



Customer feedback analyse

Luisteren naar de klant om customer intimacy te bereiken

Customer feedback analyse

Executive Summary

De customer feedback analyse tool of klantfeedbackplatform kan gebruikt worden om klantbehoeften beter te begrijpen en om relaties met bestaande klanten te versterken en voort te zetten.

Uitdagingen

Colora is een Belgische keten van zestig verfwinkels voor particulieren en professionele schilders. Zij kunnen hier terecht voor verfproducten, maar ook voor inspiratie en advies.

De hoge mate van concurrentie door multinationals maakt het voor Colora noodzakelijk snel in te spelen op de behoeften van de markt waardoor korte lijnen met de klant essentieel zijn. De uitdaging van Colora, was dan ook meer inzicht te krijgen in waarom klanten naar de winkels komen om op basis daarvan de klantgerichtheid van het personeel te vergroten.



Technologie

Om dit inzicht te verkrijgen werd de customer feedback analyse tool van Hello Customer ingezet. Deze technologie van Hello Customer is software as a service (SaaS).

Het systeem vraagt klanten naar hun tevredenheid middels een korte survey. Klanten moeten een score en reden (open tekst feedback) voor de gegeven score invullen. De input wordt door Hello Customer geanalyseerd middels tekst- en sentimentanalyse m.b.v. artificiële intelligentie. Inhoudelijk wordt de feedback gecategoriseerd (waarover spreken de klanten) in categorieën en subcategorieën. Daarna wordt ook geïdentificeerd met welk sentiment een klant spreekt over elk van die inhoudelijke categorieën.

Inzichten

De retailer kan aan de hand van een dashboard, zowel de scores als de tekst- en sentimentanalyse in realtime raadplegen. Het systeem levert rapporten, in verschillende formats, voor verschillende teams en verantwoordelijken.

Deze rapporten bevatten:

- responsratio's
- scores en breakdown van scores



- belangrijkste inhoudelijke thema's die door de klant worden aangereikt
- vergelijkingen met voorgaande rapporten (vooruit- of achteruitgang)
- rangschikking van de verschillende winkels
- de letterlijk geciteerde positieve feedback.

Deze analyses verschaffen de retailer zicht op de klanttevredenheid in elke winkel van de keten. Bovendien verwerft de retailer zicht op de trends in klanttevredenheid en worden afwijkingen blootgelegd. Zo krijgt de retailer – objectief en consistent – zicht op het 'waarom' achter de score en krijgt hij inzicht in de best en de bad practices.

De verworven inzichten worden ingezet om het winkelpersoneel te coachen naar meer klantgerichtheid. Colora werkt hiervoor met een aantal interne coaches.

Resultaat en voordelen

Colora heeft een continue en betrouwbare blik op klanten gekregen. De technologie van Hello Customer heeft de bedrijfsvoering beïnvloed, in die zin dat het bewustzijn van het belang van klantgerichtheid bij de winkelmedewerkers verder is gegroeid. Medewerkers ontlent trots aan de reacties van de klant, en snel en goed inspelen op de reacties wordt een erezaak voor elke winkel. De customer-first-filosofie die bij Colora al in het DNA zat, is bij medewerkers concreter geworden en is een vaste waarde in de dagelijkse bedrijfsvoering.

Doordat Colora bovendien de berichten van negatieve klantenfeedback zeer alert opvolgt zijn de resultaten erg goed: vrijwel alle

klanten die via een dergelijk close-the-loop-mechanisme terug gecontacteerd worden, blijven klant bij Colora.

Ook heeft het gebruik geleid tot nieuwe overstijgende inzichten voor het management. Uit de rapportage blijkt een zeer grote klanttevredenheid, met als achterliggende reden dat klanten komen voor de producten die Colora verkoopt, maar blijven voor het advies en de service. Dankzij de technologie weet Colora nu dat ze het verschil niet maken met het product, maar met hun mensen. En dat ze daarop dus moeten blijven inzetten.

Dus de voordelen op een rijtje:

- Continu zicht op de klantbeleving = beter begrijpen en leren uit best en bad practices
- Betrokkenheid en klantgerichtheid medewerkers stijgt = hogere klanttevredenheid
- Negatieve klantenfeedback kan onmiddellijk opgevolgd worden = verlaging van afhaakrisico en negatieve word-of-mouth

Vereisten & budgetindicatie

De technische vereisten om de Hello Customertechnologie te kunnen implementeren zijn dat er een kassasysteem is dat de aankopen van consumenten logt, het kassasysteem verbonden is met het CRM-systeem, en er een link kan worden gelegd tussen het kassasysteem en het CRM-systeem, zodat op het juiste ogenblik (na de aankoop) een vraag om feedback naar de consument kan worden gestuurd.

Hello Customer werkt met jaarlicenties. Een jaarlicentie begint bij 30.000 euro. Inbegrepen in deze jaarlicentie is de artificiële intelligentie in één taal. De eenmalige kosten voor installatie en onboarding bedragen 30% van de jaarlicentie. Er zijn geen extra onderhoudskosten.

Key take-aways

- Succesvolle implementatie wordt vergemakkelijkt door een klantgerichte, open cultuur waarbij steun voor implementatie komt van zowel (top)management als personeel.
- Transparantie is heel belangrijk. Communiceer naar je personeel dat je met een feedbackprogramma aan de slag gaat. Wees



tevens transparant naar de klant: zijn/haar feedback is belangrijk en wordt gewaardeerd.

- Positieve feedback is noodzakelijk voor verbeteringen, enerzijds om te borgen wat goed is, en anderzijds om een draagvlak te creëren voor bijstellingen op basis van negatieve feedback. Communiceer dus eerst voornamelijk de positieve feedback binnen de organisatie, om het bedreigende karakter van klantenfeedback te ontmythen. Blijf ook daarna voldoende aandacht besteden aan de positieve feedback.
- Snelle reactie is essentieel. Contacteer klanten die negatieve feedback gaven binnen de 24 uur terug. De positieve effecten van deze opvolging zijn groot (vb. het vermijden van churn).

Deze retail business case werd aangeleverd door Hello Customer voor het speerpuntproject Digitale transformatie van de fysieke winkel van Hogeschool PXL Innovatief ondernemen

Met dit onderzoeksproject worden handvaten aangereikt aan retailers in Vlaanderen om een doelgerichte technologietransfer te versnellen.

Meer informatie:

<https://retailinnovatie.pxl.be/digitale-transformatie-fysieke-winkel/innovatiefondernemen@pxl.be>

Over Hello Customer

Hello Customer helpt bedrijven dankzij real-time feedback te begrijpen wat hun medewerkers en klanten drijft. Hun tekstanalyse-engine, gedreven door artificiële intelligentie met een nauwkeurigheid van 95%, levert bruikbare inzichten langsheen de hele customer journey. Zo weet je precies welke acties kunnen voorkomen dat klanten weggaan.

Hello Customer

Zuiderpoort

Gaston Crommenlaan 14C 1.1

9050 Gent

<https://www.hellocustomer.com/nl/>

