

Hvad skaber loyalitet?

Ifølge en undersøgelse udført af Bain & Company - virksomheden bag Net Promoter Score (NPS) - er det kun 10% af alle virksomheder (på tværs af alle brancher) som lykkes med deres loyalitetsarbejde til at de få reel succes ud af indsatsen.

Hvad kendetegner de 10% bedste virksomheder ift. at skabe loyalitet blandt gæsten?

De fem områder er:

- Kend dine gæster – hvem der er tilfredse og hvorfor
- Sørg for at få ledelsens forståelse og opbakning til arbejdet
- Find og prioritéér de vigtigste indsatser
- Gør det nemt for medarbejderne at yde god service
- Følg op på tiltag – sørg for udvikling og fremdrift

Virksomheden skal have et tilstrækkeligt datagrundlag til at forstå, hvilke gæster der er glade i dag og hvorfor. Og de skal kunne prioritere deres indsatser mellem de forskellige elementer i gæstere-lationen.

RelationManager hjælper gennem opdeling af gæsterne i kritikere, passivt tilfredse og ambassadører med at opnå en unik viden om de forhold, der driver gæsteloaliteten.

Der er store økonomiske gevinster i at forstå loyalitetens elementer i hver virksomhed, idet loyale gæster køber mere, kommer oftere, er et dedikeret salgskorps og samtidigt tåler fejl uden at klage. Kritiske gæster er derimod gæster, der over tid formentlig ikke vil komme igen og som gennem egentlige klager eller ved besværlig optræden, koster virksomheden flere ressourcer.