



MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ANKETLERİ: TANIMLAR VE ÖRNEK SORULAR

Anketler etkili pazarlama araçlarıdır. Tüketicilerinizden doğrudan elde edilen geri bildirimler, sahip olmak için her zaman yararlı bir pazar avantajıdır. Etkili bir anket, satışlarınızı, ürününüzü veya tüketiciyi elde tutma düzeyinizi artırır. Müşterilerinizin ihtiyaçları hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğunuzda, daha kolay bir şekilde daha iyi bir müşteri deneyimi sağlayabilirsiniz.

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ANKETİ NEDİR?

Müşteri memnuniyeti anketi, bir kişinin bir ürün veya hizmetle ilgili algılanan memnuniyetini ölçen bir çalışmadır. Tamamlanmış bir anket, şirketinizin ürettikleri ürünlerle ilgili olarak sahip olduğu soruların bir listesini sağlar. Bir anket, etkin olmayan potansiyel müşterilerinizi belirlemenize de yardımcı olabilir. Rutin durumlarda, bir müşteri adayı, satışı tamamlanana kadar anket almaz. Müşterinizin gerçekleştirdiği eylemler, bir ankette bulunana benzer biçimde veriler sağlar.

Anket, bir çözümün tüketicinizin ihtiyaçlarıyla ne kadar uyumlu olduğuna dair fikir edinmenize yardımcı olur. Müşteri memnuniyeti anketinin ek faydaları aşağıdakileri içerir:

Katılım: Tüketicinize elde tutma düzeylerini sormak, neyi daha iyi yapabileceğinizi ortaya çıkarabilir.

Pazar araştırması: Aldığınız herhangi bir geri bildirim, daha geniş bir pazar araştırması kapsamının parçasıdır.

Lider müşteri oluşturma: Zayıf noktalarınızın nerede olduğunu ortaya çıkarmak için alıcıları yönlendirerek daha fazla potansiyel müşteriye alıcıya dönüştürebilirsiniz.

Daha büyük hedefleme: Stratejik doğruluğunuzu mükemmelleştirirken, yalnızca doğru müşteri adayına zaman ayırmanız gerekir.

Müşteri memnuniyeti anketi nasıl oluşturulur?

Kullanılabilir bir müşteri memnuniyeti anketi, bir dağıtım yöntemi, bir anket ve bir erişim yöntemi içerir. Tüm alıcılarınızın eline bir anket vermek, eksiksiz bir örneklem büyüklüğünü hesaplayabilmenizi sağlar. Verilerinizin doğruluğunu korumak, o bilgiyi almak kadar önemlidir. Aynı şekilde, anketi yanıtlamayan veya anketi doldurmayan potansiyel müşteriler için de bir çetele yapılmalıdır.

Etkili bir anketin oluşturulması, strateji için yüksek bir yetenek gerektirir. Amacınız doğru anketi oluştururken tüketicinizin birkaç adım ilerisini düşünmektir. Müşteri memnuniyeti anketi oluştururken izleyebileceğiniz bazı adımlar şunlardır:

1. BİR ROTA SEÇİN

Anketinizi oluştururken geleneksel veya modern bir rota arasında seçim yapabilirsiniz. Geleneksel ölçme kanalları, doğrudan insan ilişkilerine dayanan kanallardır. Modern satış noktaları teknolojiye güveniyor. Modern yöntemler, müşterinizle daha iyi iletişim sağlamak için otomasyonu da kullanabilir. Bu tür anketler, otomasyon adımına atadığınız belirli bir eyleme dayalı olarak potansiyel müşterilerinize gönderilir. Örneğin, şirketinizden satın alan müşterilere otomatik olarak bir anket gönderilebilir. Anketler, bir müşterinin satın aldığı sitede görüntülendiğinde de etkilidir.

Geleneksel yöntemler, bir teşekkür jesti olarak geçmişteki alıcılara yapılan yüz yüze ziyaretleri içerir. Bir kullanıcıdan kağıt anket doldurmasını istemek başka bir geleneksel çıkış noktasıdır. Potansiyel müşterilerinizin nasıl bir anket alacağına karar verirken şu faktörleri göz önünde bulundurun:

Oluşturduğunuz tüketici trafiğinin türüne bakın ve tercihlerinin en iyi medya kuruluşunu belirlemesine izin verin

Zamanın bir faktör olup olmadığını ve potansiyel müşterilerinizin anketinizi geri göndermek için ne kullanacağını sorun

2. BİR HEDEF OLUŞTURUN

Sorularınız, anketinizdeki stratejik hedefin doğrudan bir sonucu olmalıdır. Tüketici yalnızca kendisine sunulan soruları yanıtlayacaktır. Kendi endişelerini ifade etmelerine izin vermek için bir seçenek sunabilirsiniz, ancak kalan anket, mümkün olduğunca stratejik olmak için bir fırsattır. Sorularınızı doğrudan tutun ve mümkün olduğunca kısa tutun.

3. MÜŞTERİ TABANINIZIN KİM OLDUĞUNU TANIMLAYIN

Bir müşterinin satın aldığı belirli ürün, onlara ne tür bir anket sunduğunuzu belirlemenize yardımcı olabilir. Satın aldıkları şey, kim oldukları ve gelecekte sahip olmaları muhtemel ihtiyaçlarla ilgilidir. Farklı müşteri adayları türleri için birden çok anket oluşturmanız gerekip gerekmediğini düşünün. Alıcılarınıza nasıl daha fazla çözüm sunabileceğinizi kendinize sorduğunuzdan emin olun.

4. DAHA BÜYÜK BİR KAMPANYA İLETME

Anketinizin arkasındaki hedefler oluşturulurken mevcut pazarlama kampanyanız dikkate alınmalıdır. Temel süreçlerini ayrıntılı adımlara ayırabildiklerinde bir işletmeye fayda sağlar. Çabalarınızı aşırıya kaçmanıza gerek yok. Anketinizin stratejisini daha büyük bir kampanyaya bağlamak, işinizi en aza indirecektir. Buradaki anahtar, bir anketten aldığınız verileri kampanya döngüleriniz sırasında topladığınız analizlerle uyumlu hale getirmektir. Benzer sonuçlara ve farklı olanlara bakın.

Her şeyin hizalanması yardımcı olsa da, çelişkili veriler oluşturan alanlar daha net bir şekilde incelenmelidir. Herhangi bir satış aşamasında tüketicinin neden hedeflediğiniz yanıtı oluşturamadığını sormak istiyorsunuz.

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ANKETİ SORULARINA ÖRNEKLER

Anketinizden kullanılabilir yanıtlar aldığınızdan emin olmak için, sorularınızı basit evet veya hayır yanıtlarına izin verecek şekilde yapılandırın. İşte bazı örnekler:

1. Bu ürünü başka birine tavsiye eder misiniz?

Potansiyel müşterilerinizden cesur cevaplar bekleyin. Sorularınızın ileriye dönüklüğü, yanıtlayıcınızın aynı derecede doğrudan olmasına yol açabilir. Nasıl hissettikleri ve düşündükleri konusunda dürüst olmalarını sağlayın.

2. Gelecekte bu markadan alışveriş yapmayı düşünüyor musunuz?

Bir olası satışın gelecekteki satın alma potansiyelini doğrudan bilmenin ne anlama geldiğini düşünün. Potansiyel müşterilerinizi izole etmek için bunun gibi soruları kullanabilirsiniz. Gelecekteki kampanyalar veya pazarlama teknikleri için bir plan düzenlemek için bu sorudan aldığınız yanıtları kullanın.

3. Bu satın alma işlemi yaparken size yardım eden oldu mu?

Bu soru, kaynaklarınızın verimliliğini incelemenize yardımcı olabilir. Belki de sisteminiz insanlarla doğrudan etkileşime giriyor. Otomasyona güveniyorsanız, yine de her bir işleme aşamasının sağlığını değerlendirmek gerekir. Tüketici deneyimini daha iyi hale getirmenin yollarını arayın.

4. Teslim süresi önemli mi?

Şirketiniz ürünlerini teslim ediyorsa, bazı müşterilerin satın aldıkları ürünlerin hızlı bir şekilde teslim edilmesine şiddetle ihtiyaç duyabileceğini göz önünde bulundurun. Diğerleri, teslimat süresinin önemli olmadığını size teyit edebilir. Potansiyel müşterilerinizin aciliyeti, ne kadar hızlı olmanız gerektiğini ortaya çıkarır.

5. Ödeme süreci hızlı mı yoksa kullanımı kolay mı?

Satın almaya odaklanmak, doğrudan en önemli olana ulaşmanızı sağlar. Gelecekteki her alıcı, en son potansiyel müşterinizin sahip olduğu şeyi deneyimleyecektir. Bu deneyimi gerçek satın alma adımı kadar geliştirip geliştiremeyeceğinize bakın.

6. Bu ürünü bir web aramasıyla mı buldunuz?

Çevrimiçi trafiğinizin kaynağını bilmek yararlıdır. Amacınız ücretli, organik veya sosyal aramadan gelen olası satışları karşılamak olabilir.

7. Bu ürünü tavsiye edebileceğiniz acil bir kişi var mı?

Müşterileriniz şu anda ürünleri önerecek kişileri bulabilir. Yapabilseler de yapmasalar da, yardım etmeyi düşünmelerini sağlamak, gelecekte markanızdan başkalarına bahsetmelerini daha olası hale getirebilir.

8. Bu ürünün adil bir piyasa fiyatında olduğunu düşünür müsünüz?

Alıcınız fiyatlandırma sırasında pazarlık yapmadıysa, bu soru size gerçekten nasıl hissettiklerini görme şansı verir. Ayrıca, daha kolay satış yapabilmek için bir ürün için fiyatları düşürmeniz gerekir gerekmediğini öğrenmenize yardımcı olabilir.

9. Bir satış temsilcisi gelecekte sizinle tekrar iletişime geçebilir mi?

Besleme, pazarlamacıların ilişkiler kurmak için yaptıkları şeydir. Düzenli iletişimi teşvik ederek sadık bir müşteri tabanı sağlamaya yardımcı olabilirsiniz.

10. Marka sadakati için daha fazla anket almaya açık mısınız?

Liderlerinizle çalışın. Anketinizi devam eden bir proje haline getirmeye çalışın. Önce gönderme konusunda onlara soru sormak yardımcı olacaktır, bu da daha güçlü müşteri katılımı sağlamanıza yardımcı olacaktır.

Müşteri memnuniyeti anketi ipuçları

Etkili bir müşteri memnuniyeti anketi geliştirmenize yardımcı olacak bazı ipuçları.

Doğrudan ve dürüst olun. Odak noktanızı yanıtlayandan ihtiyacınız olan şeylere verin. Sorularınızı kısa tutun ve cevaplamalarını istediğiniz şey konusunda net olun.

Anketinizin amacı konusunda dürüst olun. Tüm anket süreci boyunca dürüstlük, müşterilerinizin gerçek yanıtlar vermesini daha olası hale getirebilir.

Hataların maskesini kaldırın. Bir yanıtlayıcıdan sempati duymak, amacınızı onlarla paylaşmanızı gerektirir. İşletmeniz gelişmek istiyor, bu nedenle önce kuruluşunuzun geliştirmek istediği yeri ortaya çıkarın. Bu, yanıtlayanı yardım etmeye daha istekli hale getirebilir.

Gelecekteki iletişim hakkında konuşun. Gelecekte müşterilerinizle iletişim kurmaya devam edip edemeyeceğinizi ve nasıl devam edebileceğinizi sorun. Onlarla iletişimi nasıl sürdürmeyi planladığınızı konusunda dürüst olarak etik bütünlüğü koruyun.