

Med god kundvård kan ditt företag komma ur Coronakrisen med ett försprång mot dina konkurrenter

För många företag har 2020 och början på 2021 varit tuff och det är svårt att veta hur man i en kris ska ta hand om sina kunder och samtidigt stärka sitt varumärke.

PFM Research i Sverige AB menar att detta är möjligt om man har rätt information. Det går att ändra sin kommunikationsstrategi och bygga sitt varumärke även i kristider.

I en kris uppskattar många människor omsorg och att någon lyssnar på vad man har att säga. Ta därför chansen att höra med dina kunder och ta reda på vad de tycker om ditt företag och det ni har att erbjuda.

Genom en väl genomförd kundundersökning stärker du inte bara relationen med dina kunder, den ger dig även insikt om hur du ska utveckla produkter och tjänster för att öka kundupplevelsen. Den ger dig också kunskap om hur du ska förbättra och vässa din marknadskommunikation så att du inte bara överlever Coronakrisen, utan också kommer stärkt ur den med ett försprång mot dina konkurrenter.

Mitt under pågående pandemi valde IT-företaget DH Solutions att lyssna på sina kunder genom att låta PFM Research i Sverige AB genomföra en kundundersökning.

För oss är det alltid viktigt att lyssna på våra kunder, och allra helst nu när många arbetar under helt nya förutsättningar, säger Helena Eriksson VD på DH Solutions.

Under våren 2020 blev det en snabb omställning från fysiska till digitala möten, och många började att arbeta hemifrån, även viljan att se över och digitalisera sina processer ökade och blev ett "måste" något som ställde högre krav på oss som IT-leverantör.

Vidare säger Helena Eriksson att tack vare en väl genomförd kundundersökning fångade vi upp kundernas behov, önskemål och synpunkter. En värdefull insikt som inte bara stärker vårt band till våra kunder. Det ger oss även möjlighet att utveckla vår verksamhet och bli en ännu bättre leverantör.

PFM Research i Sverige AB har kapacitet, verktyg och metoder att genomföra kundundersökningar av högsta kvalitet. Vi mäter kundnöjdheten både via **NKI** (Nöjd Kund Index) och **NPS** (Net Promoter Score). Inom våra kundundersökningar erbjuder vi både **kvantitativa** och **kvalitativa** insamlingsmetoder.

Vill du veta mer om kundundersökningar och hur vi kan hjälpa dig?

Kontakta Fredrik Jönsson, 070-527 91 73 alternativt fredrik@pfmresearch.se