
Customer Effort Score helpt serviceprocessen en loyaliteit te verbeteren

+31 (0)23 750 57 57
service@feeddex.com
feeddex.nl

feeddex



Consumenten willen snel en eenvoudig zaken kunnen doen met bedrijven. De Customer Effort Score (CES) geeft bedrijven inzicht in de vraag hoe makkelijk het is om zaken te doen met dat bedrijf. De CES wordt in steeds meer organisaties gebruikt. Tijd om eens dieper in te zoomen op de achtergrond en toegevoegde waarde van de CES.

Eén vraag

De CES bestaat uit één basisvraag die gekoppeld wordt aan een serviceproces:

“Hoeveel moeite heeft het u persoonlijk gekost om ...?”

- klant te worden?
- informatie te vinden?
- uw abonnement op te zeggen?
- een vraag afgehandeld te krijgen?
- een klacht in te dienen?
- etc.



(zeer weinig moeite/weinig moeite/neutraal/veel moeite/zeer veel moeite)

Sterk kengetal voor kwaliteit serviceprocessen

De CES is toepasbaar als kengetal op specifieke contactmomenten waar service centraal staat. En dáár ligt ook direct de kracht van de CES. De score meet specifiek de kwaliteit van deze servicemomenten dan bijvoorbeeld de Net Promoter Score (NPS) dat doet. De CES wordt uitgevraagd met een 5 puntschaal. (zeer weinig moeite/weinig moeite/neutraal/veel moeite/zeer veel moeite). Vanzelfsprekend geldt hoe minder moeite een klant heeft moeten doen om zijn doel te bereiken, hoe positiever de klantervaring met je bedrijf is.

Concrete verbeterpunten

Door de CES op belangrijke servicemomenten in de klantreis uit te vragen ben je beter in staat om de kwaliteit van je processen te monitoren en zie je direct op welke momenten kansen liggen om de dienstverlening te verbeteren. Door na de CES vraag een open vervolgvraag te stellen aan de respondent (waarom kostte het proces veel moeite?) verkrijg je inzicht in concrete verbeterpunten.

CES draagt bij aan klantloyaliteit

Snelle en eenvoudige klantprocessen zijn belangrijk voor klantloyaliteit. Uit onderzoek (Harvard Business Review) blijkt bijvoorbeeld dat van de respondenten die weinig moeite hoefden te doen, 94% aangaven klant te willen blijven en van 88% dat zij meer zouden spenderen. Slechts 1% van deze respondenten zou negatieve word-of-mouth verspreiden. Daarentegen zou van de respondenten die veel moeite moesten doen, 81% waarschijnlijk negatieve word-of-mouth verspreiden.

Customer Effort Score en Net Promoter Score

De CES is een specifieke maatstaf welke organisaties helpt om hun serviceprocessen te optimaliseren en zo bijdraagt aan klantloyaliteit. De NPS is algemener en geeft meer een totaal oordeel over

klanttevredenheid en loyaliteit. In een programma van continue en periodieke feedbackmetingen is daarom plek voor beide kengetallen. Aan de hand van de klantreis en de 'moments of truth' voor je organisatie bepaal je wanneer je welk kengetal inzet. Zodat je gericht kan werken aan het verbeteren van je dienstverlening en loyaliteit.

Customer Effort Score case studies

Wil je meer weten over het gebruik van de CES in de praktijk? Vraag dan nu de CES case studies aan.