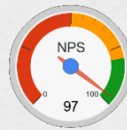


¿COMO TRADUCIR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN UN CRECIMIENTO RENTABLE?

Net Promoter, desarrollado en 2003, es actualmente el estándar mundial para las organizaciones a medir, para comprender y mejorar la experiencia de sus clientes.

Net Promoter es una importante filosofía de gestión: tanto un indicador de lealtad y una disciplina para el uso de retroalimentación



de los clientes para impulsar el crecimiento rentable de su negocio.

¿CÓMO SE VE SU EMPRESA ANTE LOS OJOS DE SUS CLIENTES?

En la actualidad son miles de empresas que utilizan este indicador, entre ellos esta Apple, McDonald, Starbucks, Telefónica, Citi Bank, y muchas más. Las empresas con una puntuación más alta que su set competitivo tienden a crecer más rápido.

NPS® divide a sus clientes en tres: *Promotores*, *Pasivos* y *Detractores*, cada uno proporciona un marco sencillo e intuitivo que permite predecir con precisión el comportamiento del cliente a futuro acerca de su marca o empresa.

La mayoría de los suscritos a NPS® miden mes a mes su desempeño para evaluar su evolución en función del tiempo.

El NPS® de Monitoreo & Mercado ofrece conocer la posición que ocupa cada empresa que se relaciona con cada uno de los canales automotrices. Por ejemplo en las Aceiteras, Lucalza posee una alta oportunidad de mantener negocios con el canal. El 79% de sus clientes afirman que seguirán trabajando con ellos (Promotores), mientras que el 2% dicen lo contrario (Detractores); logrando así una tasa de retención potencial del 77%.