

Post-Purchase-Survey Systematik

Mögliche Tools:

<https://www.decify.ai/>

<https://knocommerce.com/>

<https://apps.shopify.com/fairing>

Grundlegende Fragen Systematik

Im Idealfall splitten wir zwischen New- und Returning Customer. Für beide Kundengruppen gibt es unterschiedliche Insights, die für uns super relevant sind. Die Daten, die wir hier sammeln nennen sich übrigens Zero-Party-Data (💰💰💰).

Für **Wachstum** interessieren uns besonders die Daten der Neukunden, weniger die der Bestandskunden.

Die erste Frage, die uns interessiert, ist:

“Wo hast du das erste Mal von uns erfahren?”

Damit finden wir heraus, ob z.B. die ersten Kontaktpunkte wirklich über Google zustande kommen (in % anteilig am Top Line Revenue) oder doch eher Meta / Stationärer Handel / Organic Socials etc. - Das ist KEY!

Auswahlmöglichkeiten (Multiple-Choice)

- Facebook
- Instagram
- Google
- Empfehlung
- Ladengeschäft
- TikTok
- YouTube
- Celebrity / Influencer (Name einfügen)
- Sonstige (Einfügen)

Für Returning Customer ist das weniger interessant. Hier wäre eher spannend:

“Was ist der Hauptgrund, warum du heute wieder zu uns zurückgekommen bist?”



Das ist super spannend, um perspektivisch die Customer Experience zwischen First- und Second Order zu optimieren und unsere Acquisition in general auf genau diese Menschen zu optimieren. Wie schon gesagt: Die höchsten Wiederkaufsraten beginnen bei der Akquisition der richtigen Neukunden.

Ansonsten arbeiten wir mit folgenden Folgefragen:

Wenn der Kunde sagt 'Instagram', können wir fragen:

“Wo auf Instagram?” mit den Optionen ***“Jemandem, dem ich folge”*** oder ***“Eine Werbeanzeige”***.

Damit können wir wirklich einem spezifischen Channel den Sale zuordnen - Amazing! :)

- *“Wie lange kennst du [Brand Name] schon?”*
- *“Warum hast du genau dein Produkt gekauft?”*
- *“Wie wirst du dein Produkt verwenden?”*
- *“Was hätte dich beinahe davon abgehalten heute bei uns zu kaufen?”*
- *Thank You! :-)*