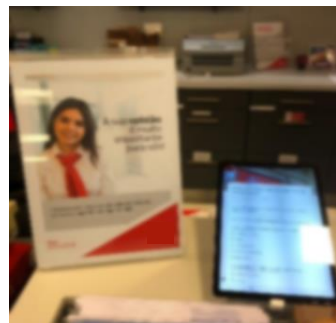


Creación de un Proceso de VOC y NPS

IMÁGENES ANTES



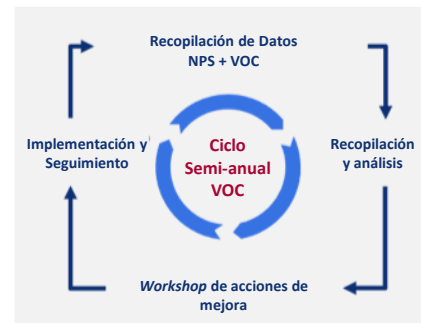
IMÁGENES DESPUÉS



Recopilación del NPS en la barra



Encuesta VOC hecha con 119 encuestados



Proceso cíclico para la implementación de mejoras

Problema

- Falta de **feedback** del cliente para alimentar las iniciativas de *marketing* y ventas
- Incapacidad de **evaluar** el éxito de los diferentes enfoques utilizados en cada tienda

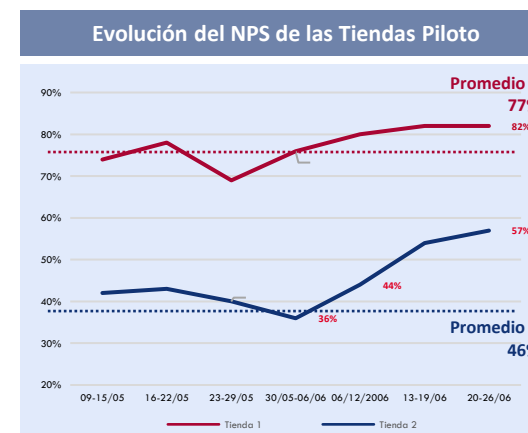
Causas Raíz

- Ausencia de un **proceso** robusto, estructurado y **regular de escuchar al cliente** (VOC)
- Ausencia de una **métrica** para la satisfacción del cliente según la **calidad del servicio**
- Realización de **encuestas externas ad-hoc** sin preguntas direccionadas a la mejora

Enfoque de la Solución

- Introducción de un **sistema de medición de Net Promoter Score (NPS)** en las tiendas e inclusión de este indicador en la rutina de Daily KAIZEN™ de los equipos
- Encuesta **Voz del Cliente (VOC)** diseñada y probada en un entorno real con 119 participantes
- Creación de un **proceso cíclico para las mejoras** a implementar como resultado del VOC

Beneficios



		Baseline	Valor Promedio	Valor Máximo	Δ Valor Promedio	Δ Valor Máximo
Tienda 1	NPS (Por periodo analizado)	74%	77%	82% (20-26/06)	+ 3 p.p.	+ 8 p.p.
	Ingresos (Por periodo analizado)	617 028 €	749 794 €	901 191 €	+ 21 %	+ 46 %
	Nº de clientes atendidos	1659	1571	1488	- 5 %	- 10 %
Tienda 2	NPS (Por periodo analizado)	42%	46%	57% (20-26/06)	+ 4 p.p.	+ 15 p.p.
	Retornos (Por periodo analizado)	213 726 €	253 814 €	410 018 € (20-26/06)	+ 19 %	+ 92 %
	Nº de clientes atendidos	1820	1236	1421	- 32 %	- 22 %