

## Případová studie

# Customer Voice se v Seyforu stal motorem marketingového výzkumu

Za poslední roky Seyfor radikálně vyrostl a s tím se ruce zvýšila také očekávání od marketingového týmu. Na začátku stál CMO Seyforu Daniel Šturm před klasickou výzvou – jak rychle růst, a i tak neztratit blízký kontakt se zákazníkem. Odpověď po testování několika strategií našel právě v Customer Voice, nástroji, který automatizuje sbírání zpětné vazby od zákazníka a přinesl do firmy jen za minulý rok také **24 leadů** a **response rate** zpětné vazby skvělých **52 procent**.

## Jasná mise, i přes rostoucí počty zákazníků jim být nablízku ještě více než dříve

V jistém bodě růstu bylo jasné, že Seyfor potřebuje zvýšit fokus na marketingový průzkum. Přibývalo produktů, zákazníků a bylo nutné udržet si stejně intenzivní kontakt se zákazníkem jako dříve, ne-li i intenzivnější.

## Response rate zpětné vazby se zvýšil z 25 na 52 procent během jednoho roku od startu používání Customer Voice

## 24 leadů

CustoVoice přinesl do firmy jen za minulý rok 24 leadů.

## 52 %

Response rate zpětné vazby se zvýšil z 25 na 52 procent během jednoho roku.

## 5 minut

5 minut je čas, za který jsme schopni vytvořit nový dotazník dle firemního grafického manuálu.

Alexandra Mlyneková, specialistka marketingového výzkumu vyzkoušela několik nástrojů:

„Většina firem ze světa Microsoftu začíná s Microsoft Forms. Máte-li ale za cíl sbírat dotazníková data do CRM a mít je automaticky propojovaná se svými databázemi, zjistíte, že upgrade v podobě Customer Voice je to pravá volba,”



Alexandra Mlyneková

Specialistka marketingového výzkumu

## Nástroj, ve kterém všechno jde

Díky propojení dotazníkových dat se CRM se tvoří cenná základna pro automatizaci ještě customizovanější zákaznické cesty

Customer Voice je nástroj, který umožňuje velmi jednoduše vytvářet formuláře a sbírat data, sám generuje přehledné dashboardy a propojuje data s databází Dynamics 365.

Řešení je i graficky velmi flexibilní. Zákazník tak obdrží formulář, který v řádu několika minut upravíte do designu i formátu jemu přímo na míru. To je dle Alexandry klíč k tomu, aby zákazník byl ochoten formulář vůbec vyplnit:

„Vizuální stránka formuláře hraje opravdu velkou roli v tom, kolik se poté vrátí odpovědí. Když je formulář přehledný a vizuálně příjemný, zákazníka neobtěžuje strávit chvíli nad jeho vyplněním,“ sdílí zkušenosti Alexandra.

## Dashboards bez práce

Sbírat data je jedna věc, ale umět v nich rychle číst a **vyhodnocovat je v rámci sekund** je věc druhá. Další argument, proč se Seyfor rozhodl pro Customer Voice je automatizované generování **špičkových dashboardů**. Výsledky sběru dat, tak máte jako na dlani a není nic

jednoduššího, než je ihned použít ke strategickému plánování.

„Hned po ukončení sběru dat mohu bez práce prezentovat výsledky a posouvat je dál do firmy. Sběr dat samozřejmě nepomáhá jen marketingovému týmu, ale i celé firmě. Díky automatizovaným dashboardům předáváme data a zpětnou vazbu napříč odděleními a pro všechny jsou výsledky zcela srozumitelné,“ chválí Alexandra.



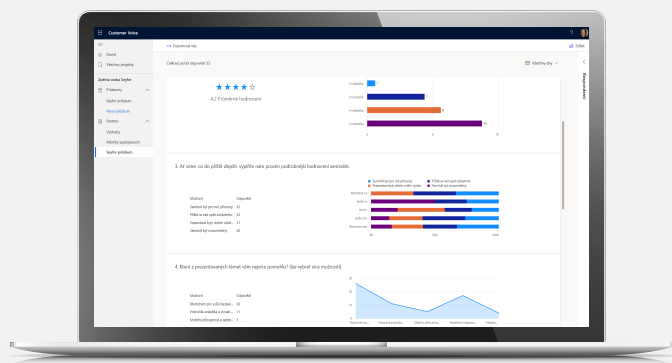
Alexandra Mlyneková

Specialistka marketingového výzkumu



## Informace o řešení

**Dynamics 365 Customer Voice** je nástroj navržený ke sběru, analýze a rychlé reakci na zpětnou vazbu zákazníků v reálném čase. S jednoduchým uživatelským rozhraním vám umožňuje vytvářet špičkové a vizuálně atraktivní dotazníky během několika minut. Po získání zpětné vazby automaticky generuje přehledné dashboards, které vám pomáhají lépe porozumět datům.



## Chcete podobné řešení?

Zuzana Bedřichová

Specialistka na Dynamics 365 Customer Voice  
zuzana.bedrichova@seyfor.com

# Seyfor

Naše softwarová řešení  
naslouchají vašim problémům  
a skutečně je řeší

Just sey it!