

4. Καλύτερος Συνδυασμός Διαύλων εξυπηρέτησης πελάτη (Best omni-channel customer experience)

Περιγραφή Βραβείου

Βραβεύονται συγκεκριμένα συστήματα που περιλαμβάνουν τη χρήση πολλαπλών καναλιών επικοινωνίας/ διαύλων για την Εξυπηρέτηση Πελατών με σκοπό την παροχή εναλλακτικών για την ικανοποίηση των αναγκών και προτιμήσεων επικοινωνίας των πελατών και την παροχή μιας ενιαίας και αδιάλειπτης (seamless) εμπειρίας για τον πελάτη.

Αντικείμενο βράβευσης: Σύστημα

Συστήματα που συνίστανται στο συνδυασμό περισσότερων από ένα καναλιών εξυπηρέτησης πελατών (π.χ. ενότητα/ integration προσωπικής εξυπηρέτησης στο κατάστημα, Συχνών Ερωτήσεων FAQs σε ιστότοπο και live chat ή αλληλεπίδραση με πελάτες μέσω social media).

ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΑΣ

Το κείμενο αυτό δε βαθμολογείται και μπορεί να δημοσιευτεί.

Παρακαλώ παραθέστε μία σύντομη περίληψη της υποψηφιότητας, ακολουθώντας την ενδεικτική δομή που περιγράφεται στα επόμενα.

Σκοπός

Ποια ήταν η αιτία για το σχεδιασμό και την υλοποίηση της δράσης ή του προγράμματος;

Περιγραφή

Ποιοί ήταν οι στόχοι και πώς επιτεύχθηκαν;

Συνεισφορά

Ποια ήταν τα άμεσα αποτελέσματα από την υλοποίηση της δράσης ή του προγράμματος;

Ποια ήταν η συνεισφορά της δράσης ή του προγράμματος:

- στη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών ή/και της εμπειρίας του πελάτη;
- στην κερδοφορία του οργανισμού;
- στην αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα του οργανισμού;
- στην αιεφόρο ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα του οργανισμού;
- στην κοινωνία συνολικά;

Αξία

Γιατί πρέπει να βραβευτεί αυτή η συγκεκριμένη υποψηφιότητα;

(Σύνολο περιγραφής: έως 350 λέξεις)

ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΑΣ

Παρακαλώ τεκμηριώστε αναλυτικά την υποψηφιότητα, ακολουθώντας τη δομή που περιγράφεται παρακάτω.

2α: Παρουσίαση

(Α) Στόχοι (έως 400 λέξεις)

Αποτύπωση και περιγραφή των στόχων αναφορικά με:

- (α) την ικανοποίηση αναγκών/ προτιμήσεων επικοινωνίας πελατών (σκοπιμότητα ύπαρξης της κάθε εναλλακτικής/ καναλιού, ύπαρξη διαφορετικών κατηγοριών/ τμημάτων πελατών που εξυπηρετούνται μέσω του κάθε καναλιού),
- (β) την παροχή ενιαίας και αδιάλειπτης εμπειρίας στον πελάτη (συνεπής αντιλαμβανόμενη εικόνα οργανισμού και επίπτωση στη φήμη του).

(Β) Διαδικασία (έως 400 λέξεις)

Αποτύπωση και περιγραφή:

- (α) της μεθόδου ανάπτυξης νέων εναλλακτικών και ολοκλήρωσης των υπαρχόντων και
- (β) της σύνδεσης με τους στόχους.

(Γ) Αποτελέσματα (έως 400 λέξεις)

Αποτύπωση και περιγραφή:

- (α) του βαθμού χρήσης των νέων καναλιών επικοινωνίας και αντιλαμβανόμενη ικανοποίηση / feedback πελατών και
- (β) της συμβολής της δράσης / προγράμματος στην ενιαία και αδιάλειπτη εμπειρία του πελάτη.

2β: Αποτίμηση

(Δ) Υπηρεσία (έως 300 λέξεις)

- Ποια ήταν η συνεισφορά του συστήματος στη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών ή/και της εμπειρίας του πελάτη;

(Ε) Ωφέλεια – Λειτουργία (έως 400 λέξεις)

- Ποια ήταν η συνεισφορά του συστήματος στην ωφέλεια του οργανισμού (π.χ. συνεισφορά στην κερδοφορία, τα οικονομικά μεγέθη, ή άλλους στρατηγικούς στόχους, βελτίωση της αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας του Οργανισμού);

(ΣΤ) Ανάπτυξη (έως 300 λέξεις)

- Ποια ήταν η συνεισφορά του συστήματος στην αιεφόρο ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα του οργανισμού;

(Ζ) Κοινωνία (έως 300 λέξεις)

- Ποια ήταν η συνεισφορά του συστήματος στην κοινωνία συνολικά;