

A horizontal dotted green line that turns 90 degrees downwards at its right end.

BLI NR. 1 | KUNDSERVICE

A vertical dotted green line that ends in a small open circle.

Handelsbanken



FÖRÄNDRAR VÄRLDEN MED INSIKTER OCH FEEDBACK – EN LITEN BIT I TAGET

Questback grundades i Norge 2000 och har sedan dess vuxit kontinuerligt. I dag finns lokala kontor även i Sverige, Finland, Danmark, Tyskland, Storbritannien och USA. Tack vare den lokala närvaron har företaget lyckats ta platsen i kundernas medvetande som det självklara SaaS-företaget inom feedback management.



BEHOVET AV ETT MER DIREKT SÄTT ATT TA IN KUNDERNAS ÅSIKTER

01

Handelsbanken är en kundfokuserad bank som bygger på goda kontakter och extremt bra rådgivningstjänster. Vad kunderna tycker tas på stort allvar och Pirjetta, som är Kommunikationschef i Finland, ville ha ett mer direkt verktyg för att ta in kundernas åsikter.

Tidigare har man utgått från en årlig undersökning som outsourcats till en extern part, och den har visat på en god kundtillfredsställelse, men vad som saknades i feedbacken från kunderna var en mer djupgående och direkt information från kunderna.

RIKTIG FEEDBACK TILL CHEFERNA



Vi ville ha feedback i realtid från våra kunder. Vilka är deras erfarenheter av att träffa våra banktjänstemän?” säger Pirjetta. ”Utöver det ville vi också ha ett verktyg för våra chefer och medarbetare för att kunna se hur varje individ presterar. Vi vill ge cheferna tillgång till riktig feedback från kunderna så att de kan göra förbättringar vid behov.”

02

EXPERTHJÄLP FRÅN QUESTBACK

03

Handelsbanken valde Questback som partner för att lösa det här behovet och implementeringsprocessen av det nya verktyget för kundfeedback gick väldigt lätt. Mycket tack vare bra stöd från Questbacks experter gällande hur man utformar och använder frågeformulären och användarpanelen. Även den löpande support man får på daglig basis från Questback får hela processen med att använda verktyget att löpa så smidigt som möjligt. Den workshop Questback höll i samband med implementeringen var också mycket uppskattad och gav en bra start.

Efter implementeringen kunde Handelsbanken börja arbeta med sin kundåterkoppling på ett helt nytt sätt. Primär feedback från kunden går direkt till den som är ansvarig för kunden. Istället för en årlig återkoppling går det nu att titta på resultaten med jämna mellanrum och varje individ har möjlighet att förbättra sina prestationer om så behövs.

På bolagsnivå har Handelsbanken nu en övergripande översikt över hur säljstyrkan presterar och vad kunder tycker. Överlag har man fått en bättre känsla för vad kunderna upplever i sin kontakt med banken.





04

BLI NR. 1 I KUNDSERVICE

Handelsbanken har som mål att bli nummer 1 i kundservice, med en mycket hög kundtillfredsställelse. Kunderna ska komma till banken och känna sig uppskattade och förstådda samt få den service och det utbud som de förväntar sig. De ska känna att de får ut ett värde av ta sig tid att träffa banken.

Handelsbanken lägger stor vikt vid personlig utveckling. Medarbetarna på bankkontoren har stort ansvar och stora befogenheter att fatta beslut närmare kunden och att engagera sig lokalt på de vis de anser passa bäst. Tack vare Questback har man nu verktyget för att regelbundet se resultaten och få viktiga insikter om vad som händer ute på fältet, utan att behöva vänta ett år på vad den årliga undersökningen säger. Med regelbunden feedback och data kan kundrådgivarna löpande förbättra sina prestationer och hur de hjälper sina kunder för att kunna ge bästa möjliga personliga kundservice.

RESULTATET

05

Handelsbanken har nu använt verktyget i ett år och de individuella kundrådgivarna kan direkt se hur kunderna uppskattar den service som de får av rådgivarna. På bolagsnivå går det att kartlägga vilka områden som behöver förbättras och resultaten ger överlag värdefulla insikter.

Resultatet hittills är bra. Bankens kunder är mycket nöjda (mellan 89–90 procent). Man har fokuserat på att implementera verktyget i hela organisationen och på att komma in i det nya sättet att arbeta där man får feedback efter varje möte istället för årligen. Som ett nästa steg tänker man även börja använda verktyget mot företagskunderna.



Att mäta kundtillfredsställelse i realtid är ett bra sätt jämfört med hur vi gjorde tidigare, med undersökningar på årsbasis” säger Pirjetta. ”På hög nivå kan vi se trender och nere på filialnivå kan vi se och reagera på problem omedelbart. Återkoppling i realtid är väldigt viktigt.”



OM HANDELSBANKEN

Handelsbanken grundades 1871 och är i dag en av världens starkaste banker. Banken har mer än 12 000 anställda och hemmamarknaderna är Danmark, Finland, Nederländerna, Norge, Storbritannien och Sverige.

Handelsbankens idé om hur en bank ska drivas bygger på tilltro och respekt, för kunder och för medarbetare. Målet är att bygga livslånga relationer med kunderna och att växa genom deras rekommendationer.

