

Bei jedem Gespräch ist unbedingt darauf zu achten, unseren Kunden und Kundinnen eine einzigartige Erfahrung zu bieten. Dazu müssen Sie sich vergewissern, dass Sie ihre Anliegen berücksichtigen, ihnen eine passende Antwort geben und das Gespräch persönlich gestalten.

• Die Grundlagen

- In den allermeisten Fällen sind Sie die erste Anlaufstelle des Kunden.
- Sie müssen sicherstellen, dass jeder Kunde unter Einhaltung der lokal festgelegten Regeln korrekt identifiziert wird.
- Unabhängig vom verwendeten Kommunikationskanal müssen die Kundenanliegen von der ersten Interaktion an professionell und umfassend behandelt werden.
- Die Kunden sollten so oft wie möglich auf die Vorteile der Verwendung ihres persönlichen Bereichs hingewiesen werden. Wie Sie wissen, ist dieser rund um die Uhr und an jedem Tag der Woche verfügbar.
- Sie können die Kunden auch ermutigen, die öffentliche Website der Bank zu besuchen, auf der viele Informationen zu finden sind und einige ihrer Fragen mithilfe der FAQs beantwortet werden können.
- Denken Sie daran, dass die Qualität Ihrer Interaktion einen direkten Einfluss darauf hat, wie die Kunden Ihr Unternehmen wahrnehmen sowie auf die Wahrscheinlichkeit einer Weiterempfehlung (NPS) und auf die Loyalität gegenüber der Marke und der Bank.

• Die Qualitätskennzahlen

- Jeder Kundenkontakt löst den Versand einer Umfrage aus, damit wir den Grad der Kundenzufriedenheit messen können.
- Mit diesen Umfragen verfolgen wir drei Hauptkennzahlen.
- FCR „First Contact Resolution“: Mit dieser Kennzahl messen wir, ob die Kundenanfrage bereits bei der ersten Interaktion bearbeitet wurde.
- CSAT „Customer Satisfaction“: Mit dieser Kennzahl können wir ermitteln, ob der Kunde mit Ihrem Serviceniveau zufrieden ist.
- NPS „Net Promoter Score“: Diese Kennzahl gibt Aufschluss über die Zufriedenheit eines Kunden, indem sie misst, inwiefern er die Marke oder die Bank weiterempfehlen würde.

Fazit

Die Servicequalität steht im Mittelpunkt unserer Strategie. Der NPS ist die Kennzahl, an der wir uns orientieren. Seine Entwicklung wird jeden Monat von allen Mitarbeitern der STELLANTIS-Gruppe verfolgt.

