w trakcie procesów sprzedaży i serwisu?
- Czy wszystkie zgromadzone przez Twoją firmę informacje o klientach są łatwo dostępne dla osób i systemów, które ich potrzebują? Czy klienci muszą informować każdą osobę o tym, kim są i czego potrzebują oraz wyjaśniać przebieg każdej rozmowy, którą wcześniej odbyli?

Odczuwany przez klientów poziom zrozumienia ich potrzeb przez Twoją firmę ma duży wpływ na ich poziom zadowolenia — oraz na ich decyzję o zawarciu transakcji z Twoją firmą. Jeśli Twoja firma właściwie i kompleksowo obsłuży klienta, pokona każdą konkurencję.

Porównanie Allegro i Prestashop:

Allegro:

- + duży asortyment, wpływający korzystnie na satysfakcję użytkowników
- + dużo kategorii produktów, które pomagają użytkownikowi zawęzić pulę przedmiotów, które są w obrębie jego zainteresowań
- + opinie i informacje na temat sprzedających, które pomagają użytkownikowi wybrać tego sprzedającego, który realizuje swoje zamówienia terminowo i bezproblemowo
- + rozbudowane filtrowanie produktów
- + standardowe sortowanie produktów
- + wystawianie opinii
- + szybki podgląd produktu bez konieczności przechodzenia do strony produktu
- + wskazywanie “podobnych produktów” na stronie każdego produktu
- + opinie produktów ułatwiające użytkownikom dokonanie wyboru
- + wiele szybkich metod płatności: Karta płatnicza, BLIK, Szybki przelew
- + wiele sposobów dostawy
- + możliwość “Zapłać później”
- + możliwość zakupu bez rejestracji
- + opcja zbierania punktów lojalnościowych
- produkty promowane utrudniają przeszukiwanie produktów, gdyż jest ich zazwyczaj dużo i trzeba przejść parę kart by dotrzeć do produktów standardowych

- brak możliwości darmowej dostawy przy przekroczeniu ustalonego progu kosztu zamówienia

Prestashop (bez add-ons):

- + standardowe sortowanie produktów
- + wystawianie opinii
- + szybki podgląd produktu bez konieczności przechodzenia do strony produktu
- + opinie produktów ułatwiające użytkownikom dokonanie wyboru
- + wiele sposobów dostawy
- + możliwość zakupu bez rejestracji
- brak filtracji produktów
- brak wskazywania "podobnych produktów" na stronie produktu
- przestarzałe, powolne metody płatności: Przelew Tradycyjny, Płatność Czekałem
- brak możliwości darmowej dostawy przy przekroczeniu ustalonego progu kosztu zamówienia
- brak opcji zbierania punktów lojalnościowych

Add-ons, które mogą poprawić doświadczenie zakupowe klientów sklepu Prestashop

- *Advanced Loyalty Program: Loyalty Points* - dodaje możliwość zbierania punktów lojalnościowych przez klientów
- *Advanced Search 4 - Wyszukiwarka i filtry* - udostępnia możliwość filtrowania produktów
- *Cash on delivery (COD)* - udostępnia możliwość późniejszego zapłacenia za zamówiony produkt
- *Product Recommendations by engage* - prezentuje podobne produktu do obecnie przeglądanej przedmiotu
- *PayPal Oficjalny* - dodaje możliwość płacenia przez PayPal