



Customer Effort Score -CES

CES (Customer effort score) on ostamisen sekä asiointin helppouden ja vaivattomuuden mittari. Se kertoo miten helpoksi asiakas koki tuotteen/palvelun saamisen.

Palvelun laadun mittari

- Kuinka helppoa oli saada toivomaasi palvelua
- Kuinka helppoa oli ostaa haluamasi tuote/palvelu

Mittarilla haetaan palveluketjussa niitä kohtia, joissa asiakas joutuu näkemään liikaa vaivaa saadakseen asian hoidetuksi. Käytettävät kyselykanavat; sähköposti, www, tekstiviesti. CES sisältää tyypillisesti 1-3 lyhyttä kysymystä

CES käyttökohteita

- Välittömästi, kun asiakas on tehnyt oston tai aloittaa koekäytön
- Välittömästi, kun asiakas on ollut yhteydessä asiakaspalveluun tai tukeen
- Milloin tahansa, kun halutaan tietää palvelu- ja toimitusketjussa asiakkaan saama kokemus

CES kyselyssä käytetään asteikkoa 1-5

- 5 = Erittäin helppoa
- 4 = Helppoa
- 3 = Neutraali
- 2 = Vaikeaa
- 1 = Erittäin vaikeaa

CES tulokset viittaavat vahvasti myös siihen, mikä tulee olemaan asiakkaan ostopäätös tulevaisuudessa. Vahva CES menestyminen vahvistaa myös NPS (Net Promoter Score) sijoitusta.

CES keskiarvopisteen laskentakaava: kaikki pisteet / vastausten lukumäärällä.

Pisteytys voidaan myös laskea: $(4+5 - 2+1) / \text{vastaajien lukumäärä} \times 100$

Hinnoittelu

- Perustamiskustannus (sisältää kyselykampanjan suunnittelun ja toteutuksen)
- Lähetetyt kyselyt eur/kpl
- Raportointiportaalin käyttö eur/kk

Toteuma analyysi sisältää numeraalisen, graafisen sekä sanallisen tulosselvityksen. Puhelukontakteissa puhelut nauhoitetaan haluttaessa ja toimitetaan loppuasiakkaan käyttöön.

Mikäli palvelun mittareissa ei tule muutosta, eikä asiakaspalvelun sisältö ole muuttunut, ei säännöllisesti tehdyistä kyselyistä peritä uutta perustamiskustannusta.

