



Stvaranje lojalnih korisnika = Opstanak kompanije

Zašto je izgradnja vrhunskog korisničkog servisa ključna tržišna bitka današnjice?

ŠTA

Kako da fokusirate sve zaposlene na stvaranje lojalnih korisnika i tako sebi obezbedite najsigurniji put za povećanje profitabilnosti i održivi razvoj kompanije.

ZAŠTO

Zato što više nije tajna više da je za većinu kompanija lojalnost korisnika ključ za buduću profitabilnost i rast. Zato što je stručna štampa prepuna primera i dokaza koji demonstriraju snažnu vezu između odanosti korisnika i profitabilnosti.

Zato što su nas rezultati prakse hiljada kompanija širom sveta naučili da stvaranje lojalnih korisnika:

- *Snižava cenu usluga zato što stari korisnici poznaju svoju ulogu u procesu*
- *Snižava troškove marketinga*
- *Često povećava dodatnu kupovinu (Up Sale)*
- *Povećava otvorenost za kupovanje novih i različitih proizvoda (Cross Selling)*
- *Privlači nove korisnike (preporuke lojalnih kupaca)*

	Korisnički rejting	Ponovni korisnici	Voljni da preporuče
Potpuno zadovoljni	5	90%	96%
Donekle zadovoljni	4	56%	71%
Ni zadovoljni ni nezadovoljni	3	12%	19%
Donekle nezadovoljni	2	7%	10%
Veoma nezadovoljni	1	3%	7%

Izvor: G.Heil, R.Teit & T. Parker *Leadership and the Customer Revolution*

KAKO

Razumevanje tokova prihoda koje lojalni korisnici predstavljaju zahteva od svake osobe u kompaniji da fokusira svoje napore na stvaranje boljih odnosa sa korisnicima.

Potrebno je da sa svojim saradnicima naročito onim koji komuniciraju sa korisnicima održite sastanak na ovu temu i da zajedno proučite benefite od stvaranja lojalnih korisnika i analizirate gornju tabelu.

Posebno skrenite pažnju zaposlenima na kolonu 3 - ni zadovoljni ni nezadovoljni korisnici - jer se u toj kategoriji nalazi najveći broj korisnika u odnosu sa kompanijama koje nemaju svest o vrednostima korisničkog servisa za rezultat i budućnost njihovog posla. Ravnodušni korisnici koje nismo razočarali svojom uslugom ali ih nismo ni oduševili su unapred izgubljeno blago vaše kompanije jer su svega 12% spremni da opet kupe od vas a samo 19% su spremni da kažu neku lepu reč o vašoj usluzi i proizvodima.

Kada vam zaposleni kažu da dobro rade jer nema pritužbi na njihovu uslugu vi ih podsetite na ovu kolonu zbog koje gubite najviše korisnika i najveći deo profita. Urežite im u svest princip da se ne meri prvenstveno nezadovoljstvo nego ekstremno zadovoljstvo korisnika, to je primarni cilj. Nije samo pritužba negativna za vaš posao nego i ravnodušna reakcija korisnika na susret sa vašom kompanijom.

Pritužbe su šansa da se iskupite i oduševite korisnika a ravnodušne ljude smo sasvim propustili i prepustili nekom od vaših konkurenata koji će ih vezati za sebe vrhunskim odnosom i uslugom. Na duže staze vi sigurno gubite utakmicu sa takvim odnosom prema korisnicima.

Dakle samo 1 od deset ravnodušnih kupaca će poželeći da opet sa vama posluje!

Objasnite svojim zaposlenima da svojim ravnodušnim i nezainteresovanim stavom prema korisnicima desetkuju vaš profit i svoje plate, daju autogol svojoj kompaniji i svojoj finansijskoj sigurnosti. Cilj je oduševiti korisnika, cilj je učiniti da se oseća posebno, prijatno, uvaženo i zadovoljno. Cilj posla je da se stvori odnos sa korisnicima koji će ih privlačiti da opet kupuju od vas i da preporučuju vaše proizvode i usluge svojim prijateljima. Armija takvih lojalnih korisnika je garancija dugovečnosti vaše kompanije i sigurnosti radnih mesta zaposlenih.

Ključno pitanje za svakog zaposlenog koji kontaktira sa korisnicima ali u svakom kontaktu sa njima:

- ✓ **Kako da oduševim ovog kupca našom uslugom i stvorim lojalnog korisnika?**

KADA

Kada ćete održati sastanak za fokusiranje zaposlenih na ovu ključnu vezu između prihoda i lojanog korisnika? Koliko puta mesečno ćete imati kreativne sastake za iznalaženje načina da od slučajnih korisnika napravite lojalne?

Datum:

Broj sastanaka mesečno:.....



Zašto:

„Najbolje što umem da radim je da prenosim entuzijazam na svoje saradnike.“

Bil Gejts

Prenesite entuzijazam za stvaranje lojalnih korisnika na sve svoje zaposlene i rešili ste se svih briga o povećanju profita i opstanku vašeg posla.