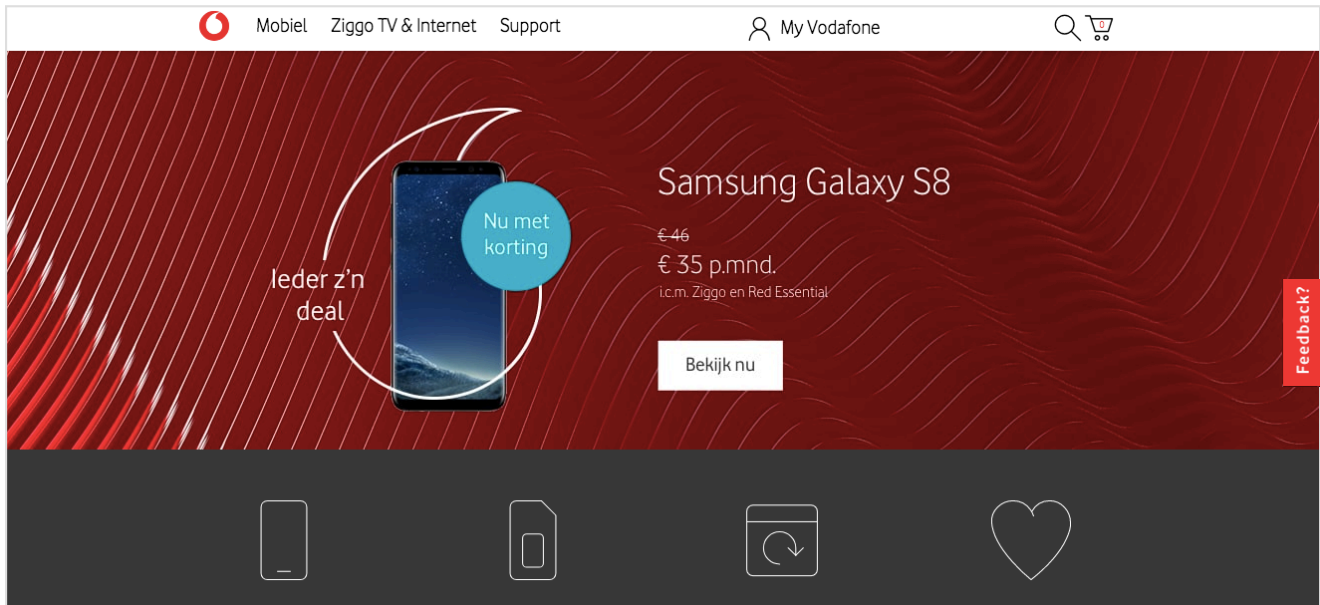


Usabilla half Vodafone dabei, ihren NPS in unter einem Jahr signifikant zu steigern



Das Projekt

Hauptziel von Vodafone ist es, eine gute User Experience zu bieten und die Kundenzufriedenheit durch kontinuierliche Optimierung hoch zu halten. Das Unternehmen führt ständig Änderungen durch, um seine Online-Präsenz zu verbessern.



Mit Usabilla können wir das Kundenerlebnis auf unserer Website kontinuierlich überwachen und verbessern. Wir sind in der Lage, Probleme schnell und einfach zu identifizieren und Prioritäten zu setzen.



PIETER HONIG
DIGITAL BUSINESS ANALYST, VODAFONE

Die Herausforderung

Vodafone suchte nach einer Lösung, die:

- Umfragen schnell und einfach implementiert, um Änderungen an bestimmten URLs zu überwachen
- Kundenzufriedenheit und Frustrationen misst
- Bugs und Fehler rechtzeitig erkennt

Die Lösung

Vodafone wählte Usabilla wegen:

- Der Flexibilität des Tools: Sie können eine Umfrage in nur wenigen Minuten einrichten und aktivieren
- Der JIRA-Integration: Bug-Management wird mühelos
- Der Screenshot-Funktionalität: Visueller Kontext macht die Fehlerbehandlung effizienter

Die Ergebnisse

Nachdem Vodafone über 19.554 Feedback-Artikel erhalten hatte, waren sie in der Lage:



Erhebliche Verbesserung ihrer digitalen NPS

Durch die genaue Überwachung von den Auswirkungen der Änderungen mit Usabilla und die Behebung von Bugs oder Fehlern, konnte Vodafone die Kundenzufriedenheit und somit den Gesamt-NPS steigern.



Verkürzung ihrer Korrekturrunden

Vodafone nutzt Usabilla, um die Probleme ihrer Kunden auf bestimmten Seiten besser zu verstehen, schneller zu adressieren und zu beheben.



Schnell über 245 Bugs erkennen und verwalten

Usabilla unterstützte Vodafone über 245 Bugs zu finden, die von Nutzern während eines Jahres markiert wurden. Diese Fehler wurden direkt zu JIRA (Vodafone's Software zur Problemlösung und Projektverfolgung) geschickt und daraufhin schnell, sowie effizient berichtigt.



Verringerung der Anrufe beim Kundensupport

Durch die Identifizierung von Frustrationsquellen und Reibungspunkten der Nutzer, verbessert Vodafone kontinuierlich den Inhalt und die Funktionalität ihrer Website, was zu einer angenehmen Customer Journey führte. Dies resultierte in weniger Kundensupportanrufen, da Nutzer die gesuchten Informationen leichter finden konnten.



Validiere interne Vermutungen

Bevor Änderungen basierend auf internen Vermutungen eingeführt werden, validiert Vodafone diese, indem sie proaktiv ihre User fragt. Diese Erkenntnisse treiben das Updaten der Website datengesteuert und kundenorientiert voran.



Erstellung von stärkeren Kundenbeziehungen

Durch Usabilla, versteht Vodafone nun, was ihre Kunden wollen und wo sie Probleme haben. Mit diesem offenen Feedback-Kanal können sie den Besuchern ihrer Website in größerem Umfang zuhören und das Kundenerlebnis ständig verbessern.