



Jak dostat hlas zákazníka do firmy?

V Moneta Money bank mohou díky aplikaci feedTrack pracovat se zpětnou vazbou stovky zaměstnanců, od vedení až po bankéře. Jaký to má efekt?

Text ALEŠ HOLAKOVSKÝ
Market Vision

Do roku 2019 Moneta Money Bank sledovala zákaznický pohled různými kanály, zpětná vazba klientů byla roztržštěná. I kvůli tomu někdy docházelo k situacím, kdy Moneta na klientský podnět reagovala až v okamžiku, kdy si klient stěžoval a reálně tak hrozilo, že o něj banka přijde. Navíc, plánované inovace a vývoj v mnohých případech nebývaly podloženy dostatečně vypovídajícím vzorkem klientů. Z jednotlivých oddělení banky se také ozývali zaměstnanci, kteří potřebovali sledovat kvalitu prodejního procesu nebo hodnotit přístup bankéřů, jiní zase potřebovali vědět, jaká je aktuální klientská potřeba v dané oblasti nebo segmentu.

ATRAKTIVNÍ OSLOVENÍ A OKAMŽITÁ ANALÝZA

„V Monetě jsme chtěli měřit KPI zákazníkům, získávat zpětnou vazbu jednoduchým a efektivním způsobem a okamžitě ji předávat interním týmům a zaměstnancům. Hledali jsme řešení, které nám umožní porovnat výkonnost jednotlivých kanálů, týmů a bankéřů. Také jsme potřebovali vzít v úvahu potřeby klienta a neobtěžovat ho zdlouhavými dotazníky. Jako řešení jsme zvolili inteligentní CX systém feedTrack,“ říká Ilona Bémová, customer experience manažer společnosti Moneta Money Bank.

Technologické řešení feedTrack vyvinula společnost Market Vision. Jde o sofistikovanou CX platformu, která umožňuje společnostem shromažďovat, analyzovat, sdílet a pracovat se zpětnou vazbou od zákazníků v reálném

čase. Inteligentní integrované nástroje, jako jsou „dashboards“, úkoly, automatické týdenní přehledy nebo systém sledování úkolů pak pomáhají zaměstnancům uzavřít podněty od zákazníků ve velmi krátké době a snadno najít podněty pro inovace.

„Systém feedTrack zajistí, že zákazníci obdrží emailem personalizovaný dotazník po všech důležitých interakcích s bankou, ať už se jedná o osobní, telefonický či e-mailový kontakt. V první fázi byl spuštěn měsíční pilotní program, a jelikož se brzy ukázalo, že zvolený přístup je pro banku velkým přínosem, následovalo rychlé zapojení dalších zákazníků a oddělení. Během tří měsíců tak byl v bance vybudován funkční CX program,“ popisuje rychlé zavedení procesů Alexandra Hanzlová, ředitelka customer experience oddělení společnosti Market Vision.

Banka měsíčně oslovuje více než 30 tisíc klientů v rámci 13 kontaktních bodů na všech úrovních portfolia produktů a služeb skupiny Moneta. Míra odezvy je velmi dobrá, zhruba čtvrtina klientů odpoví, navíc asi 30 procent z nich zanechává i svůj komentář či návrh na zlepšení, což ještě zvyšuje hodnotu zpětné vazby. Moneta tak získává zhruba 10 tisíc hodnocení měsíčně. Zpětná vazba je analyzována v reálném čase, výsledky v souhrnné i detailní podobě jsou pak neustále k dispozici stovkám manažerů v přehledném online rozhraní. Vedení banky sleduje index NPS (Net Promoter Score; míra loajality zákazníků nebo zaměstnanců) jako jednu ze strategických metrik společnosti.

Projekt v číslech:

78 %
NPS bodů po návštěvě pobočky

360 tisíc
oslovených klientů ročně

1500
zaměstnanců aktivně pracuje se zpětnou vazbou

RYCHLÝ TOK ZPĚTNÉ VAZBY CELOU SPOLEČNOSTÍ

Síla CX platformy feedTrack spočívá ve skutečnosti, že umožňuje rychlý tok informací k zaměstnancům, takže informace lze prakticky využít a proměnit v akci téměř okamžitě. Manažeři jsou e-mailem okamžitě upozorněni na nespokojeného klienta.

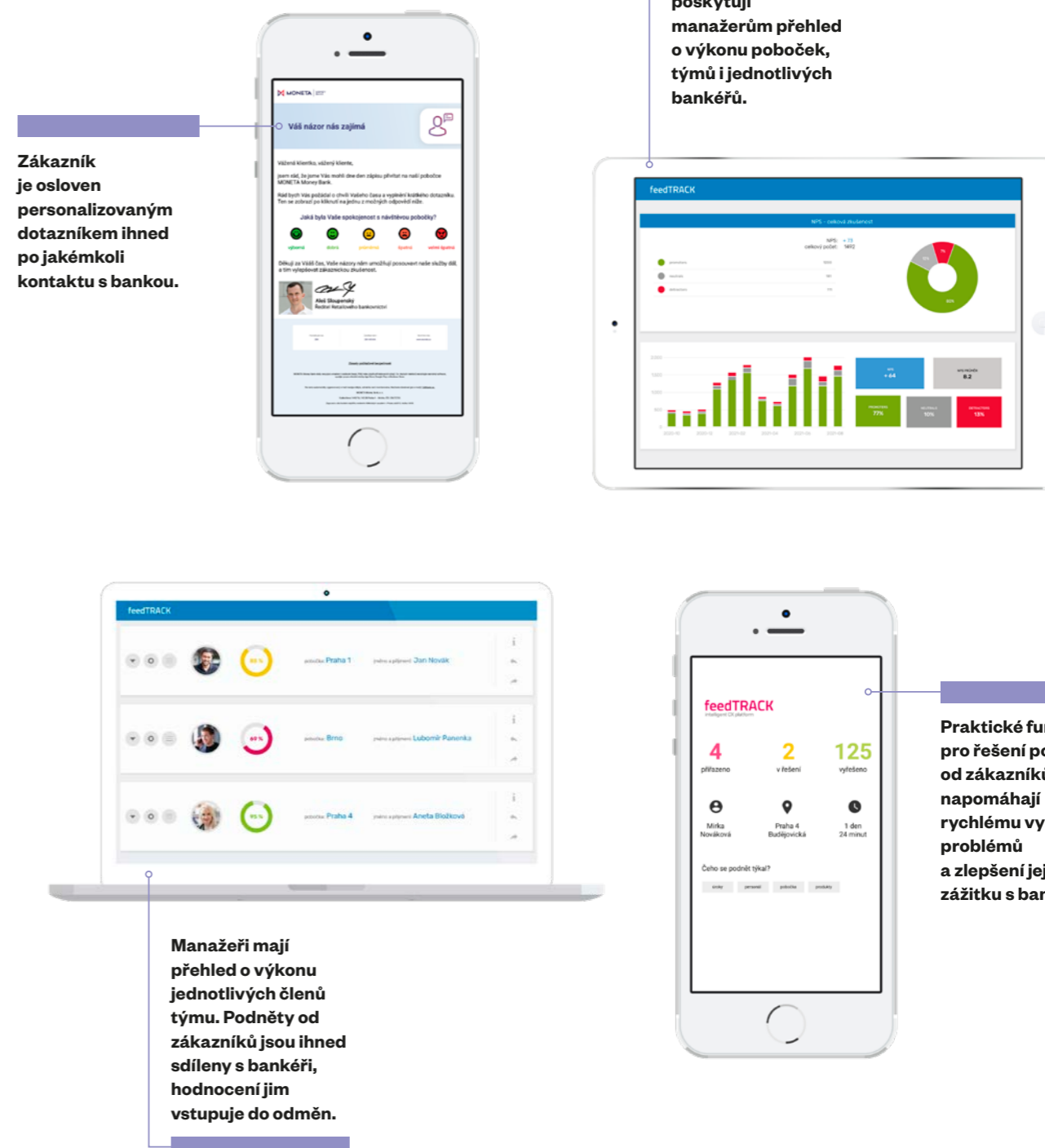
„Díky tomuto řešení, které nám pomáhá zavádět vylepšení a velmi rychle reagovat na nespokojené klienty, se naše NPS kontinuálně zlepšuje a v loňském roce dosáhl v průměru +78 pro pobočky a +70 v call centru. Specialisté, produktoví a vyšší manažeři využívají zpětnou vazbu pro vylepšení stávajících produktů a také při navrhování nových nabídek pro naše klienty. Díky komplexnímu monitorování všech interakcí s klienty a rozsáhlé databázi návrhů na zlepšení má banka cenný materiál pro budování konkurenční výhody,“ shrnuje Ilona Bémová z Moneta Money Bank.

Důkazem efektivity zvoleného řešení je i to, že CX program společnosti Moneta Money Bank s využitím systému feedTrack v loňském roce zvítězil v prestižní soutěži CX Awards, kterou každoročně pořádá Clientology Institute. Letos byl feedTrack také velmi vysoce ohodnocen v rámci soutěže European Customer Centricity Awards a to v kategorii Nejlepší CX měření. „Hlavní výhodou je pro nás ale to, že se nám daří každý den dostávat hlas zákazníka ke stovkám zaměstnanců naší banky a přinášet produkty a služby, které oceňují naši zákazníci,“ uzavírá Ilona Bémová. [M](#)

Projekt v obrazech



VÍCE
INFORMACÍ
NAJDETE
NA WEBU



Zákazník je osloven personalizovaným dotazníkem ihned po jakémkoli kontaktu s bankou.

Přehledné online „dashboards“ poskytují manažerům přehled o výkonu poboček, týmů i jednotlivých bankéřů.

Manažeři mají přehled o výkonu jednotlivých členů týmu. Podněty od zákazníků jsou ihned sdíleny s bankéři, hodnocení jim vstupuje do odměn.

Praktické funkce pro řešení podnětů od zákazníků napomáhají rychlému vyřešení problémů a zlepšení jejich zážitku s bankou.