

Restaurante *Live*
FORO ONLINE 2021

indices
CognoSight®

Conocer y entender al
cliente, la clave de la
reactivación

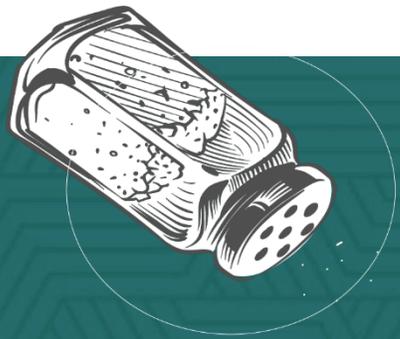
Santiago Martinez Vela
CEO & Managing Partner

<https://www.linkedin.com/in/santiagomartinezvela/>
smartinez@indices.com.co

A woman with long blonde hair is sitting at a round wooden table in a cafe. She is holding a glass of red wine. On the table is a large blue vase filled with orange and yellow flowers. The cafe has large windows and modern decor.

¿De qué hablaremos hoy?

-
- De los hallazgos clave que hemos hecho del cliente actual.
 - De las metodologías que utilizamos para descubrirlo.
 - Del papel de la tecnología en el proceso.
 - De las herramientas que pueden utilizar para monitorear a sus clientes.



Restaurante *Live*
FORO ONLINE 2021

¿Qué está pasando con el consumidor?

Recibimos respuestas de casi 400 personas en dos ejercicios separados y además, les preguntamos de manera abierta a 100 personas adicionales, para analizar sus respuestas con Inteligencia Artificial.



indices
CognoSight®

En general, los pronósticos hablan del 2022, así que hay que seguir tomando decisiones poderosas, permanentes.



Made for minds.

21:26 | El mundo no vencerá al virus este año, afirma la OMS

No es realista creer que el mundo vencerá para fines de año la pandemia de coronavirus, afirmó el director de emergencias de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Michael Ryan, este lunes.

"Sería muy prematuro y diría carente de realismo pensar que vamos a terminar con el virus para fines de año", afirmó en conferencia de prensa, al considerar que el virus sigue activo y tener en cuenta que la cifra global de nuevos casos se incrementó esta semana tras siete semanas consecutivas de baja.

“In a world where you have to
test negative, stay positive”

La inteligencia artificial muestra que seguimos siendo positivos:

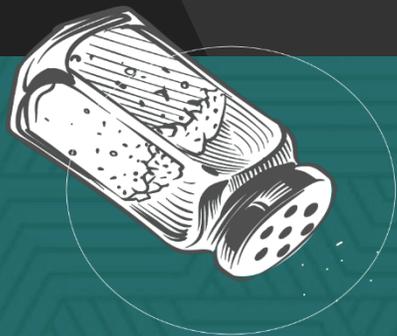
- **Los niveles de alegría se mantienen.**
- Aunque pasamos por estados emocionales cambiantes en el proceso que vivimos hoy en día, **se detecta un optimismo importante que facilita la disposición de aceptar e incluir en nuestras vidas las condiciones necesarias para sobre llevar la crisis.**



—

¿Cuál es la expectativa del consumidor para retomar las actividades que antes eran tan naturales y hoy se alejan de nuestra realidad?





Restaurante *Live*
FORO ONLINE 2021

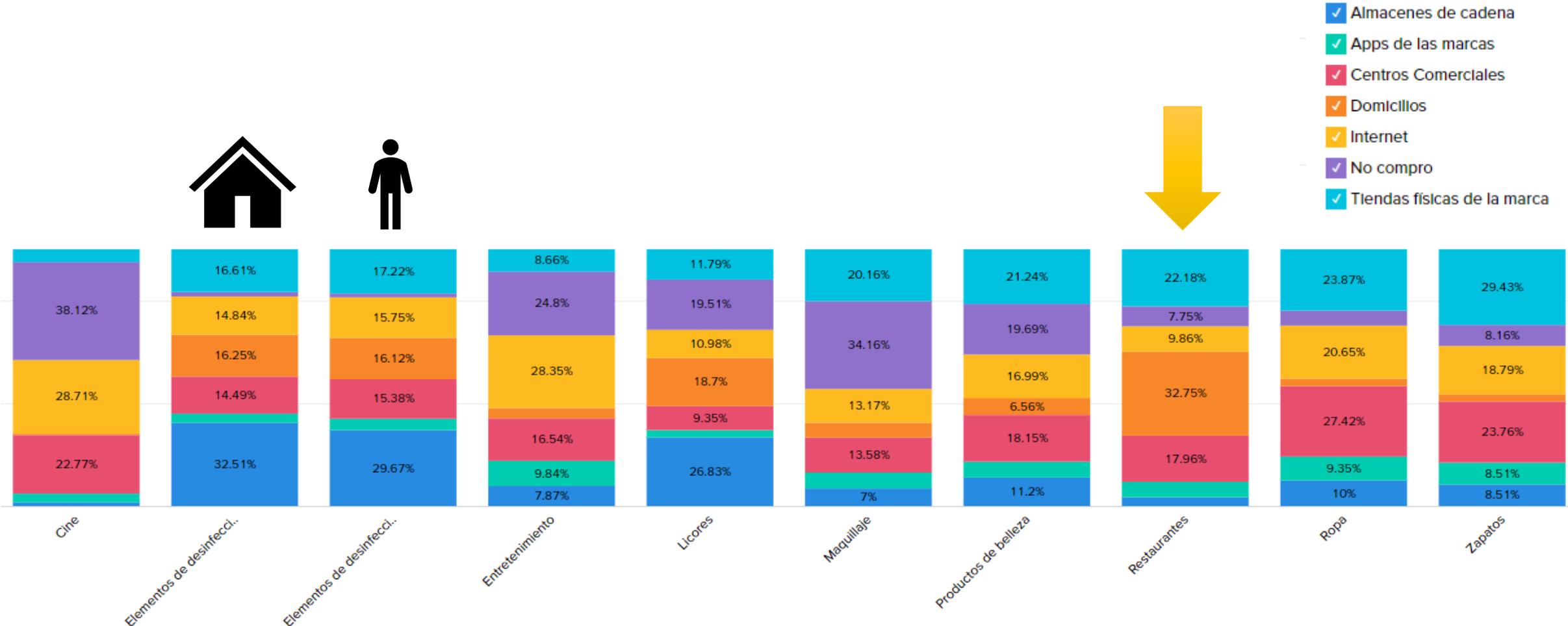
Confianza

Podemos cumplir todos los protocolos, pero si no generamos confianza, no será suficiente.



indices
CognoSight®

Domicilios + Internet suman más del 40%



B: 183
e: 7.2%



—

La dinámica del consumo digital creció y se niveló con lo presencial, pero se sigue moviendo al vaivén de las restricciones:

- Los procesos digitales nos permiten acercarnos a lo que tenemos lejos.
- Pero, las personas esperan que aquellos procesos sociales que abandonaron, puedan ser retomados para poder disfrutar de aquellos espacios que nos permiten tener una vida social significativa.

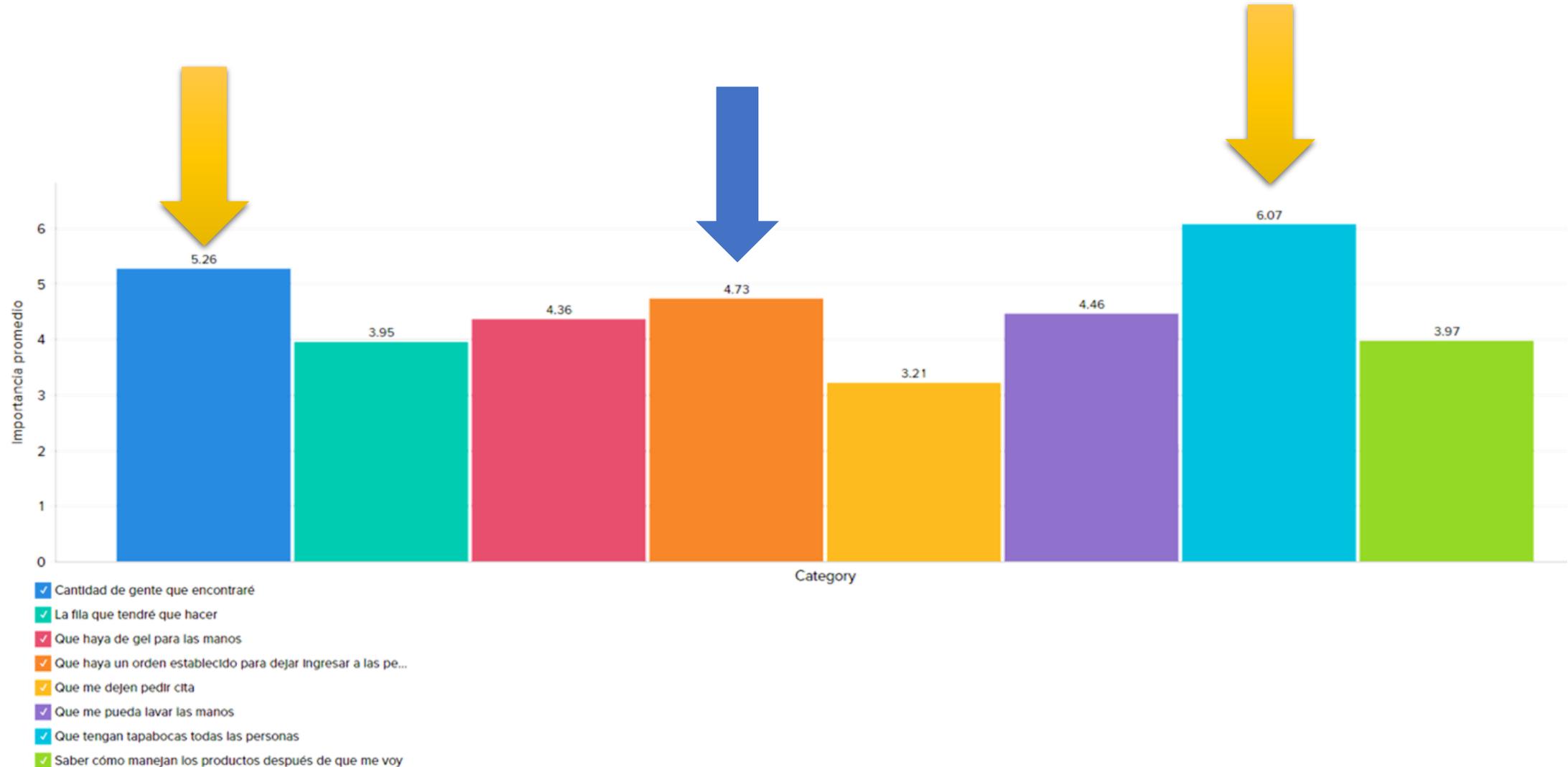


La Inteligencia Artificial nos muestra que los clientes quieren a los restaurantes reinventados

- Detallistas y poco imaginativos, estarán **muy pendientes de la forma en que ofrecen la experiencia.**
- **La reinención de la experiencia debe ser propuesta por los negocios** para que el consumidor pueda visualizar los espacios más allá de los productos y sienta confianza para asistir al lugar.

Sin tapabocas, ¡ni a la esquina!

¿Qué es lo que más le preocupa de ir a comprar a un lugar físico?



B: 206

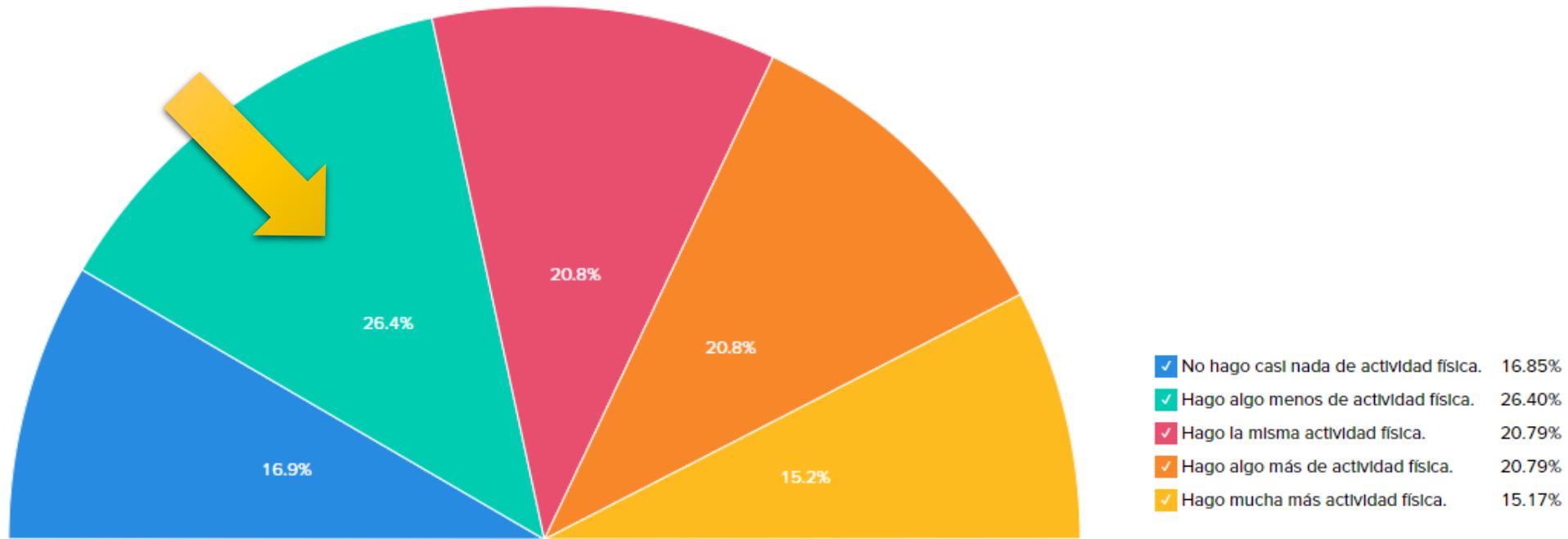
e: 6.8%

¡Anhelamos compartir espacios con los demás!

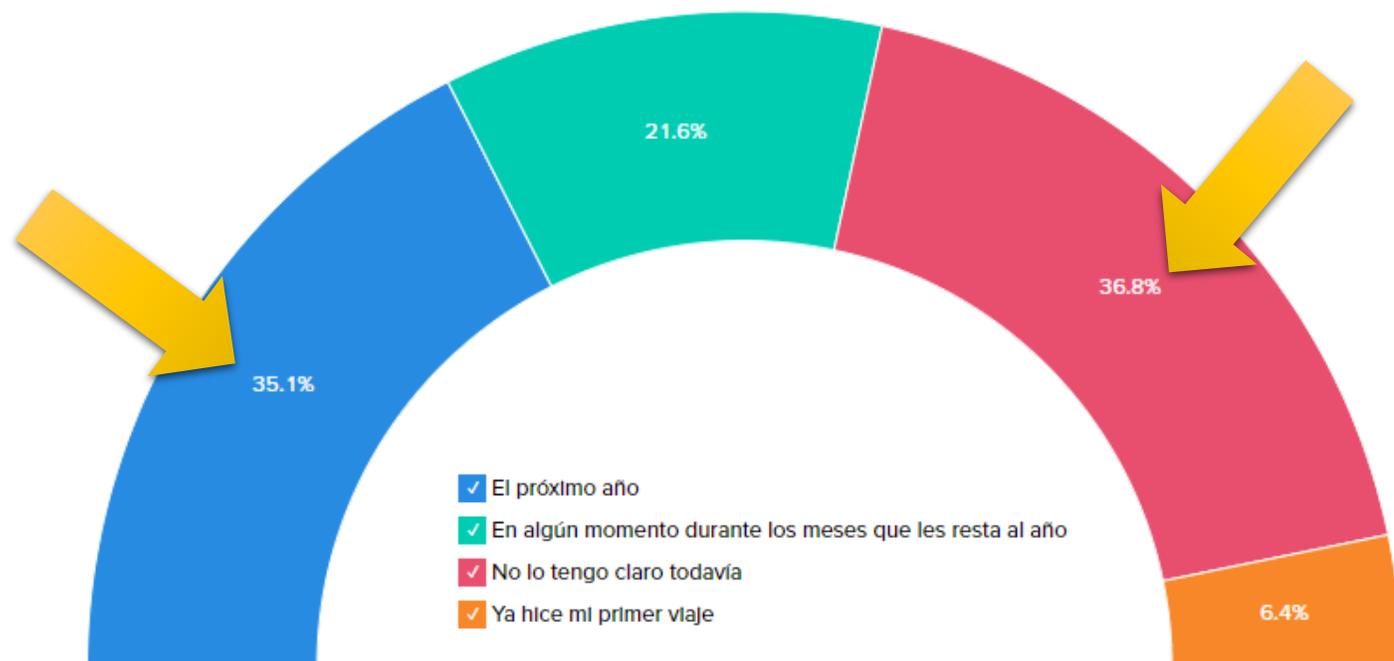
- Encontramos que los niveles de **gregarismo disminuyen**.
- Las personas **muestran incomodidad** al momento de hablar de interacciones con los demás.
- Pero la continua preocupación del contagio **no descarta el poder volver disfrutar de distintas experiencias presenciales, pronto.**



El 56% se movió más, pero sigue existiendo sedentarismo.



Los viajes, siguen “embolatados”.



¿Cuál es el destino?	%
En Colombia, máximo una semana	40.74%
Fuera del país, una buena temporada	25.93%
Cerca de mi ciudad	20.37%
Fuera del país, máximo una semana	12.96%

¿En dónde se aloja?	%
Hoteles	38.01%
Familia	29.82%
Casa/Apartamento alquilado	27.49%

Retomaremos los viajes con cautela.

- Se destacan altos niveles de cautela.
- No van a detener sus vidas, sin embargo, intentarán reducir el posible riesgo de contagio.
- Serán **muy exigentes con los procesos de cuidado**, los protocolos y la rapidez del servicio prestado (**para evitar aglomeraciones**).
- Es constante el cuestionamiento de cómo se regularán todas las actividades y **espacios que involucran presencia masiva de personas**.





¿Qué dicen las redes sociales al respecto?

Cruzamos la información con las conversaciones en redes sociales



Estar pendientes, pero evitando la infoxicación.

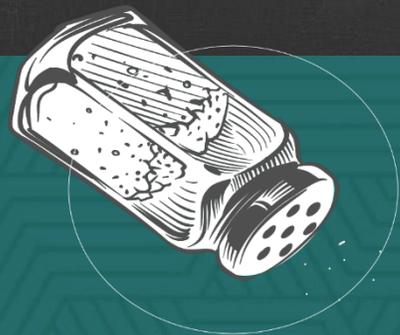


- Ciudadanos intelectuales, que están pendientes de estar al día y de conocer la realidad inmediata del entorno, pero que **aprendieron a detenerse antes de saturarse.**
- El análisis muestra bajos niveles de gregarismo y altos de altruismo, lo que significa que **son conscientes de la implicación de acercarse a los demás y la necesidad de limitar la interacción con el propósito de disminuir el contagio,** además, son personas que se cuidan por responsabilidad con el otro, conocen las consecuencias que esto puede traer a largo plazo y es por esto que el compromiso individual posibilita el cuidado general.



¿Y yo cómo puedo aprender de mi cliente desde mi negocio?

Soluciones simples, ágiles y poderosas.



Restaurante *Live*
FORO ONLINE 2021

USE YOUR

Cuando hablamos de métricas y de servicio sabemos que tenemos más de una alternativa

- Índice de Satisfacción del Cliente
- Índice de Lealtad y/o Net Promoter Score (NPS).
- Índice de Esfuerzo del Cliente o Customer Effort Score (CES).
- Entre muchas otras.

Cada una es buena midiendo lo que debe:



Índice de Satisfacción del Cliente: Nos muestra la calificación del cliente a nuestra capacidad de entrega de valor.



Índice de Lealtad y/o Net Promoter Score (NPS): Nos muestra cómo nuestro desempeño produce o no intención de recomendación.



Índice de Esfuerzo del Cliente o Customer Effort Score (CES): Nos muestra qué tan complejo es para el cliente interactuar con nuestra empresa a todo nivel.

Pero como siempre hay nuevos retos

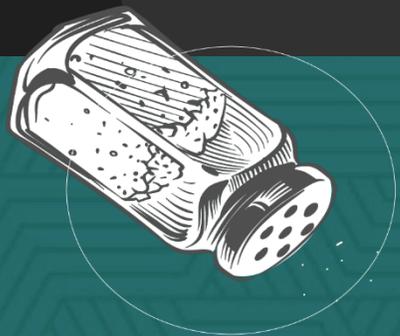
Llegó la Experiencia del Cliente para quedarse



Prerrequisito: Co-crear con el cliente

- La mejor forma de aprender del cliente es entender qué es lo más relevante en sus visitas, pedidos y consumos en el negocio.
- **Nunca** cree un cuestionario pensando desde el negocio, va a medir lo que es importante para usted y no **para el cliente.**





Restaurante
FORO ONLINE 2021 *Live*

Los 6 pasos para conocer al cliente desde el negocio:

1. Con un número plural de clientes, de forma análoga o digital, construya una lista de lo que es importante en la experiencia con su negocio.
2. Divida esa lista en temas homogéneos: Personas, menú, calidad, precios, entregas, entre otros.
3. Haga pequeños cuestionarios, de no más de cuatro preguntas, dentro de cada grupo de temas identificado.
4. Prográmelas en una plataforma de encuestas on-line, de las miles que hay disponibles, en territorios gratuitos o con pagos reducidos.
5. Revise los resultados que esas plataformas dan, entre más seguido, mejor.
6. Tome decisiones sobre las respuestas, no las cuestione o las pormenore: ¡Es su cliente quien habla a través de ellas!



indices
CognoSight®

¡Gracias!

Santiago Martinez Vela
CEO & Managing Partner

<https://www.linkedin.com/in/santiagomartinezvela/>
smartinez@indices.com.co