

Kretsloppet av kundfeedback inom fintech

Så kan fintech-bolag använda kunddata för att optimera varumärke och produktutbud.

Fler och bättre kundinsikter

När konsumenter använder omdömen för att bilda sig en bättre uppfattning om finansbolag, ökar sannolikheten att de i sin tur kommer att lämna kundfeedback.

För företag innebär det här att en pålitlig omdömesplattform kan fungera som en värdefull källa för kundinsikter. Det ger företag möjlighet att se hur deras kundupplevelse faktiskt fungerar i praktiken, och inte bara i teorin. Företag kan på så sätt identifiera eventuella problem, vad kunderna är nöjda med eller vad de vill se mer av. Företag får också en viktig möjlighet att gå i dialog med kunder och bygga kundrelationer genom att svara på kundfeedback direkt.

Användargenererat innehåll ger också fördelar när det kommer till SEO och synlighet. Kundomdömen ger en högre viktning (6,47 %) i organiska lokala sökresultat.

Ett företag som besvarar minst 25 % av sina kundomdömen ökar i genomsnitt sina intäkter med 35 %.

Ett stort antal omdömen förbättrar inte bara synlighet och engagemang – det leder också till...



Smartare, aktiv tillväxt

Med hjälp av äkta kundfeedback kan fintech-bolag kontinuerligt förbättra sina produkter, tjänster och affärsstrategier. De kan på ett strömlinjeformat sätt ta reda på vad kunderna efterfrågar och värdesätter, för att utifrån detta förbättra kundupplevelsen.

Att ha tillgång till den typen av information kan ge stora konkurrensfördelar och verkligen löna sig i längden. Möjligheten att hålla koll på och anpassa kundupplevelsen blir en avgörande faktor.

Trustpilot-kunden LendingTree förbättrade sin intäkt per besökare med 2-4 % genom att använda en specifik omdömes-widgit för varje produkt på respektive webbsida.

Genom att kontinuerligt förbättra kundupplevelsen kan de samla in fler omdömen med höga betyg, vilket leder till...

Förenklade och tryggare beslut

Med tanke på hur många fintech-bolag det idag finns på marknaden, kan det vara svårt för potentiella kunder att bestämma sig.

Att fatta ett beslut kan förenklas med hjälp av verifierade omdömen. Genom att läsa om äkta upplevelser kan potentiella kunder få en tydligare bild av alternativen och fatta ett tryggt beslut. Det här är särskilt viktigt inom fintech där förtroende är avgörande – konsumenterna behöver helt enkelt kunna lita på att deras uppgifter och ekonomi är i trygga händer.

61 % av konsumenterna säger att ett högt Trustpilot-betyg får de att känna mer förtroende för ett varumärke.

Ju fler potentiella kunder som får förtroende för varumärket desto fler kundförvärv, vilket i sin tur leder till...