

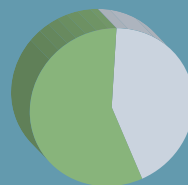
Troska o klienta sprowadza się do trzech R: Reach (docieranie), Respond (reagowanie) i Retain (utrzymanie). Twoi klienci wiedzą, czego chcą i potrzebują na każdym z tych etapów.

Spraw, żeby czuli się docenieni.

70%

konsumentów uważa, że najlepsze marki to takie, które przywiązują wagę do ich potrzeb

...takie podejście jest również opłacalne



57%

klientów częściej wybiera marki, dzięki którym czują się cenieni

Spersonalizuj przekaz.

Śród informacji, które trafiają do konsumenta przed podjęciem decyzji o dokonaniu zakupu najistotniejsze dla niego są spersonalizowane oferty i zniżki

...ale podejście do komunikacji powinno być bardziej elastyczne

61%

klientów uważa, że marki powinny być bardziej otwarte w kwestii tego, jak wykorzystują informacje o klientach

...w przeciwnym wypadku możesz narazić się na przykre konsekwencje



89%

konsumentów zrezygnowałoby z zakupu, jeżeli uznałoby, że marka komunikuje się z nimi zbyt agresywnie

Zwracaj uwagę na cały proces zakupu.

Klienci uważają, że marka powinna zwracać na nich największą uwagę podczas sprzedaży, ale obsługa posprzedażowa jest również ważna

Osobiste interakcje są ważne.

47%

klientów przestałoby kupować produkty lub usługi marki, która nie spełnia ich oczekiwań w zakresie interakcji

Postaw obsługę klienta na pierwszym miejscu.



60%

klientów uważa, że marki dbają wyłącznie o swój zysk a nie wysoki poziom obsługi klienta

Użytkownik, który ma złe doświadczenia, rezygnuje.

91%

klientów przyznało, że trudności podczas transakcji zniechęca ich do zakupu

Pobierz raport na www.ricoh.pl/thoughtleadership