

E136 – Marin Mrša – Što sve može biti dio CX-a? // Peekator



Author: Ivan Voras | 07.08.2019.

Epizode podcasta

biznis, customer experience, cx, e136, Marin Mrša, mystery shopping, Peekator, startup, turizam, usluga

00:00

00:00

Podcast: [Play in new window](#) | [Download](#)

Subscribe: [Apple Podcasts](#) | [Android](#) | [Google Podcasts](#) | [RSS](#)

Marin Mrša je stručnjak za Customer experience i osnivač firme **Peekator** koja se u tom kontekstu bavi istraživanjem CX-a na pomalo crowdsourceni način. Prije nego je prešao u poduzetničke vode radio je u korporaciji, no odlučio je da može više doprinijeti sebi i svijetu ako radi nešto svoje. Sa mindsetom koji ima veliku razinu upornosti, Marin ne posustaje, bilo da je riječ o konferencijama, predavanjima, konzultacijama, radu na svojoj firmi, te, možda najvažnije, svojoj kontinuiranoj edukaciji. Pri kraju razgovora smo se dotakli teme koja je važna za njega osobno – mucanje odnosno kako nije dopustio da to utječe na njega.

Što čini pravi Customer Experience (CX)?

Pravi Customer Experience je **benefit koji će kupac dobiti povrh onoga što je očekivao** da će biti. Stoga je više nego poželjno, voditi se izrekom “Always underpromise, always overdeliver.” Ako se rezultati Customer Experience-a pametno koriste, tada oni postaju alat kojim se slika brenda jača prema van (korisnicima), sa određenim pretpostavkama koje su kupcima unaprijed poznate. Dio aktivnosti, naravno, uvijek možemo ostaviti kao proces iznenađenja kako bi dodatno utjecali i ojačali CX. Jer ako kupac ispuni svoje očekivane pretpostavke, tada će on na to iskustvo zaboraviti. Stoga je važno da nakon određenog vremena za kupca imamo pripremljen faktor iznenađenja kojim utječemo na kvalitetu CX.

Što mogu tvrtke učiniti da bi utjecale na CX?

Vodeći se iskustvom koje je stekao kroz Peekator, a nadopunjujući osobnim dojmom i doživljajem Customer Experience-a, Marin savjetuje tvrtkama da teže **prepoznati, a zatim i stvoriti grupu korisnika koje su u kontaktu sa tvrtkom ostvarile senzacionalno iskustvo**. Takva grupa ljudi bit će promotor određene tvrtke kroz marketinške aktivnosti. Kroz taj pristup mogu se postići vrhunski rezultati za tvrtku i stvoriti vrlo dobar CX za korisnike.

Kvalitetan Customer Experience može se dobiti kroz analizu različitih elementa. Od komentara na TripAdvisoru i društvenim mrežama, preko ispitivanja mišljenja i anketa, sve do mystery shoppinga. Bit CX-a je da konstantno istražuje “vrhove”, to jest da **tvrtka za kupca kreira ekstremno pozitivna iskustva**. “Kada je riječ o CX-u, sve se vrti oko toga da iznenadimo kupce, da im priredimo nešto što oni još nisu očekivali od tvrtke ili brenda”, ističe Marin.

4 aktivatora koje tvrtke mogu koristiti u svojim procesima kako bi kupci doživjeli zadovoljavajući CX

1. Elevation – kupac na prodajnom mjestu doživljava nešto što nije standardno ili uobičajeno za svakodnevnicu
2. Insight – kupac sa proizvodom i/ili uslugom doživi određeno iskustvo koje je utjecalo na njegov život
3. Pride – kod kupca se aktivira osjećaj ponosa obzirom na proizvod/uslugu i njegova iskustva
4. Connection – kupac se u okviru proizvoda/usluge povezao sa drugim ljudima, korisnicima istog proizvoda/usluge (npr. Networking)

Tko je Marin Mrša zapravo i kako se nosi sa izazovima mucanja?

Čovjek koji je svoju životnu misiju rastavio na stvari koje radi svakodnevno. Vodi se vizijom da će ući u povijest tako da izgradi firme koje će donijeti napredak u ljudskoj povijesti. Izuzetno strukturiran i organiziran, svoj dan započinje meditacijom i afirmacijom. U uredu provodi čak 12 sati dnevno. Vrlo je usmjeren na ostvarivanje svojih ciljeva o čemu govori činjenica da je svakodnevne procese poput organizacije dana te uobičajenih aktivnosti sveo gotovo na razinu automatizacije. Marin ima posloženo doslovno sve – od odjeće koje nosi, hrane koju jede, pa do količine podcasta koje svakodnevno sluša i filmove koje gleda. Uz smijeh dodaje, “OCD je super ovisno o stvarima za koje ga koristiš – ciljevi, razvoj, upornost. Meni moj OCD pomaže. I takav sam od malih nogu.”

Ljudi koji, kao i Marin, imaju problem mucanja kroz život se nađu u situacijama kada mucanje postane dodatno izraženo. To im stvara određeni pritisak i navodi ih da od određenih iskustava odustanu zbog neugodnosti kojima bi mogli biti izloženi. Marin za Surove strasti priča svoje iskustvo o tome kako se nosi sa

mucanjem te se nada da će njegov pristup biti podrška onima koji imaju isti problem. **“Nikad nisam dopustio da me spriječi u ničemu i nikada neću dopustiti da me spriječi. Ja bi se radije ugušio ovdje u eteru od mucanja, nego da sam odbio doći.”**

- 00:00 – Kako treba doći gostovati u Surove Strasti
- 02:25 – Prvi koncept: Krenuli kao Uber za mystery shopping
- 04:30 – Mystery shopping ne može raditi bilo tko, mystery shoppere treba educirati
- 05:15 – Kafići i restorani daju prioritete puno većim problemima nego kvaliteti usluge
- 06:30 – Drugi koncept: Prodajmo mystery shopping konobarima u zamjenu za slobodan dan
- 08:50 – Treći koncept: Okretanje većim firmama i širenje usluge s mystery shoppinga na kompletan customer experience
- 10:30 – Peekator – feedback sa tri različita prikupljanja podataka o customer experienceu na jednom mjestu
- 11:45 – Poredba komentara na društvenim mrežama s ostalim načinima prikupljanja podataka
- 12:40 – Customer experience je percepcija kupca o nekom brendu **
- 13:45 – Kupac pamti dvije stvari nakon interakcije s klijentom
- 15:10 – Pravi CX je ono što kupac ne očekuje od vas
- 16:15 – Underpromise & overdelivery vs. delivery
- 18:15 – Je li CX individualna stvar?
- 19:05 – Aktivatori za poboljšanje CX-a
- 21:45 – Kako znamo što je kupcu bitno?
- 23:30 – Jednostavan primjer kako poboljšati CX
- 24:50 – Ako koristimo isti proizvod/uslugu sedam puta, počinje subjektivno gubiti na vrijednosti
- 26:00 – Radno mjesto “CX stručnjak”
- 29:20 – Gosti su svjesni da se ugostitelji boje komentara na Bookingu ili Trip Advisoru
- 33:10 – “...tamo gdje je stala moja štiiiiiklaaa” – kako poboljšati CX za djevojke sa štiklama?
- 36:30 – Budžet za customer experience
- 38:10 – Postoji li customer experience bez referentne točke?
- 40:00 – Apple nema bolji customer experience od Samsunga zato što ima bolji proizvod, nego zato što ima glasnije promotore
- 43:30 – Je li CX samo privilegija bogatih?
- 45:15 – Kakav je customer experience u McDonald’su?
- 47:25 – Online CX? Koliko se preklapa s UXom?
- 48:30 – Kompanije bi morale moći isporučiti ono što obećaju. Zvuči jednostavno ali nije toliko lako ostvariti.
- 52:05 – CX geste će biti obojane vašim postojećim osjećajima. Ako su kupci standardno nezadovoljni, i CX gesta će uzrokovati negativnu reakciju.
- 54:00 – Definirati nišu, odrediti tko su ti kupci i koncentrirati se na kupce i one koji bi mogli postati kupci. Ali – za velike korporacije niše nisu dovoljne.
- 57:00 – Elevation, insight, pride, connection
- 1:00:50 – Bi li customer experience trebao biti besplatan za konačnog klijenta?
- 1:05:30 – Što te motiviralo da kreneš u područje koje je dosta istraženo i postoji velika konkurencija?
- 1:08:00 – Mystery shopping se radi već 30 godina, ali se nikad nije spustio na nivo malih i srednjih poduzeća

- 1:10:40 – Odmakli smo od samog mystery shoppinga i proširili se na rad s klijentima u poboljšanju njihovog općenitog customer experiencea na temelju prikupljenih podataka
- 1:13:00 – I will build companies that will change world for the better
- 1:14:10 – Mjerim SVE što radim
- 1:15:30 – Kako izgleda tvoj radni dan?
- 1:18:50 – Zadnjih 12 godina pišem rezultate svih svojih treninga, zadnjih 5 godina pišem na što trošim novce – ja sam ponosan na svoj OCD i okrenuo sam ga da iz njega izvučem najviše!
- 1:21:20 – Bolje pet puta prosječno nego jednom kvalitetno
- 1:25:00 – Biznisi propadnu jer ljudi rade u njemu, a ne na njemu!
- 1:27:40 – Što bi napravio s pola milijuna eura?
- 1:29:15 – Je li Peekator samo trening?
- 1:30:00 – Mucanje – neću dozvoliti da me slučajno spriječi u bilo čemu!

Marin preporuča:

- YouTube kanal: [Patrick Bet-David](#)
- [Chip Heath – The Power of Moments – Why certain experiences have extraordinary impact](#)
- [Michael E. Gerber – The E-Myth Revised – Why most small businesses don't work and what to do about it](#)
- [Robert B. Cialdini – Influence: The Psychology of Persuasion](#)

PREPORUKE ZA LAKŠE I UGODNIJE SLUŠANJE PODCASTA



- [Tri načina kako slušati podcast](#)
- [Kako slušati podcast u autu koji nema Mp3 player](#)
- [Top lista najslušanijih epizoda](#)

*Epizoda podcasta snimljena je na [radiju 808](#).

Majstor zvuka: [Gordan Antić](#)

Suradnici na blogu: [Mario Mucalo](#) i [Jelena Kišiček](#)

[← Previous post](#)

[Next post →](#)
