



Hoe Peapack-Gladstone Bank de Net Promoter Score® naar 62% boven het branchegemiddelde liet stijgen met GetFeedback



DE UITDAGING

Systematisch meten van het sentiment van klanten in een snel veranderende serviceomgeving

Met bijna een eeuw ervaring wist Peapack-Gladstone Bank dat de klantervaring de sleutel tot succes was. De bank beheert bijna \$4 miljard in activa en levert services die variëren van zakelijke leningen tot particulier vermogensbeheer. Nu interacties met klanten steeds vaker online plaatsvinden, hadden bankiers een betere manier nodig voor het contact met klanten, om de relaties met klanten in de gaten te houden.

Larry Levine, Director of Client Experience bij de Peapack-Gladstone Bank, zag in dat de beste manier om de ervaring van de klant te begrijpen was door rechtstreeks met klanten te communiceren. "We wilden feedback verzamelen, bekijken, analyseren en programma's bedenken op basis van wat klanten ons vertellen," voegde hij toe.

De bank had al gekozen voor Salesforce als oplossing voor klantrelatiebeheer (CRM) en had een manier nodig om de klanttevredenheid systematisch te meten binnen de context van de historie van iedere klant. Stakeholders met rechtstreekse klantcontacten moesten eenvoudig toegang kunnen krijgen binnen Salesforce om het contact te verbeteren.



"We wilden rechtstreeks met onze klanten communiceren. We wilden feedback verzamelen, bekijken, analyseren en programma's bedenken op basis van wat onze klanten ons vertellen."

Larry Levine, Director of Client Experience, Peapack-Gladstone Bank

+52

Net Promoter Score®
(NPS®) bereikte

+10%

een stijging in NPS in
slechts 12 maanden

62%

NPS die 62% boven het
branchegemiddelde
ligt

Om dit te kunnen realiseren kozen Levine en Scott Searle, de Salesforce-beheerder van de bank, voor GetFeedback als hun oplossing om de klantervaring van de bank te optimaliseren.

DE OPLOSSING

Dankzij de Salesforce-integratie van Feedback kunnen bankiers klantproblemen snel identificeren en oplossen

Het feit dat GetFeedback speciaal ontworpen is voor Salesforce was een belangrijk argument voor Searle, die al 20 jaar bij de bank werkt. Hij creëerde snel de eerste NPS-enquête van de bank en zorgde zo voor een nieuwe manier om de klanttevredenheid op de lange termijn te meten. Bovendien ontwikkelde de Peapack-Gladstone Bank workflows voor het identificeren van klantcases die onmiddellijke aandacht vereisen. Als een klant reageert met een score lager dan 6, op een NPS-enquête in GetFeedback, wordt er automatisch een case geopend in Salesforce. Er wordt een melding verzonden naar een specifieke bankier die vervolgens contact opneemt met de klant om eventuele problemen op te lossen.

Maar het team hoeft niet te wachten op een lage score om actie te ondernemen. Alle bankiers hebben toegang tot de scores van hun klanten in Salesforce en kunnen rechtstreeks contact opnemen met iemand die niet tevreden is. Peapack-Gladstone Bank gebruikt GetFeedback ook bij de start van klantrelaties. Klanten ontvangen geautomatiseerde onboarding-enquêtes om te delen hoe hun eerste ervaring met de bank verliep. Zo zorgen ze ervoor dat iedere nieuwe relatie begint met een sterke basis.



Organisatie:

Peapack-Gladstone Bank

Strategische doelen:

- De klanttevredenheid van onlinebankieren meten
- De Net Promoter Score (NPS) van de bank verhogen
- Bankiers klantenfeedback laten gebruiken om de klantrelatie te verbeteren

Oplossing:

GetFeedback

Succesfactoren:

- Aangepaste workflows en case-automatisering
- NPS 62% boven het branchegemiddelde
- 10% stijging in NPS in 12 maanden

NPS, Net Promoter & Net Promoter Score zijn geregistreerde handelsmerken van Satmetrix Systems, Inc., Bain & Company en Fred Reichheld.

DE RESULTATEN

De doelen voor klanttevredenheid overtreffen in slechts 12 maanden en een norm stellen voor de branche

De eerste enquête van Searle zorgde voor goed nieuws. De initiële NPS van de bank overschreed ruimschoots de scores van de concurrentie. Levine was echter van mening dat het nieuwe proces de klantervaring nog verder kon verbeteren. Hij stelde het ambitieuze doel om de score van de bank te verhogen met nog eens 10%. Met behulp van de inzichten van GetFeedback en het automatische casegeneratiesysteem konden de bankiers contact leggen met individuele klanten, problemen snel oplossen en blijvende relaties opbouwen.

Een jaar na het initiatief voor de nieuwe klantervaring behaalde Peapack-Gladstone Bank zijn doel. De NPS van de bank bereikte meer dan 52, wat ruim 62% boven het door de Temkin Research Group gerapporteerde branchegemiddelde van 32 is. Hiermee werd Levine's doel van een stijging van 10% behaald. De bank gebruikt nu trainingsprogramma's die gebaseerd zijn op de inzichten uit GetFeedback voor personeel dat met klanten omgaat. Zo leren werknemers over gedrag en activiteiten, waardoor de klanttevredenheid verbetert en de NPS wordt beïnvloed.

De feedback van klanten dient nu als een constante motivatie voor verbetering bij de Peapack-Gladstone Bank. Het volledige klantenfeedback-programma zorgt dat de totale klanttevredenheid groeit en opent de deur naar toekomstige, innovatieve initiatieven op het gebied van de klantervaring.

“Nu we onze klantenfeedback in Salesforce hebben, kunnen we sorteren op afdeling, filiaal of bedrijfs onderdeel en dagelijks actie ondernemen.”

Scott Searle, Salesforce-beheer, Peapack-Gladstone Bank