

AKTUALNOŚCI

LUDZIE

INSPIRACJE

TECHNOLOGIE

CSR

WIEDZA

NIE MUSISZ OBNIŻAĆ CEN, ABY TWOJA FIRMA STAŁA SIĘ KONKURENCYJNA

BRIEF.PL / WIEDZA



To wcale nie cena, a odpowiednio stworzony łańcuch wartości jest elementem, który wpływa na pozycję firmy na rynku. Konkurencyjność zależy bowiem w dużej mierze od poziomu satysfakcji klientów. Właściwe zarządzanie call center pozwala na odpowiednie reagowanie na ich potrzeby i oczekiwania, a co za tym idzie - na generowanie ich zadowolenia.

-OPRACOWANIE: REDAKCJA:::

A- A+

30/05/2014

W teorii gier budowanie konkurencyjności bazowałoby na cenie, a konkretnie - na jej dąglym obniżaniu. Firmy działające w tej samej branży, oferujące te same produkty i usługi, obserwując cenowe poczynania swoich rynkowych rywali obniżałyby cenę, dopóki nie okazałyby się że ich biznes stał się całkowicie nieopłacalny i... musiałby go zamknąć. Mark Hunter w książce "High-Profit Selling: Win the Sale Without Compromising on Price" napisał, że firma, obniżając ceny, nie dąży tylko do zdobycia klienta, ale rezygnuje jednocześnie z zysków, nie zmniejszając przy tym kosztów. Dlatego Hunter radzi przedsiębiorstwom, by zamiast grać z konkurencją ceną, skupiły się na tworzeniu wartości określających potrzeby klientów. Jeśli produkty i usługi firmy staną się synonimem zaspokojenia tych potrzeb, cena nie będzie przeszkodą na drodze do ich nabywania.

Stawiamy na jakość, nie na cenę

Słowa Huntera potwierdzają badania preferencji zakupowych Polaków. Z danych GFK wynika, że aż 45 proc. z nas to tzw. konsumenci poszukujący wartości, zwani inaczej smartshopperami (ludźmi kupującymi zgodnie z zasadami inteligentnych zakupów) lub "cenorozsądnymi". GFK podaje, że konsumenci z nad Wisły analizują cenę produktu lub usługi w stosunku do jakości, wybierając ostatecznie optymalną dla siebie ofertę.

Jednak mimo że na dojrzałych rynkach niemal wszystkie obszary w firmach podporządkowane są tzw. łańcuchowi wartości, który kształtują postawy i oczekiwania klientów, w Polsce za punkt odniesienia przyjmuje się wciąż "własne podwórko". W raporcie z 2. edycji badania "Kondycja Marketingu" zauważono, że klient jest u nas jedynie jednym z wielu elementów układanki zwanej biznesem. Jedynie co piąte przedsiębiorstwo przejawia myślenie potrzebami i oczekiwaniami konsumentów, choć ponad 40 proc. deklaruje, że prowadzi regularne badanie satysfakcji klientów. Z danych Gartner Group z 2011 roku wynika jednak, że jedynie 10 proc. firm doskonali organizację na podstawie ich głosu.

Rozmawiaj się w luksusie - gotowe apartamenty we Wrocławiu

Wysłuchać się głosu klientów

#aktualności Apple kupuje Beats za 3 mld dol. - plotka, która od kilku ładnych d...
#aktualności Apple kupuje Beats za 3 mld dol. - plotka, która od kilku ładnych dni krążyła po świecie wczoraj się potwierdziła. To dość wyjątkowa sytuacja jak na Apple, ponieważ gigant z Cupertino jeszcze nigdy nie dokonał tak drogiej akwizycji. Dlaczego zatem tak się stało?

#apple #beats



Po co Apple szpanerskie słuchawki?
www.brief.pl

Jeśli jedna firma kupuje drugą to powodów może być wiele. Kupujący chce poszerzyć bazę



TOP ARTYKUŁY

PATRONATY

EVENY



KONFERENCJA: E-KOMUNIKACJA 2014



BLOGERZY NAJBARDZIEJ POŻĄDANI



BBC: 6 NAJLEPSZYCH REALIZACJI CONTENTOWYCH



MAGENTOWA REWOLUCJA



BRIEF NA TABLET
SPRAWDŹ



BRIEF.PL / NEWSLETTER

e-mail: imię: Sponsorowane: imię:

To błąd, gdyż zadowolenie konsumentów to jeden z budulców przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw. Satisfakcja jest z jednej strony dowodem na wiarygodność marki, a z drugiej - drogą do budowania lojalności klientów. Jednym z głównych źródeł satysfakcji jest wysoka jakość ich obsługi. Tymczasem badanie Accenture na temat wpływu jakości usług świadczonych przez firmy m.in. sprzedające prąd czy usługi bankowe na naszą lojalność pokazuje, że konsumenci dostrzegają liczne błędy w sposobie funkcjonowania call center. Jakież? Polacy, którzy w minionym roku po raz pierwszy zostali objęci badaniem, wskazywali najczęściej na konieczność wielokrotnego kontaktu w tej samej sprawie. Podobne emocje budził w nich długi czas oczekiwania na linii, nieuprzejmi konsultanci oraz podawanie tych samych informacji różnym pracownikom.


Konkurencyjność zawieszona w chmurze

Badanie satysfakcji i przeprowadzanie ankiet zadowolenia klienta z funkcjonowania call center to dopiero pierwszy krok na drodze budowania lojalności konsumentów i przewagi konkurencyjnej. Do zorganizowania i idealnego działu obsługi niezbędne są też specjalistyczne szkolenia dla konsultantów oraz charyzmatyczny menedżer, który stanie się dla nich liderem. Jednak u podstaw efektywnej obsługi klienta leży odpowiedni system informatyczny, którego funkcjonalność pozwoli na wyeliminowanie najczęstszych błędów wymienianych przez respondentów w badaniu Accenture. Jednym z takich systemów jest contact center w chmurze oferowane przez [Focus Telecom Polska](#). Zmienia ono tradycyjne myślenie o call center w dział obsługi klienta, oparty m.in. o wielokanałowe możliwości kontaktu konsumentów z firmą, centrum wiedzy o wszystkich zdarzeniach i danych oraz budowanie historii [kontaktu z klientem](#). Dodatkowo korzyści zapewnia fakt wykorzystania modelu cloud computing - dzięki temu dział obsługi jest już na starcie tańszym rozwiązaniem, funkcjonalnymi elastycznym, o wysokim poziomie bezpieczeństwa i niezawodności.

Zrozumienie, że to nie obniżanie ceny jest gwarancją większej konkurencyjności, może przynieść firmom realne korzyści. Jeśli przedsiębiorstwa postawią na jakość towarów i usług (a badania pokazują, że tego właśnie oczekują klienci), zaczną wsłuchiwać się w głos konsumentów i czerpać z płynących z Zachodu wzorców budowania łańcucha wartości, mają szansę zyskania przewagi rynkowej. Tym większej, im bardziej zadbają o poziom lojalności i satysfakcji swoich odbiorców.

TAGI: **OB SŁUGA KLIENTA**

Udostępnij:  [Lubię to](#)  [Tweet](#)  



[Dodaj komentarz](#)

 Wszyscy społeczniowa Facebooka

ZOBACZ INNE POLECANE ARTYKUŁY

BRIEF.PL / EVENTY



KONFERENCJA: E-KOMUNIKACJA 2014

BRIEF.PL / AKTUALNOŚCI



KUBA JANKOWSKI

**BLOGERZY
NAJ BARDZIEJ
POŻADANI**

BRIEF.PL / WIEDZA



**BBC: 6 NAJLEPSZYCH
REALIZACJI
CONTENTOWYCH**

30/05/2014



29/05/2014



27/05/2014



ZOBACZ RÓWNIEŻ:

Sponsowane

Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych w celach marketingowych przez AdPress WR Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ul. Żbójowej 109, w szczególności na otrzymywanie informacji handlowych pochodzących od AdPress WR Sp. z o.o. oraz jego kontrahentów drogą elektroniczną na adres e-mail podany w formularzu zgłoszeniowym.

ZAPISZ SIĘ →