

# executive conversation

Tak, to prawda...

...klienci w trakcie recesji  
kupują mniej.

Niemniej jednak kupują!

Są natomiast bardziej ostrożni  
w wydatkowaniu swoich pieniędzy.



- „W **50%** przypadków, przyczyną, dla której klienci nie kupują, jest brak ZAUFWANIA
- Dopiero potem pojawiają się kolejne przyczyny: 'brak potrzeby', brak 'chęci do zmiany' (po **10%** przypadków), i dalsze: 'brak pośpiechu', brak budżetu”

Robert Miller, Stephen Heiman „Conceptual selling”

- Lojalność klientów wobec marek zmniejszyła się w obecnej dekadzie o **25%** , ale ich pozytywne doświadczenia mogą ją zwiększyć o **33%** !
- Nawet w sytuacji kryzysu, **50%** klientów gotowych jest płacić więcej za lepsze doświadczenia z daną firmą !

Shaun Smith „Managing the Customer Experience”

## Z polskiego rynku:

- **84.5 %** Dyrektorów generalnych twierdzi, że doświadczenia klientów stają się coraz ważniejsze dla ich firm
- **70%** z nich inwestuje, lub planuje zainwestować w zdolność do zarządzania doświadczeniami klientów, w ciągu najbliższych 12 miesięcy
- **71%** z nich jest przekonanych, że poprawa doświadczeń klientów wpłynie na zwiększenie dochodowości ich firm

## CEM+ Zarządzanie Doświadczeniami Klientów Plus™

Raport z badania polskiego rynku przeprowadzonego przez Executive-Conversation przy współpracy z:

H B R

2008

Badanie Executive-Conversation, Shaunco.com, oraz Harvard Business Review, przeprowadzone w 2008 roku w Polsce na próbie 550 respondentów

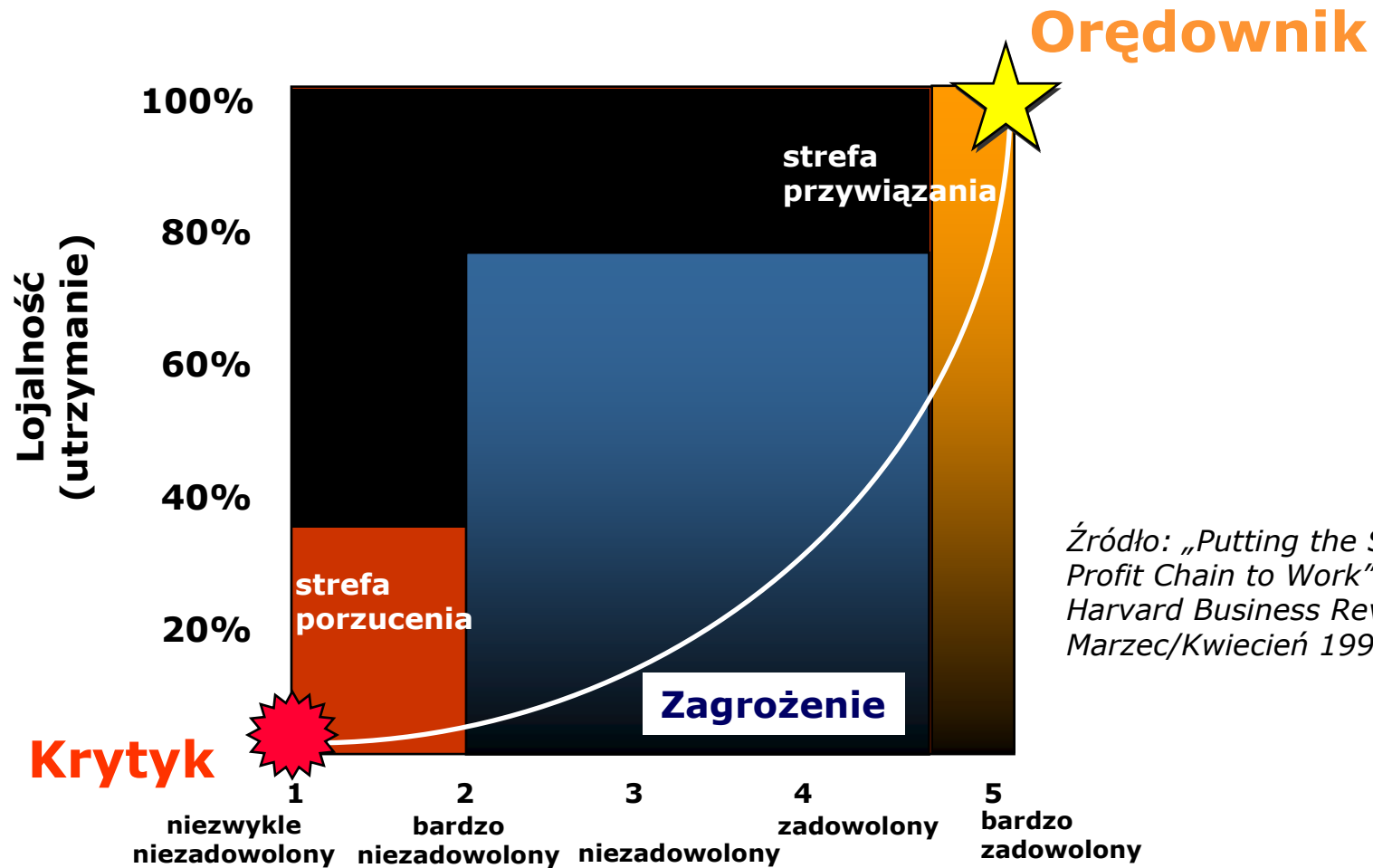
- **90%** klientów, którzy ocenili swoją satysfakcję na poziomie 9, lub 10 w skali od 1-10, potwierdziło równocześnie swoją lojalność wobec danej firmy/marki
- Tymczasem u klientów, którzy ocenili swoją satysfakcję na poziomie 8 w skali 1-10, poziom lojalności spada do **20%** ...
- **70%** odchodzących klientów, wysoko oceniło swoją satysfakcję z usług firmy, którą opuszczali...

Shaun Smith „Managing the Customer Experience”



SATYSFAKCJA  $\neq$  LOJALNOŚĆ

# Lojalność tworzą doświadczenia!

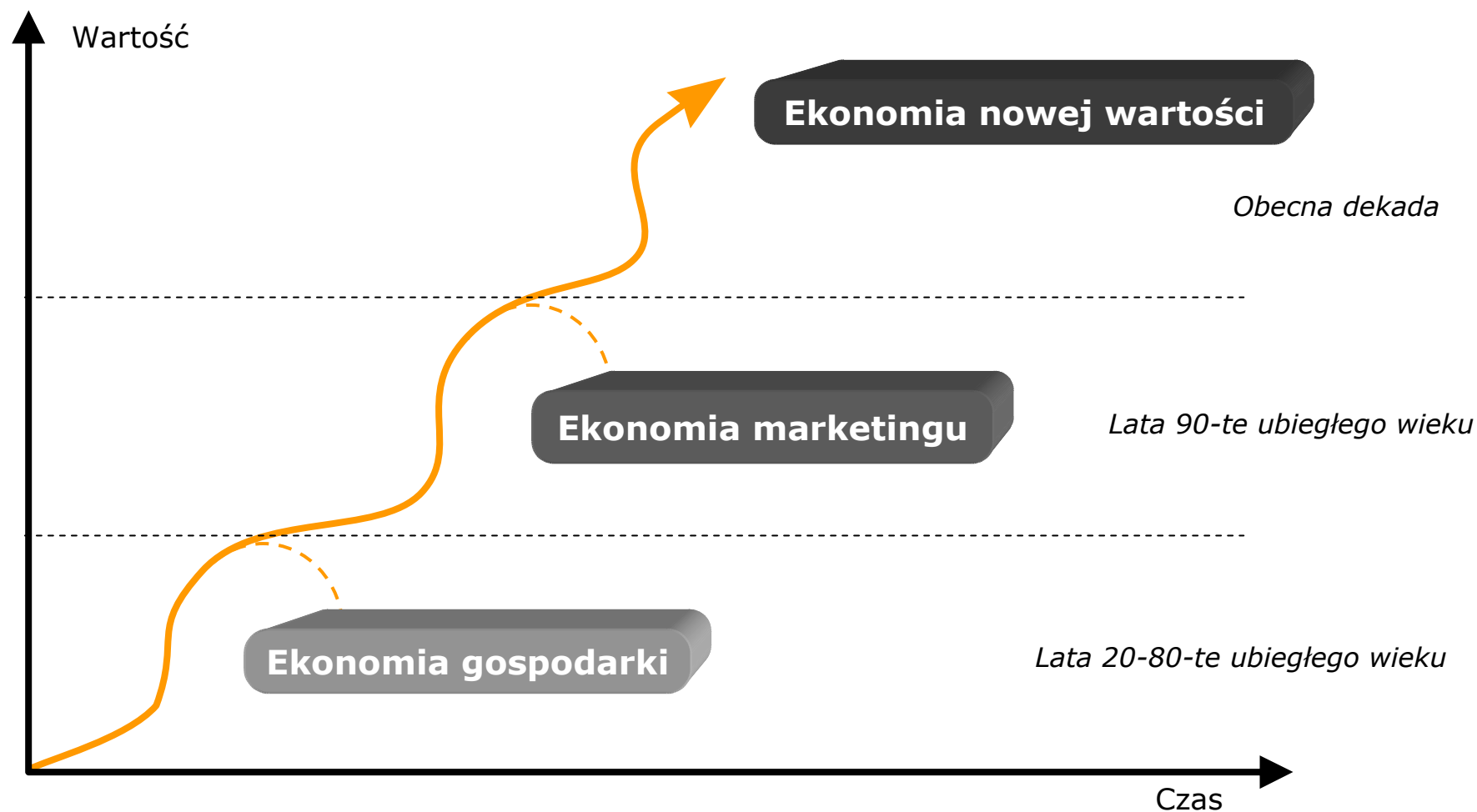


# ***Prawdziwa LOJALNOŚĆ***



***wiąże się  
z emocjami!***

# Ekonomia doświadczeń klientów



Źródło: Jesper Kunde *Unique Now or Never*. FT. Prentice Hall. 2002

# *A na jakiej nowej wartości chce swoją przewagę konkurencyjną zbudować Twoja firma?*

- Niskiej cenie?
- Bliskości klienta?
- Innowacyjności produktów?

A może wszystkim na raz, czyli na niczym szczególnie wyróżniającym się w oczach klientów?

# ***W Executive-Conversation pomagamy w:***

 *Odkryciu kilku kluczowych czynników sukcesu danej firmy/marki na rynku*

**– Audyt doświadczeń klientów**

 *Udzieleniu jednoznacznej odpowiedzi na pytania z powyższego slajdu*


**– Budowanie Platformy marki**

 *Podjęciu decyzji co owe odpowiedzi oznaczają z perspektywy oczekiwań klientów*

**– Projektowanie doświadczeń klientów**

 *Spowodowaniu, że organizacja dostarcza owe doświadczenia*

**– Budowanie spójności firmy**

 *Spowodowaniu, że rynek o tym wie*

**– Komunikacja zewnętrzna**

Obszary specjalizacji Executive-Conversation Polska, zajmującej się od 2004 roku, zwiększaniem dochodowości przedsiębiorstw w Polsce i Europie:

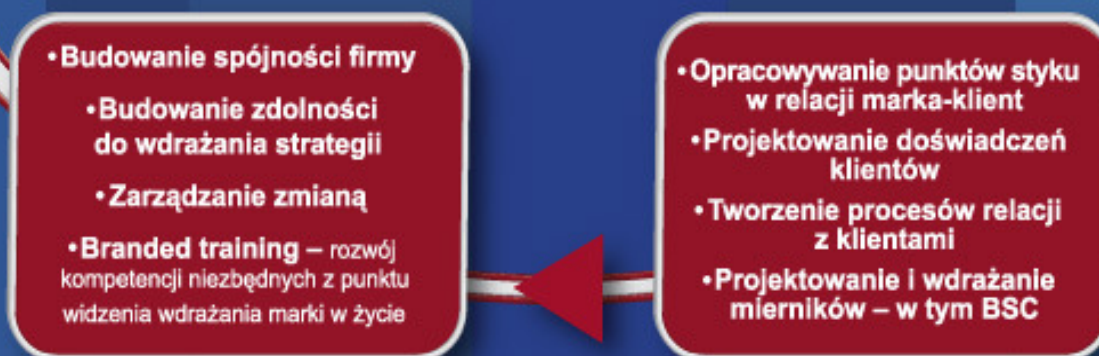
- ◆ Budowanie zdolności do Zarządzania Doświadczeniami Klientów (CEM+)
- ◆ Budowanie Spójności Organizacyjnej (OAS)



Więcej informacji:  
[www.e-c.com.pl](http://www.e-c.com.pl)  
[info@e-c.com.pl](mailto:info@e-c.com.pl)

**Improving  
Business  
Performance**  
since 2004

## Obszary specjalizacji Executive-Conversation Polska - szczegóły:



Więcej informacji:  
[www.e-c.com.pl](http://www.e-c.com.pl)  
[info@e-c.com.pl](mailto:info@e-c.com.pl)

**Improving  
Business  
Performance**  
since 2004

# Przykładowe projekty w Polsce:

Działania Klienci	Audyt doświadczeń klientów	Budowanie Platformy marki	Projektowanie doświadczeń klientów	Budowanie spójności firmy	Ocena i rozwój kompetencji (Branded Training)	Wewnętrzna i zewnętrzna komunikacja marki
ABG						
Akzo Nobel						
Asseco						
Deni Cler						
ECCO						
BR Edipresse						
Eltel Networks						
First Data						
FORTIS Bank						
Hotel RIALTO						
Jobpilot						
Kingspan						
Michelin						
Polkomtel SA						
PTU						
Pramerica Życie TUiR						
Premium Financial						
Reckitt Benckiser						
Softbank S.A.						
Thermoplast						
Yellow Heads						

**Są firmy, które zajmują się wyłącznie poszczególnymi,  
z wyżej wymienionych obszarów!**

*Jest tylko jedna,  
która potrafi prowadzić **executive conversation**,  
na każdy z powyższych tematów,  
a następnie wspierać firmy  
w **improving business performance**,  
poprzez budowanie zdolności firm do  
**zarządzania doświadczeniami klientów.***

*Zapraszamy do współpracy!*



executive  

---

conversation