



# WIE ÉRAM KUNDENFEEDBACK NUTZT, UM SEINE KUNDENERFAHRUNG ZU VERBESSERN

**1200**

gesammelte  
Feedbacks pro  
Quartal

**100%**

bearbeitete  
Feedbacks

**+2**

NPS

**4,94/5**

Kundenbe-  
ziehungsnote

**Critizr.**



Seit Beginn der Zusammenarbeit mit Critizr sammelt Éram, der französische Marktführer im Bereich Schuhhandel in Stadt- und Einkaufszentren, das Feedback seiner Kunden, indem er ihnen eine E-Mail sendet, nachdem Sie online oder in einer der 208 Filialen, die mit der Critizr Kundenfeedback-Lösung ausgestattet sind, einen Kauf getätigt haben.



Seitdem Éram mithilfe von Critizr stärker auf die Voice of the Customer eingeht, hat das Unternehmen im Hinblick auf seinen Net Promoter Score (NPS), dem Referenzindikator, **+ 2 PUNKTE** hinzugewonnen.



Die Zufriedenheitsnote von Éram stieg im Jahresverlauf von 4,17/5 auf 4,29/5.

## KUNDENBEZIEHUNG

MIT CRITIZR SETZT ÉRAM AUF DAS PRINZIP „AUSTAUSCH MIT DEM KUNDEN“

**65% der unzufriedenen Kunden können zurückgewonnen werden, wenn das Unternehmen das Problem gleich bei der ersten Interaktion löst.**

Dank der nutzerfreundlichen Umfrage-Lösung kann Éram die Kommentare seiner Kunden analysieren und einordnen: 80% Lob, 9% Probleme, 10% Vorschläge und 1% Fragen. Diese Kategorisierung ermöglicht es die Bearbeitung des Feedbacks zu bestimmen.

„Wir können enttäuschte oder unzufriedene Kunden nunmehr anhand ihrer Käuferfahrung identifizieren. Besonderes Augenmerk legen wir auf unsere Kritiker, denen wir eine sehr individuelle Antwort zukommen lassen. So versuchen wir, einen Kunden zurückzugewinnen oder sogar aus einem Kritiker einen Fürsprecher zu machen!“  
Tiphaine Chateigner, Érams Customer Experience Managerin





## DANK Critizr.

 **4,94/5**

Berechnung der Kundenbeziehungsnote: die **Antwortquote**, die **Antwortzeit** und die **Qualität der Antwort**.



**30 % der Kunden von Éram werden per E-Mail befragt**, nachdem sie online oder im Geschäft einen Kauf getätigt haben.



Kundenfeedback wird über **3 unterschiedliche E-Mails nach dem Kauf** erfasst: in der Filiale, Online mit Abholung in der Filiale, Online mit Lieferung.



**Das Unternehmen sammelt über 1200 Kundenfeedbacks pro Quartal.**



Die Teams **bearbeiten 100% der Feedbacks** mit einer durchschnittlichen Antwortzeit von 8 Stunden und 4 Minuten.

## TEILEN

DIE VOICE OF THE CUSTOMER AN DAS GANZE UNTERNEHMEN WEITERLEITEN

Da es die Critizr for Business-Plattform es ermöglicht, das **Kundenfeedback zentralisiert zu sammeln**, kann Éram die „Voice of the Customer“ nunmehr mit allen Abteilungen des Unternehmens teilen. Seit zwei Jahren ist dieser „kundenorientierte“ Ansatz Teil des Alltags des gesamten Unternehmens.

- Wöchentliche Datenanalyse, um **die zu implementierenden Maßnahmen zu bestimmen**;
- Wöchentliche Zusammenfassung der Ergebnisse mit der Geschäftsleitung;

**Critizr.**



- **Übersicht über die Kundenzufriedenheit in Echtzeit** mithilfe des Critizr-Backoffice, auf das Filialleiter zugreifen können;
- **Interne Präsentation der Halbjahresbilanz** zu den Projekten, die auf Grundlage von Kundenfeedback initiiert wurden.

“Das Eingehen auf die Voice of the Customer sollte nicht nur eine Angelegenheit des Kundendienstes oder der Marktforschungsabteilung sein. Kunden geben oft Denkanstöße, die unsere Überlegungen im Hinblick auf mögliche Verbesserungen bereichern können. Dank der internen Betreuung durch Critizr haben alle Teams verstanden, wie wichtig es ist, den Kunden zuzuhören. Dadurch ziehen alle am gleichen Strang, Tiphaine Chateigner.”

## VERWERTEN

ÉRAM LEITET AUF DER GRUNDLAGE VON KUNDENFEEDBACK MASSNAHMEN EIN

Basierend auf den Meinungen, die über Critizr for Business gesammelt und analysiert werden, initiiert das Unternehmen **jedes Quartal vorrangige Vorhaben zur Verbesserung seiner Dienstleistung und der Qualität seiner Produkte.**

- Nachdem **ein Problem bei der Lieferung identifiziert wurde**, hat das Unternehmen den Kontrollprozess für seine Pakete überprüft. **Ergebnis: ein deutlicher Rückgang von Kommentaren, in dem dieses Thema zur Sprache kommt.**
- Éram bietet seinen Kunden nunmehr die Möglichkeit, ein Produkt zu bestellen, das nicht mehr im Handel erhältlich ist (Diese wurde von vielen Kunden selbst ins Spiel gebracht).

# Critizr.

FEEDBACK-MANAGEMENT-PLATTFORM