



Descubre cómo Maisons du Monde mide e incrementa la satisfacción de sus clientes con encuestas personalizadas

CASO DE ÉXITO – MAISONS DU MONDE

 Skeeters

MAISONS
DU MONDE



Cliente

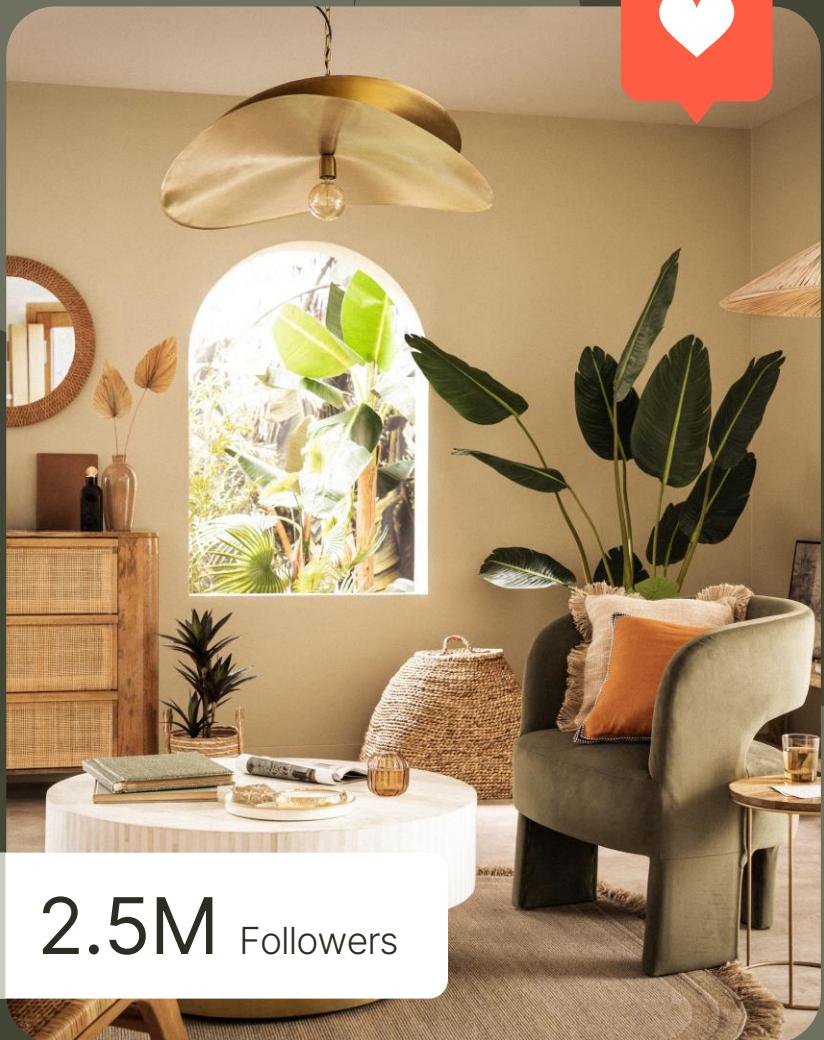


Fundada hace más de 20 años en Francia, Maisons du Monde es una empresa líder, de referencia en el mercado europeo de muebles y decoración.

Con una fuerte presencia online y offline (más de 260 tiendas en Europa), Maisons du Monde destaca por sus diseños originales y accesibles que se adaptan a todos los estilos.

La marca recurrió a Skeepers para analizar y medir la satisfacción del cliente a nivel omnicanal, un elemento clave de su estrategia.





2.5M Followers



INDUSTRIA
Home & Garden



PÁGINA WEB
www.maisondumonde.com



SKEEPERS CUSTOMER SINCE
2018



SKEEPERS PRODUCTS
Feedback Management



Geoffroy Goudon
Head of Monitoring

“Nuestra prioridad era disponer de una herramienta para crear encuestas sencillas, rápidas y agradables para los usuarios.

Con la implantación de la plataforma Feedback Management, podemos medir la experiencia del cliente en tiempo real, así como tomar decisiones estratégicas y operativas que mejoren la satisfacción del cliente.”



Desafíos y objetivos



Recoger datos de calidad sobre satisfacción del cliente

Para Maisons du Monde, era esencial medir la satisfacción del cliente en tiempo real y en todos los puntos clave del proceso de compra.

Sabiendo que la mejora y el crecimiento parten del conocimiento del cliente, la marca se fijó como objetivo la recogida de datos de calidad para profundizar en el conocimiento de sus consumidores.

La colección debía ser omnicanal, para seguir al cliente en todas las fases principales del Customer Journey.



Desafíos y objetivos



Gestión de los datos de la experiencia del cliente

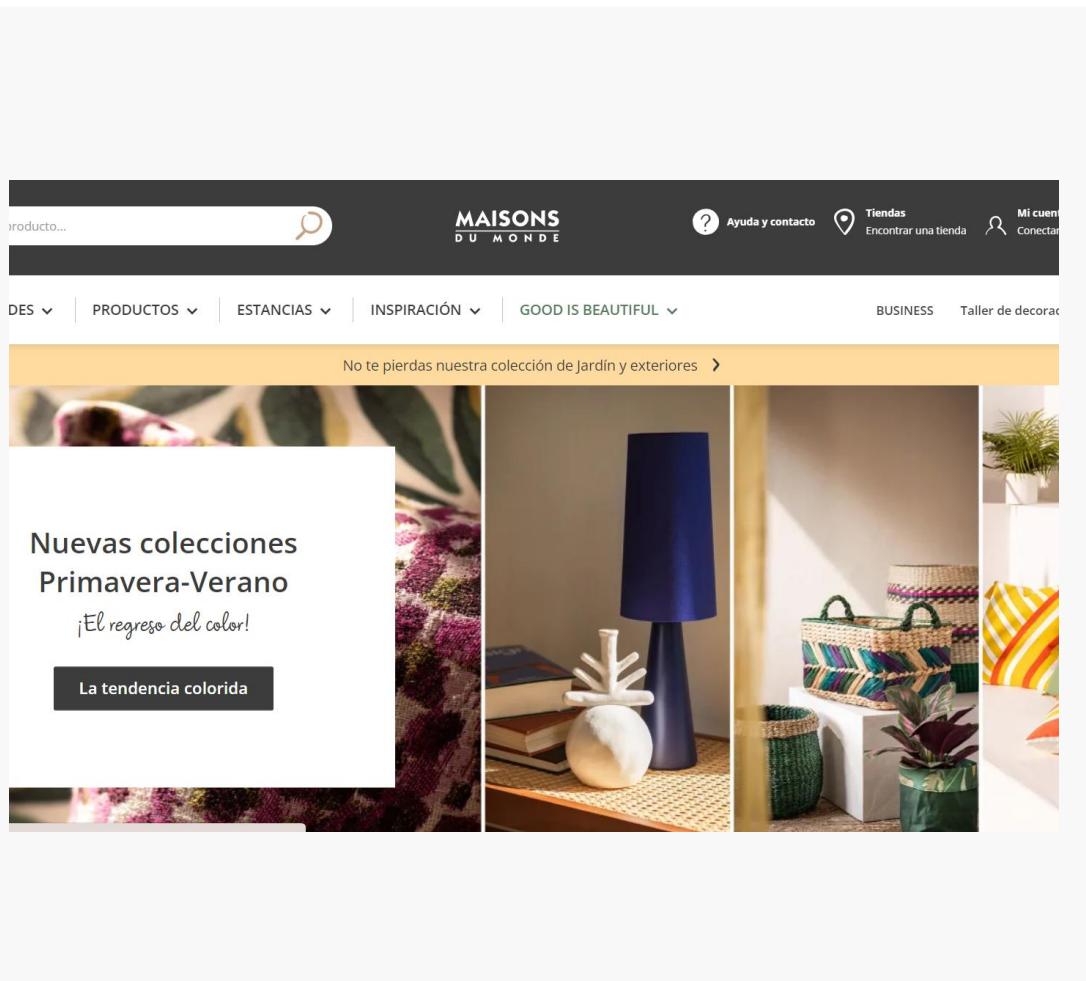
Maisons du Monde quería utilizar todos los datos recogidos para desarrollar un proceso de toma de decisiones basado en datos.

Los cuadros de mando para la toma de decisiones permitirían a la marca gestionar la experiencia del cliente de forma inteligente y eficaz.

Además, Maisons du Monde pretendía enriquecer el CRM y otras herramientas comerciales con los nuevos datos recogidos, poblando estas bases de datos con valiosa información.



Solución



The screenshot shows the official website of Maisons du Monde. At the top, there is a search bar with the placeholder 'Producto...'. Below it is the 'MAISONS DU MONDE' logo. The navigation menu includes 'Ayuda y contacto', 'Tiendas', 'Mi cuenta', and 'Conectar'. The main menu categories are 'DES', 'PRODUCTOS', 'ESTANCIAS', 'INSPIRACIÓN', 'GOOD IS BEAUTIFUL', 'BUSINESS', and 'Taller de decoración'. A banner at the top of the page reads 'No te pierdas nuestra colección de Jardín y exteriores'. Below the banner, there is a section for the 'Nuevas colecciones Primavera-Verano' with the subtext '¡El regreso del color!' and a button 'La tendencia colorida'. The main content area features images of various home decor items like a blue lamp, a white vase, and colorful baskets.

Colección inteligente e intercambio de datos

Maisons du Monde ha recogido una gran cantidad de opiniones de sus clientes a través de **encuestas ultrapersonalizadas**.

Los cuestionarios son cortos y contienen preguntas específicas para que los usuarios puedan responder rápidamente, mientras que una pregunta abierta les da la oportunidad de expresarse libremente. La calidad de los datos recogidos es muy alta.

Las encuestas se activan en momentos clave del recorrido del **cliente** y son accesibles desde el móvil, la tablet o el PC.



Solución

Cada miembro del equipo tiene acceso inmediato a sus propios indicadores para medir la Experiencia del Cliente. Compartir los datos permite motivar a los equipos en el punto de venta o, en el caso de los directivos, definir la estrategia del grupo.

Los empleados pueden "reaccionar" a estos datos, elevando el nivel de la Experiencia del Cliente. Gracias a Skeepers Feedback Management, Maisons du Monde aumenta la fidelidad de sus clientes.



Resultados

- Gran volumen de opiniones recogidas en los tres primeros meses de uso.
- Alto índice de respuesta a los cuestionarios enviados a los clientes.
- Gestión de la experiencia del cliente a través de cuadros de mando para la **toma de decisiones basados en datos contextuales** definidos por el equipo de Relación con el Cliente.
- Actualización automática de otras herramientas de la empresa con los nuevos datos recogidos en los cuestionarios.
- Aumento del número de promotores como resultado de su experiencia en la tienda.

+61%

Pedidos online

+40%

Ventas de e-commerce

+36%

Crecimiento de la marca



THE UGC SOLUTION SUITE

Get real about feedback

Solicita una demo

