

Personalized Service

Εξυπηρέτηση στα μέτρα του πελάτη

10ο Συνέδριο Καλών Πρακτικών
στην Εξυπηρέτηση Πελατών

22 Φεβρουαρίου 2024

Εισηγητής:

Zafeiropoulos George | MBA

The bare minimum or the extra...(S)mile ?:



Filling the consumer gap...

The Research:

Findings:

- ✓ Αύξηση των Αλληλεπιδράσεων (επισκέψεις στα φυσικά καταστήματα και online παραγγελίες) κατά 15 % μέσα σε 12 μήνες

Rationale:

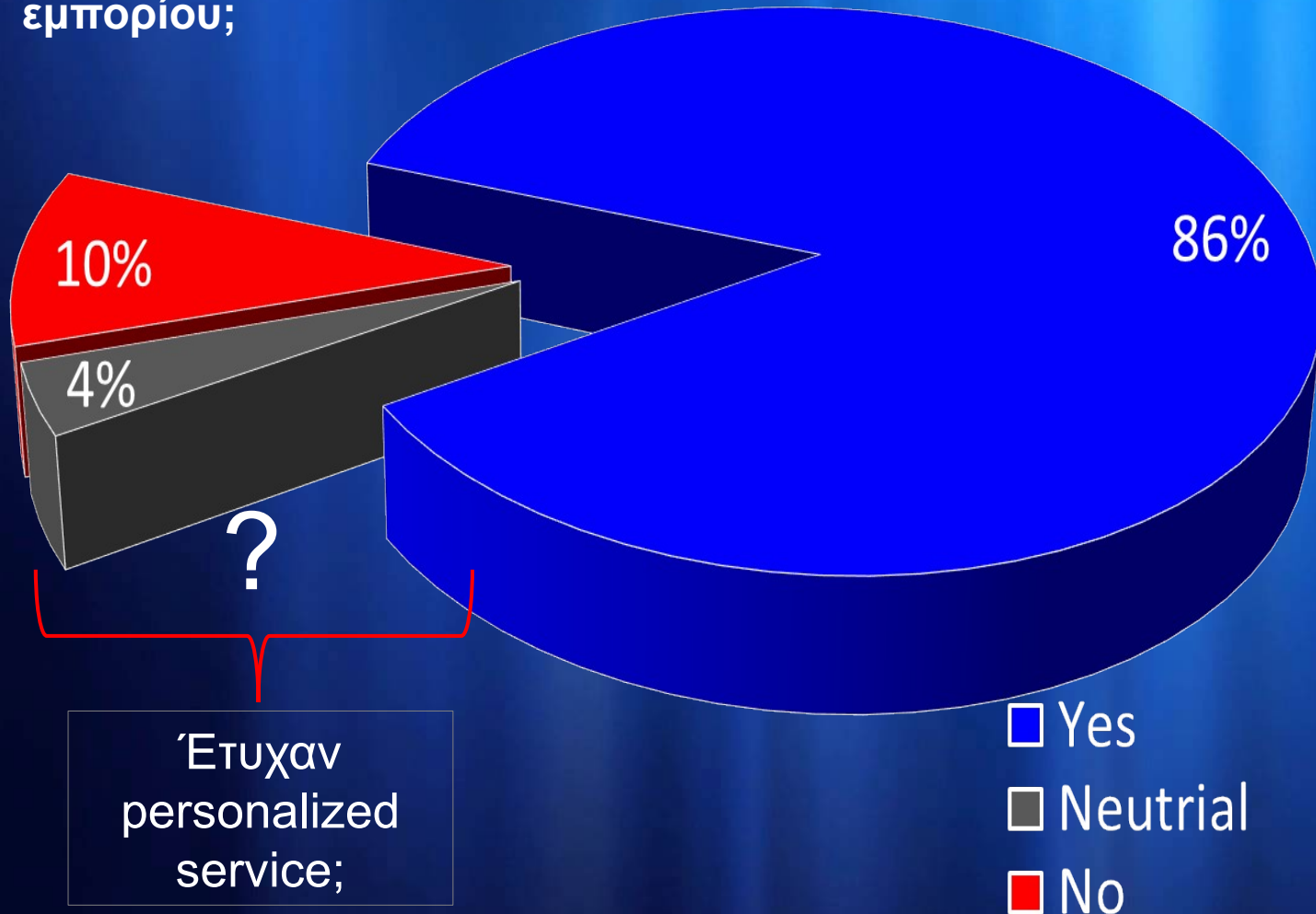
- ✓ Εξατομικευμένες προτάσεις προϊόντων βάση προηγούμενων αγορών και αναζητήσεων
- ✓ Δυνατότητα αναζήτησης προϊόντων και τιμών 24/7

The incorporation of e-commerce into “Cash & Carry” sector



Findings:

Θεωρείται απαραίτητος ο ανθρώπινος παράγοντας, όταν λειτουργεί συνδυαστικά με τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου;



Rationale:

- Παρέχουν ποιοτικότερη εξειδικευμένη εξυπηρέτηση
- Δίνουν περισσότερο στοχευμένες προτάσεις
- Βοηθούν στην καλύτερη σύναψη ειδικών συμφωνιών
- Ενημερώνουν έγκαιρα για τις νέες τάσεις
- Ενεργούν καλύτερα στην διαχείριση των παραπόνων
- Βρίσκουν εξατομικευμένες και άμεσες λύσεις σε πιθανά προβλήματα
- Εξυπηρετούν με ενθουσιασμό
- Δημιουργούνται διαπροσωπικές σχέσεις
- Βελτιώνουν την αγοραστική εμπειρία
- Ενθαρρύνουν και κινητοποιούν για διατήρηση και επέκταση της συνεργασίας, διατηρώντας σταθερές τις αγοραστικές συνήθειες

The Process:

Γνώση των κανόνων και του πλαισίου ανοχών & ευελιξίας της επιχείρησης

Αναγνώριση των βασικών & ιδιαίτερων Αναγκών του πελάτη

Αναγνώριση του Τύπου Συμπεριφοράς, Βαθμού Ανάμιξης & Αγοραστικού Ρόλου

Εντοπισμός και εκτέλεση της κατάλληλης ενέργειας

Συστηματοποίηση της διαδικασίας (optimal for “Short Service Cycle” activities)

Practical example: Efficient Personalized Customer Service



1. Χαρακτηριστικά

- Είναι Σεφ Εστιατορίου
- Χρειάζεται ειδική επεξεργασία και Α ποιότητα
- Πολύ φιλικός
- Πολύ ομιλητικός
- Έντονες κινήσεις
- Ρωτά για νέα προϊόντα
- Γνωρίζει πολύ καλά το αντικείμενο
- Ο ιδιοκτήτης τον εμπιστεύεται για την αγορά των υλικών.



2. Αναγνώριση

➤ Ανάγκη για ειδική μεταχείριση (επεξεργασία)

➤ Τύπος Συμπεριφοράς: "Ιδεαλιστής"

- Προσανατολισμένος στις ανθρώπινες σχέσεις
- Έχει ανάγκη ανθρώπους που να εμπιστεύεται
- Συνεχώς αναζητά καινοτόμα πράγματα και νέες ιδέες

➤ Βαθμός Ανάμιξης: Υψηλός

Γνωρίζει τα οφέλη & τα πλεονεκτήματα όταν ακούσει τα χαρακτηριστικά των προϊόντων. Οι σωστές αγορές είναι σημαντικές για αυτόν, διότι κρίνεται η δουλειά του

➤ Αγοραστικός Ρόλος: "Επηρεάζων" & "Χρήστης"

- Είναι αυτός που προτείνει τα προϊόντα στον ιδιοκτήτη.
- Κάνει ο ίδιος χρήση των προϊόντων



3. Ενέργεια

- ✓ Παρουσίαση της δυνατότητας για ειδικής επεξεργασία και την άριστη ποιότητα (βασική ανάγκη)
- ✓ Δημιουργία φιλικού κλίματος και υπόσχεση ότι θα είμαστε ο προσωπικός του συνεργάτης και επαγγελματικός του φίλος (ανθρώπινες σχέσεις)
- ✓ Παρουσιάζουμε έντονα την ποικιλία μας (αναζητά καινοτόμα προϊόντα και νέες ιδέες)
- ✓ Αφιερώνουμε χρόνο στην αναλυτική περιγραφή των χαρακτηριστικών των προϊόντων και ελάχιστο στα οφέλη.
- ✓ Παρουσιάζουμε τα βασικά και περιφερειακά οφέλη (κέρδος, ποιότητα, εξοικονόμηση χρόνου), που θα προσφέρει στην επιχείρηση και στον ίδιο, μεσολαβώντας με τις προτάσεις του.

✓ Ευχαριστημένος ! ✓ Πιστός ! ✓ Διατεθειμένος να πληρώσει την premium αξία !

Key Points:

To personalized customer service προσφέρει:

- ✓ Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
 - ✓ Ανώτερη εμπειρία πελάτη (CX)
 - ✓ Αύξηση πιστότητας των πελατών
 - ✓ Αύξηση των αλληλεπιδράσεων

The end

Thank you for your attention !

Many thanks to my mentor, P. Papapetropoulos, Ph.D., for constantly enhancing my efforts for academic and professional development.