

HappyOrNot[®]

Expertos en crear clientes felices.

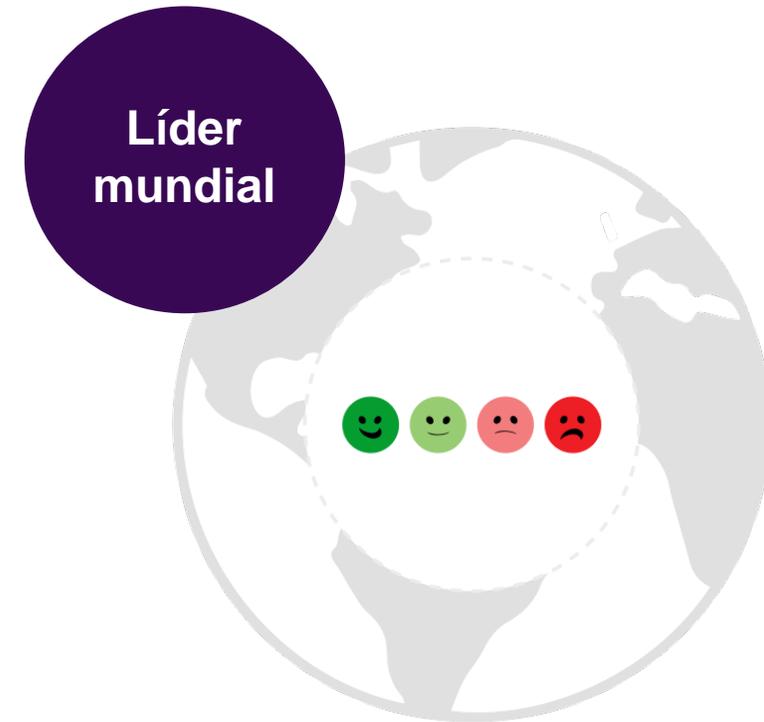
¿Quién es HappyOrNot?

1,000 millones
de respuestas
recibidas

10 años en
el mercado

120 países

4,000
Clientes



Benchmarks de más de 20 industrias diferentes

HappyOrNot

Northzone



Respaldo de
inversionistas
de clase
mundial

Líder
mundial

Empresas en
el portafolio



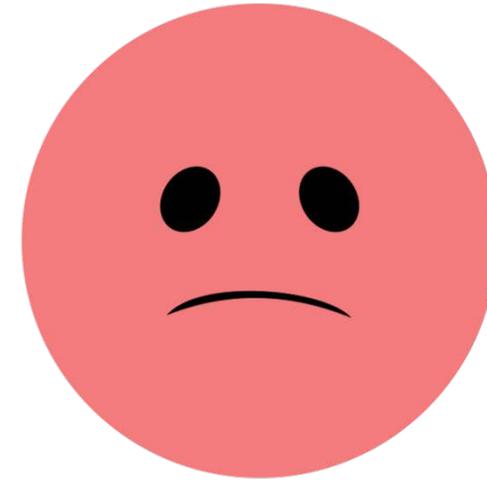
iZettle

Klarna



"Las terminales de HappyOrNot parecen simples, sin embargo, la información que entregan es reveladora" [The New Yorker](#)

¿Cuál es el costo de una mala experiencia para tus clientes?



33%

Consideran cambiar de marca con solo tener una mala experiencia de compra

89%

De los clientes iniciaron una relación comercial con otra marca luego de tener una mala experiencia de compra

15

Promedio de personas que se enteran de una mala experiencia de compra de un cliente

ROI de una buena experiencia

64%

Piensan que la experiencia de compra es más importante que el precio

3.5x

Más propenso(a) a realizar una compra adicional

Compañías con énfasis en la experiencia crecen

4.6x

más rápido que las empresas sin énfasis en la experiencia de compra

¿Cuál es el problema con las encuestas de satisfacción?

0.1 %

De los clientes que visitan un negocio llenan encuestas de satisfacción

Espejo Retrovisor

Para el momento en que se detecta abandono de la marca, ya han pasado 6-8 meses desde que se hizo la encuesta

76 %

De los programas de encuestas, no llevan a ningún tipo de acción correctiva

¿Cómo agregamos valor?



Descubre puntos
de dolor



Mejorar la
experiencia



Incrementar la
lealtad de marca



Mejora tu
reputación



Incrementa
tus ventas



MIDE

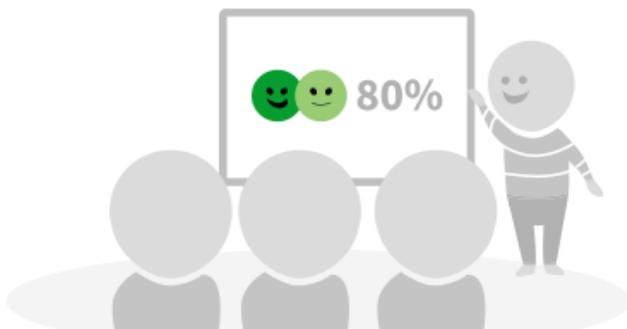
Con nuestras terminales

15-30 % Tasa de respuesta



MEJORA Tu negocio

Implementa cambios y motiva a tu personal con resultados tangibles



SIGUE

Tu rendimiento

Reportes en tiempo real con insights claros



Cientes alrededor del Mundo



Caso: Elkjop

Parte de Dixons Retail Group





- Empresa retail líder en Electrónicos en el norte de Europa
- 400 tiendas utilizan HappyOrNot desde el 2013
- Líder en experiencia: Tasa de crecimiento superior que todos sus competidores

Necesidades:

Entender la percepción de sus clientes acerca del servicio que reciben en sus tiendas

Meta:

Comparar experiencia en tienda con datos de personal disponible, tráfico en tienda y datos de venta.

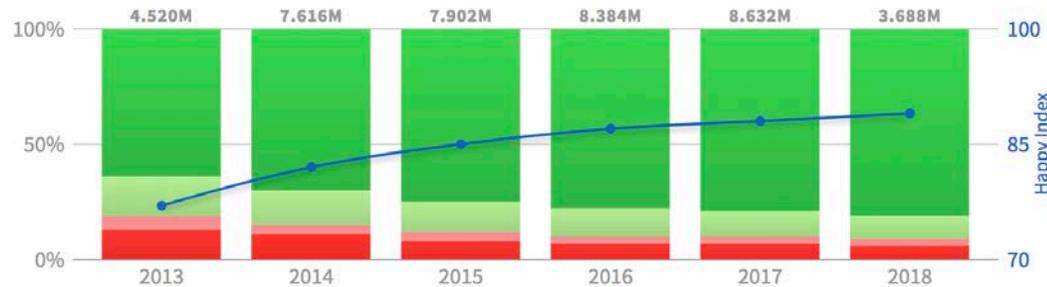


“Nuestra tasa de respuesta es del 20% diario”

Morten Schwarzmann, Gerente de productividad



Resultados:



+ 40 millones de respuestas recibidas
+ 52% menos clientes insatisfechos



”Revisamos los resultados de nuestras tiendas de forma diaria.

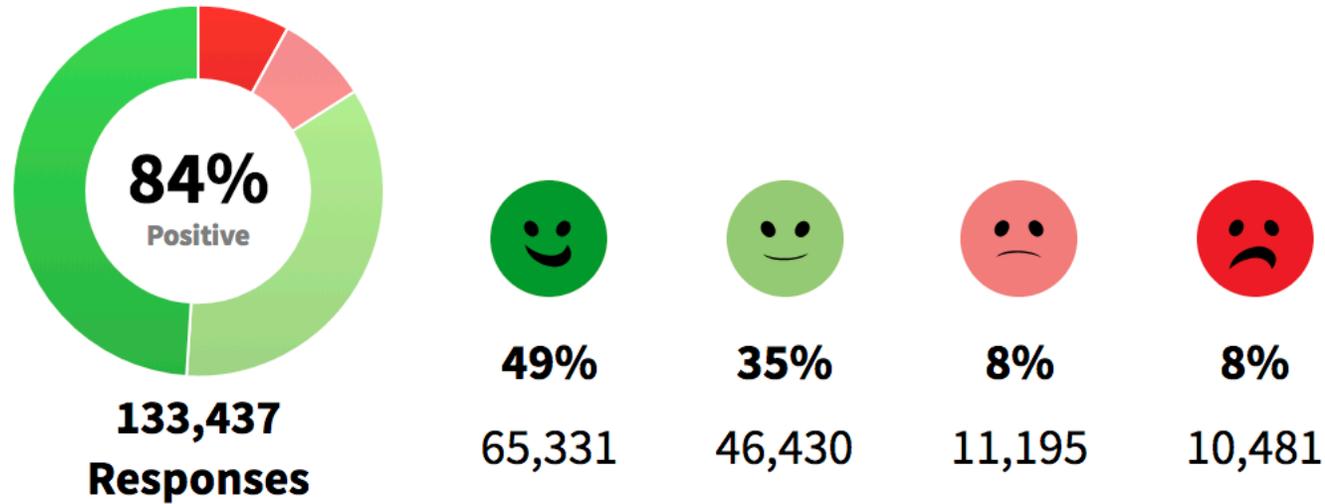
Cuando vemos variaciones en la satisfacción, podemos revisar cantidad de personal vs. tráfico en tienda y tomar medidas correctivas.”

Allen Mosegaard, Gerente de Tienda

Siguietes pasos...

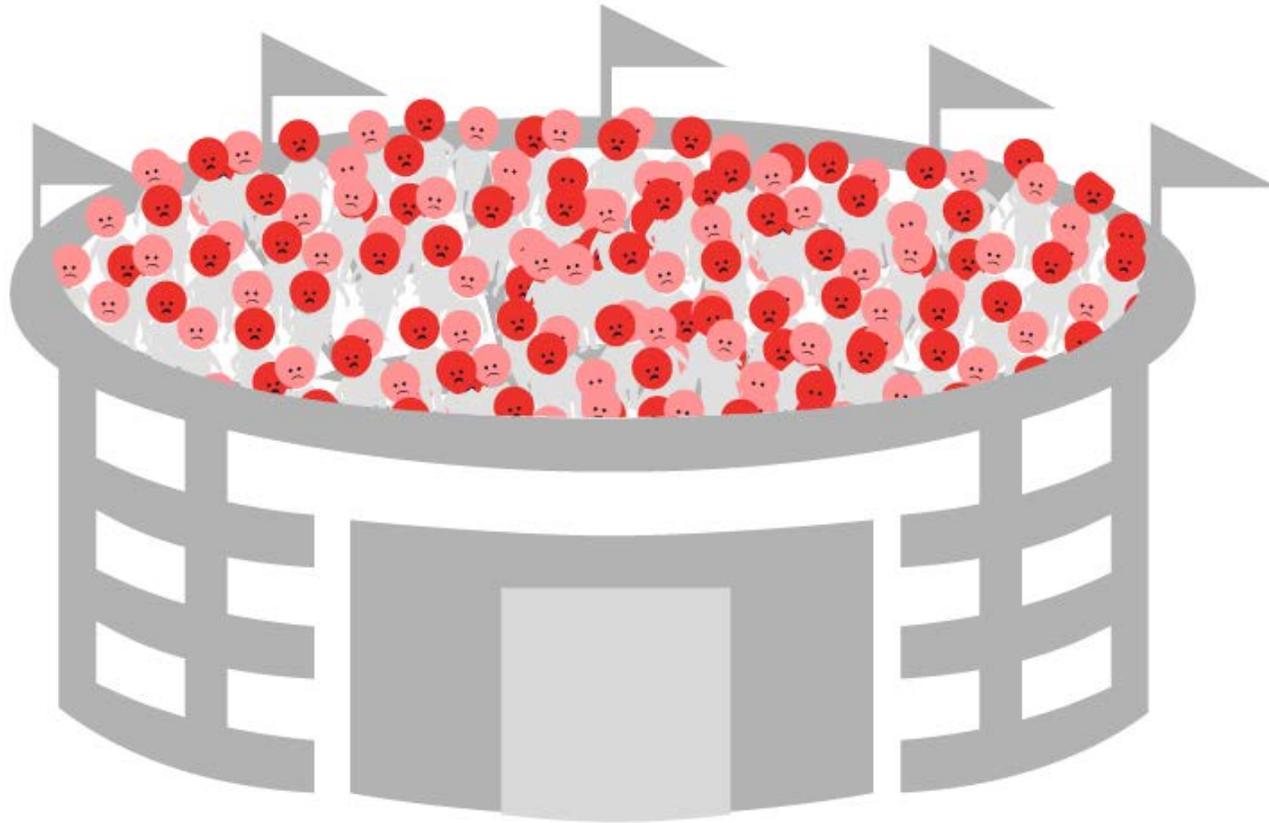
Una historia de restaurantes...

Uno de nuestros clientes



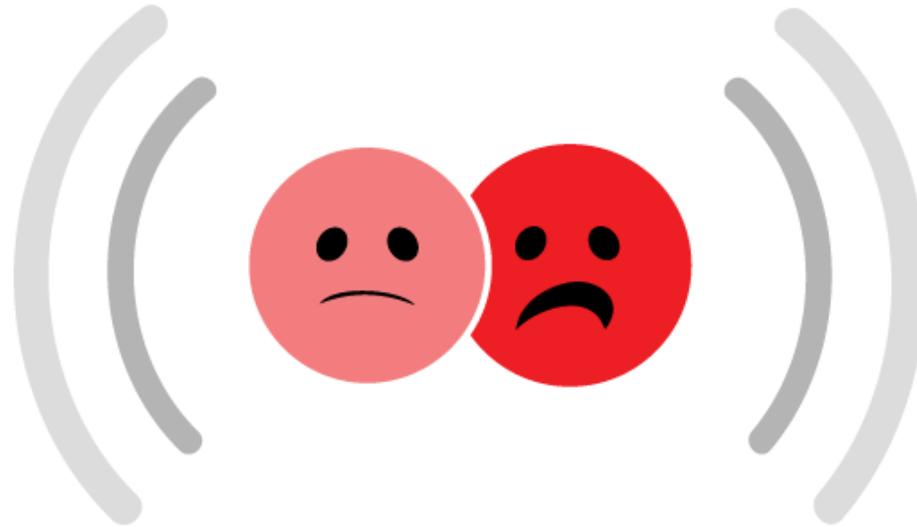
- Resultados de mayo 2017
- Cadena con 75 restaurantes

84% de los clientes están felices...Pero más de 21 mil clientes están insatisfechos mensualmente!!!!



**En un par de meses se
puede llenar un estadio
con esa cantidad de
clientes insatisfechos...**

Cientes insatisfechos no regresan



Si el ticket promedio es de \$20
Pérdida potencial es de 21 000 x \$20 = \$420,000 por mes

WL

**Organización en
Movimiento**

HAPPYORNOT[®]

www.happy-or-not.com