

CLARINS

¿Cómo utiliza Clarins el NPS para brindar una **experiencia de compra inolvidable** a sus clientes durante todo su recorrido?

CASO DE ÉXITO - CLARINS



Cliente

La empresa está **presente en más de 150 países** con las marcas Clarins y My Blend y es la número 1 en **cuidado de la piel de alta gama en Europa**.

El 90% de sus productos son de exportación y permanecen formulados y diseñados en sus Laboratorios Clarins en Francia. Con el talento de sus 8 500 empleados, Clarins persigue una visión a largo plazo, cuidando lo que le ha permitido alcanzar el éxito.

La idea es seguir **fomentando su relación con sus clientes, su capacidad de innovación permanente y sus compromisos** con la Belleza Responsable, alimentando su espíritu pionero pero siempre inspirado.

Clarins ha podido poner en marcha muchos proyectos de éxito. ¿Listo para descubrir cuáles?



INDUSTRIA
Retail



SKEEPERS CUSTOMER SINCE
2019



PÁGINA WEB
www.clarins.com



SKEEPERS PRODUCTS
Insight & Feedback Management

La relación con los clientes y la calidad del asesoramiento son clave en Clarins. Por lo tanto, la empresa quería **establecer un proceso para medir la experiencia del cliente** utilizando un indicador NPS global.

Desafíos y objetivos

Mejorar el **conocimiento del cliente** y las relaciones con el cliente gracias a la retroalimentación

- Corregir las disparidades existentes entre los recorridos en tienda y los recorridos en línea para **garantizar una experiencia del cliente de la misma calidad**.
- **Medir la satisfacción después de una compra** en línea o en tienda.
- **Realizar estudios de producto** para nuevos lanzamientos

Armonizar el proceso general de **recopilación de datos** en las regiones de EMEA y AMER

- Realizar **encuestas internas** a los empleados.
- Implementar campañas a nivel local para poder **comparar resultados entre países y entre regiones**.
- Utilizar los datos recopilados con los cuestionarios para **mejorar el trabajo realizado internamente**.

Solución

Mide la satisfacción después de una compra en línea o en tienda

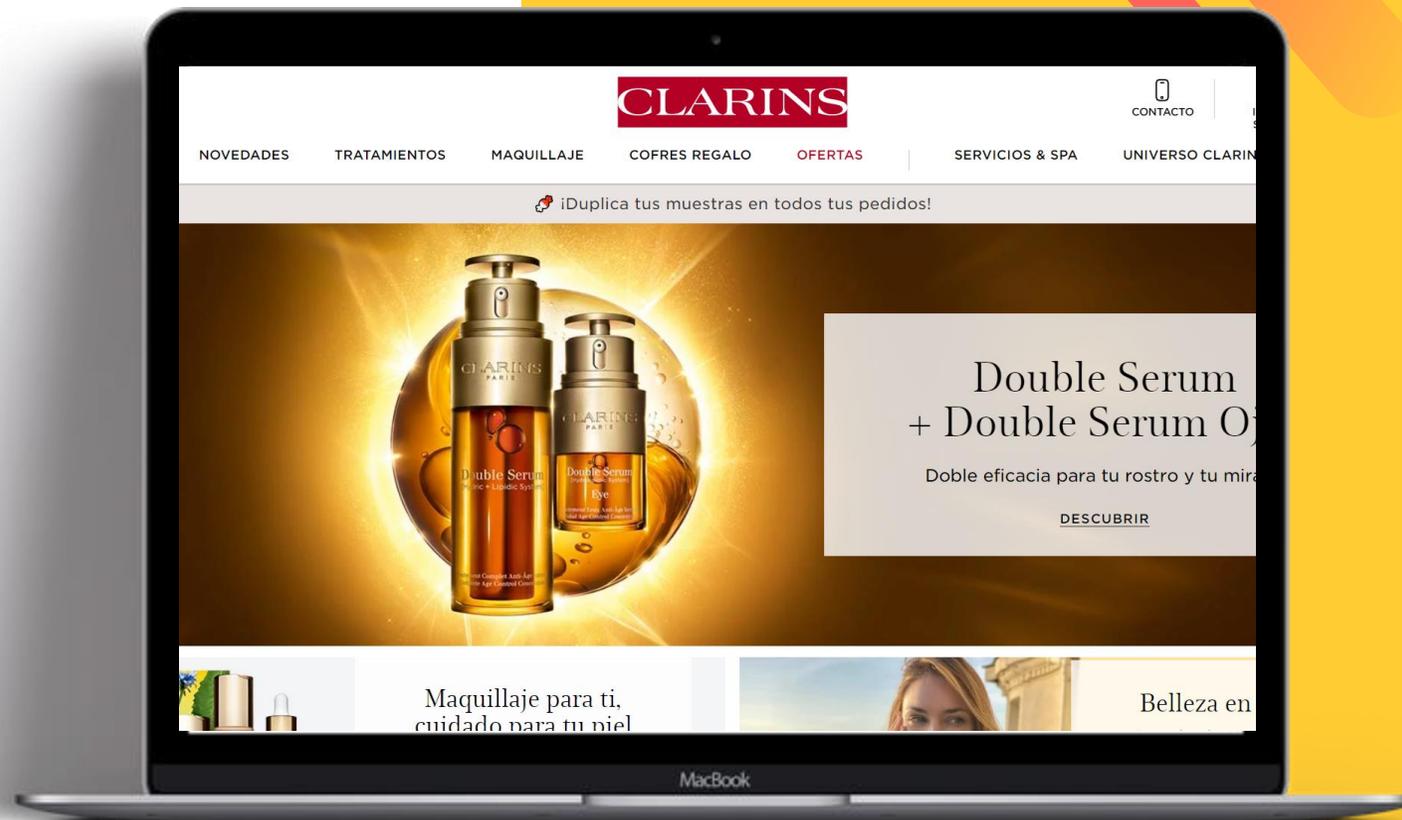
Los elementos clave del recorrido del cliente se evalúan para identificar aquellos que pueden resultar irritantes y **hacer correcciones a escala regional o global**. La puntuación NPS es el indicador principal, pero otros elementos como la entrega, el servicio al cliente o la hospitalidad se evalúan mediante el indicador CSAT (satisfacción del cliente).

Esta campaña de satisfacción tiene otros dos usos complementarios:

- Identificar la **intención de repetición de compra** para desencadenar acciones de marketing;
- **Enriquecer la base de datos de clientes** cuando falten datos;

Configurar campañas secundarias ad hoc

La solución de CX Management de Skeepers también se utiliza para realizar encuestas internas a los empleados y estudios de productos cuando hay nuevos lanzamientos.



Resultados

+13pts

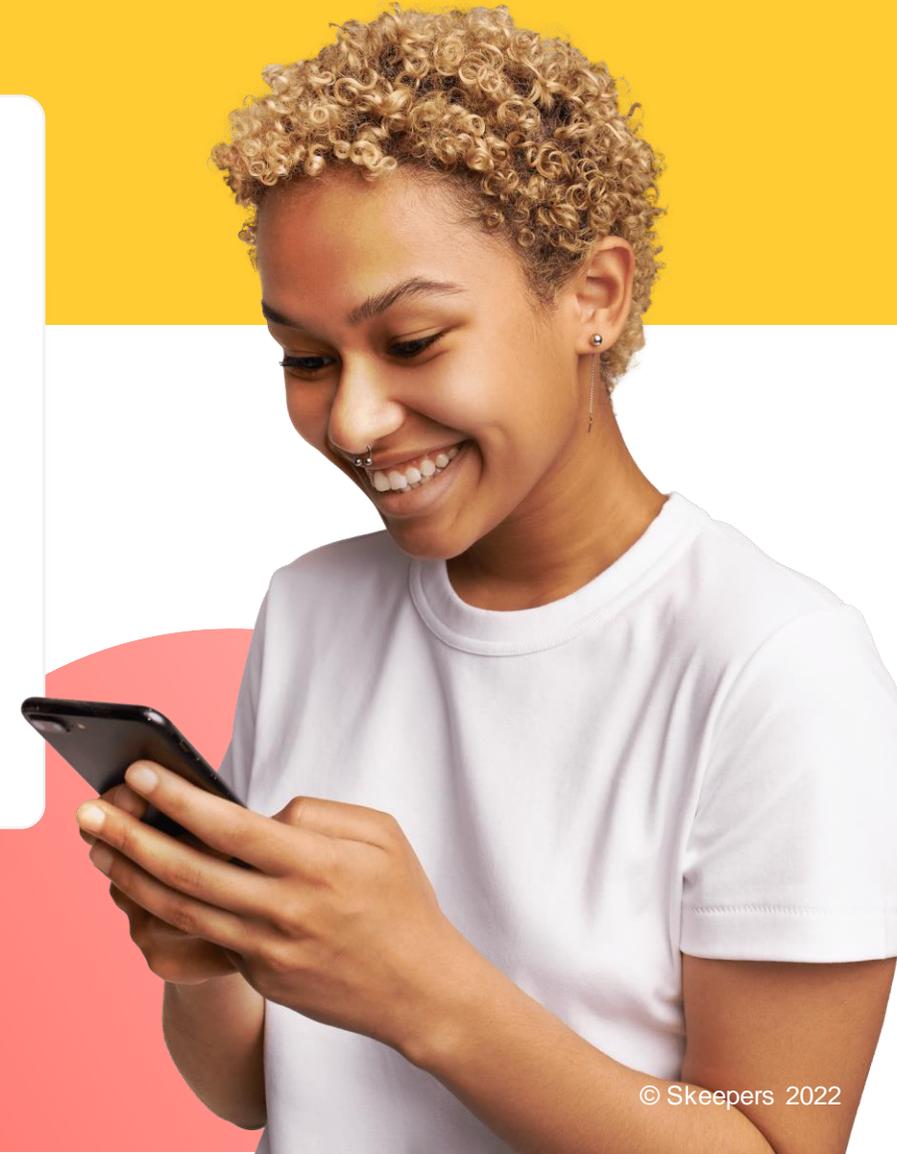
Puntos NPS

Una mejora considerable de la puntuación NPS en solo unos meses entre 2019 y 2020.

+242%

**Respuestas
a cuestionarios**

Clientes que están jugando y que son cada vez más numerosos para responder (entre 2019 y 2020)



S'KEEPERS

¿Listo para crear valor
para tus clientes?

 Ratings & Reviews

 Consumer Videos

 Live Shopping

 Influencer Marketing

 Insight Activation

 Insight & Feedback Management

Reserva una demo



SITIO WEB
www.skeepers.es