

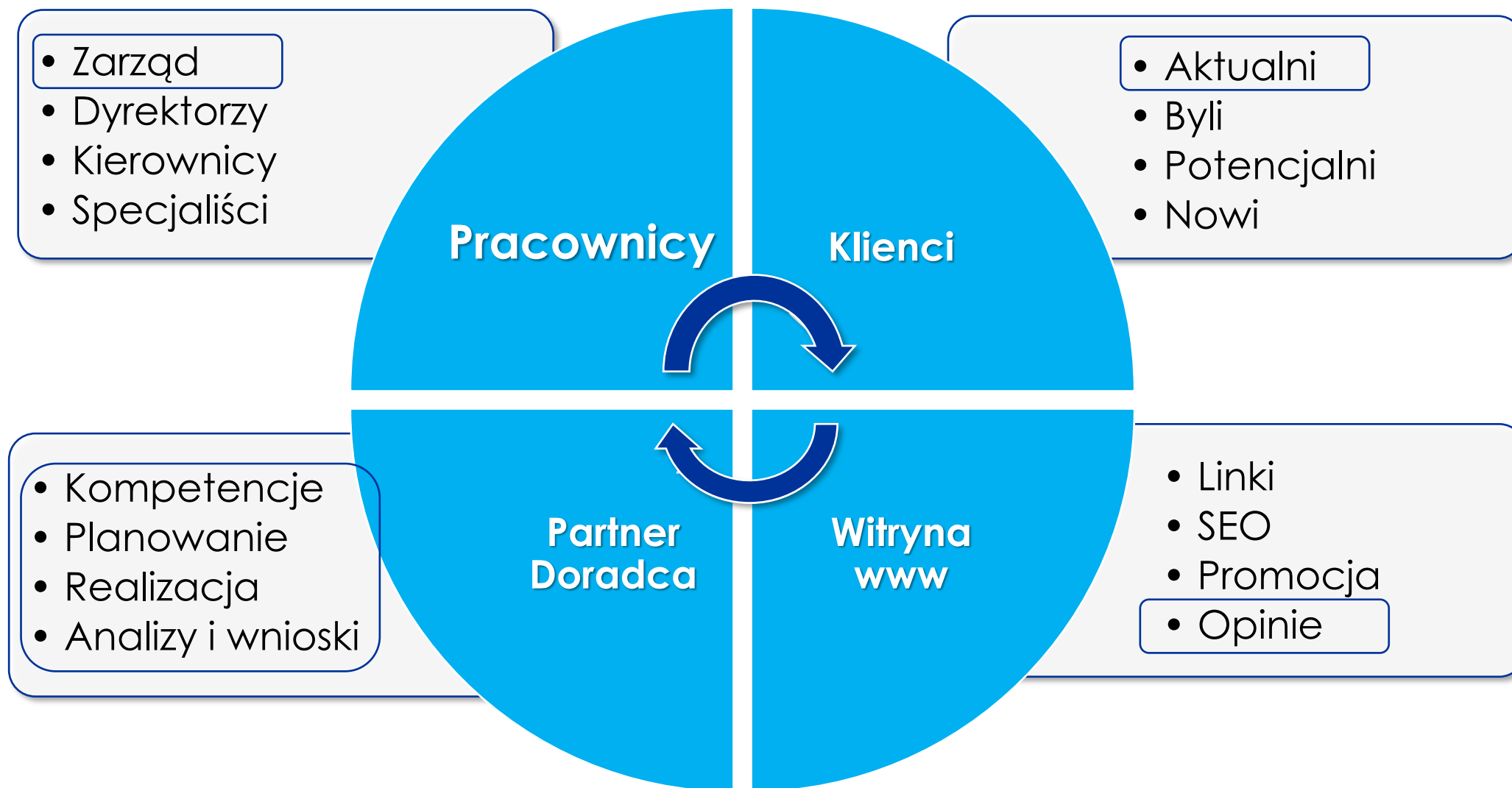
Budowa wartości Firmy i wartości Pracowników

Prezentacja dla
Uczestników Targów
SOLAR ENERGY EXPO



Warszawa, 26.05.2022

I. Gdzie tkwi największy potencjał w firmie?



II. Proces pozyskiwania i obsługi klientów.

Etapy procesu wsparcia pozyskiwania klientów



Etapy procesu budowania wartości Firmy i Pracownika

**Efekty 4 - 10
razy większe!**



Co trzeba zrobić, aby zwiększyć rentowność i wartość firmy?

III. Wpływ Badania satysfakcji klientów na biznes i wyniki firmy.

Dlaczego badanie satysfakcji klientów jest ważne dla każdej firmy?

- 1. Jakość obsługi klientów ma największy wpływ na wyniki firmy.**
2. Zadowolony klient kupuje więcej i współpracuje z firmą wiele lat.
3. Niezadowolony klient – kończy zakupy w firmie i powie o tym innym.
4. Opinie klientów mają b. duży wpływ na decyzje zakupowe innych.
5. Wyniki rosną po przekazaniu Informacji o zaplanowanym badaniu.
6. Dalsza wzrosty wyników następują po prezentacji wyników badania.
7. Wskazanie silnych stron i tych do poprawy stymuluje kolejne wzrosty.
8. Cykliczne badanie jest ważne, aby czuwać nad utrzymaniem jakości.
9. Zwykle kolejne badania zapewniają firmie dalszą poprawę wyników.
10. Środki na nagrody i premie uzyskuje się ze wzrostu wyników firmy.



IV. Badanie WSK©. 1. Informacje ogólne.

Co oznacza Badanie WSK© (Badanie Wskaźnika Satysfakcji Klientów)?

1. Badanie WSK© to autorska metoda naszej Spółki.
2. Umożliwia zbadanie mocnych i słabych stron każdej firmy.
3. Dodatkowo badamy poziom satysfakcji Klientów.
4. Analizy wyników dokonuje doświadczony Manager.
5. Przedstawiamy rekomendowane działania firmie.
6. Porównujemy wyniki (benchmarki) wg różnych kryteriów i innych firm.
7. Porównujemy również wyniki mierzone w różnych okresach czasu.
8. W Badaniu WSK©, skala ocen wynosi od 1 do 6.
9. Wartość oceny odzwierciedla poziom emocjonalny każdego Klienta.
10. Pozyskanie leadów.
11. Pozyskanie poleceń.
12. Zwiększenie ilości pozytywnych ocen od swoich klientów.



IV. Badanie WSK©. 2. Skala ocen.

Badania opracowane jest przez nasz Zespół. Wykonujemy go w formie CATI oraz za ok. 3 miesiące będzie w formie online. Przykładowy sposób obliczenia i wynik bardzo dobrej firmy. Wynikiem jest średnia sum ilości opinii przez ilość badań.

	Rodzaje klientów	Nazwa klienta	Ocena	Waga	Ilość Klientów	Wynik	Ilości opinii	
	Bardzo niezadowolony	Destruktor	1	-400	10	-4 000	-9 000	Negatywnych
	Niezadowolony	Nieprzychylny	2	-200	20	-4 000		
	Raczej niezadowolony	Obojętny	3	-20	50	-1 000		
	Raczej zadowolony	Orędownik	4	10	100	1 000	63 000	Pozytywnych
	Zadowolony	Promotor	5	50	400	20 000		
	Bardzo zadowolony	Ambasador	6	100	420	42 000		
Ilość przeprowadzonych Badań WSK© z klientami / ilość opinii					1 000	54 000	Wartość opinii	
 Wynik końcowy Badania WSK©					Wskaźnik WSK©	54	pkt WSK©	

Komentarz:

Przykładowa firma z naszego badania otrzymała bardzo dobry wynik tj. 54 punkty, w skali Badania WSK©, które mieści się w przedziale od -400 pkt (min) do +100 pkt (max).

Dlaczego Badanie WSK© jest lepsze od innych badań?

- A. Nasze badanie precyzyjniej odzwierciedla opinie klientów.
- B. Badamy najważniejsze obszary dla każdej firmy.
- C. Korzystamy z polskiej, wygodnej skali ocen 1 do 6.
- D. WSK© wpływa na natychmiastowy wzrost wyników tj. na
 - ✓ wzrost efektów sprzedaży
 - ✓ obniżenie kosztów
 - ✓ zwiększenie przychodów
- E. Udzielamy 100% Gwarancji wskazania obszarów wzrostu wyników.
- F. Wg Klientów MR badanie WSK© jest bardzo dobrą inwestycją.



Jakie są metody badania Wskaźnika Satysfakcji Klientów?

1. CATI – w formie rozmów telefonicznych
2. CAWI – w formie online



IV. Badanie WSK©. 5. Wpływ WSK© na zwiększenie wartości Pracowników.

Jak nasze badanie WSK© wpływa na lepszą pracę i wyższe efekty Pracowników?

1. Zarząd określa kiedy i za co będą określone nagrody, premie dla Pracowników.
2. Nasi Klienci informują pracowników o cyklicznych badaniach WSK©.
3. Pracownicy otrzymują informacje co będzie badane: wg standardu i potrzeb firmy.
4. Tylko po przekazaniu informacji jakość i efekty pracy wzrastają o ponad 10%.
5. Wyniki badania analizujemy, robimy rankingi i przesyłamy Klientowi rekomendacje.
6. Wskazujemy liderów i ich silne strony oraz co jest jeszcze do poprawy.
7. Firma nagradza najlepszych pracowników, czasami nawet całe Zespoły.
8. Osoby nagrodzone mają jeszcze większą motywację do lepszej pracy.
9. Pozostałe osoby widzą, że jest to możliwe i pracują lepiej.
10. Przy kolejnym badaniu więcej osób za wyniki osiąga większe premie.



V. Wpływ Badań i naszych działań na wzrost wskaźników KPI.

Dobre badania marketingowe mają istotny wpływ na kluczowe mierniki realizacji celów operacyjnych i strategicznych.

W szczególności Badanie WSK© pozytywnie wpływa na poniższe wskaźniki Key Performance Indicators:

Skrót	KPI – Key Performance Indicators	Kluczowe mierniki realizacji celów operacyjnych i strategicznych	Po okresie 6-60 miesięcy od 1 Badania
ARPU	Average Revenue Per User	Średnio miesięczna wartość Klienta	wzrost o 10% - 200%
Churn	Churn rate	Wskaźnik migracji Klientów	spadek z 300% - 10%
CLV	Customer Lifetime Value	Długookresowa wartość Klienta	wzrost ze 100% - 400%
LTV	Life Time Value	Wartość życiowa klienta	wzrost ze 100% - 600%
LVC	Lifetime Value Customer	Długość czasu życia Klient	wzrost z 1 m-ca do 30 lat
RB	Repeat Business	Wskaźnik powtórnych zakupów	wzrost z 1 – 13 usług
ROI	Return On Investment	Wskaźnik zwrotu z inwestycji	



***Pomagamy obniżyć koszty
i osiągać strategiczne cele!***

Jan Załęcki – Wiceprezes Zarządu
Tel. 885 485 251
Jan.zalecki@marketingrelacji.com
<https://www.linkedin.com/in/jan-zalecki>

Marketing Relacji Sp. z o.o.
ul. Mangalia 4, lok. 206
02-758 Warszawa
www.marketingrelacji.com

