

DANAVOX ayuda a los audioprotesistas a mejorar la experiencia de compra de sus clientes con HAPPY USERS

El análisis de los resultados de diferentes estudios de mercado indica que una de las principales prioridades comerciales para los gerentes de negocios en los próximos 5 años -o quizá la principal- debe ser mejorar la experiencia de cliente. Para reforzar, también en este sentido, la posición de los audioprotesistas, el nuevo DANAVOX consolida su proyecto HAPPY USERS

El análisis de los resultados de diferentes estudios de mercado indica que las empresas deben mejorar la experiencia de cliente, y especialmente los comercios, donde es aún más valorada. Por ejemplo, American Express llegó a la conclusión de que hasta un 86% de los clientes estaba dispuesto a pagar más por una mejor experiencia de cliente. En otras palabras, los negocios que implementan con éxito una adecuada estrategia en este sentido logran mayores tasas de satisfacción, fidelizan a sus clientes y, por lo tanto, aumentan sus ingresos.

¿Qué es la experiencia de cliente?

La experiencia de cliente, o CX, se define por el conjunto de interacciones y experiencias que el cliente tiene con el gabinete desde su primer contacto hasta que se convierte en un cliente feliz y leal. Así, la CX es parte sustancial de la gestión de relaciones con el cliente (CRM). El cliente que vive una experiencia positiva con un negocio tiene muchas más probabilidades de convertirse en un cliente repetidor, leal y “referidor”.

Grupo GN relanzó la marca DANAVOX en septiembre pasado para apoyar al audioprotesista, plenamente consciente de que, en su gran mayoría, los gabinetes auditivos son PYMES especialmente bien preparadas para su labor sanitaria, pero que no siempre tienen el tiempo o la experiencia para atender otras áreas del negocio que cada vez son más importantes. “Respondiendo a esta tendencia del mercado, absolutamente clara, y, al mismo tiempo siendo conscientes de que ésta es una de las áreas donde el profesional de la salud auditiva necesita más ayuda, lanzamos el proyecto Happy Users by DANAVOX. Rápidamente, se ha convertido en una de las iniciativas de la nueva marca con mejor acogida”, valora Alfonso Ríos, director comercial de Grupo GN, en alusión a este proyecto del nuevo DANAVOX relacionado con el marketing on y offline, que se une a otros como la exclusividad territorial o el producto de última generación.

Algunas estadísticas que DANAVOX tuvo muy en cuenta para el diseño de este programa indican 1 de cada 3 clientes dejará una marca a la que habían sido fieles después de una sola mala experiencia; que los clientes están dispuestos a pagar un precio hasta un 13% superior, simplemente por recibir una gran experiencia de cliente; o que los clientes que califican con una puntuación alta la experiencia de cliente con una empresa, gastan un 140% más y permanecen leales a ella hasta los siguientes 6 años.

Los HAPPY USERS by DANAVOX

El programa HAPPY USERS es gratuito para todos los clientes DANAVOX. A lo largo de todo el año, y de manera mensual, los centros DANAVOX reciben en su gabinete un pack diseñado especialmente para ellos. Unas veces se trabaja el diseño de escaparate y cómo sacarle el máximo rendimiento; otras, se entrega material de apoyo a la venta, y por supuesto, se desarrollan ideas para mejorar la percepción que tiene el usuario de audífonos en su centro de referencia, de acuerdo con el audioprotesista.

“Conocemos las dificultades por las que pasan los gerentes de centros auditivos. Ya no sólo se les exige ser excelentes profesionales en su campo, sino que además tienen que realizar un sinnúmero de tareas que muchas veces escapan a sus competencias. En este campo, donde el audioprotesista se siente menos fuerte, o no tiene el suficiente tiempo para desarrollar, es donde más cuenta con el apoyo de DANAVOX”, termina Ríos.

Datos de contacto:

Javier Bravo
606411053

Nota de prensa publicada en: [Madrid-España](#)

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Imagen y sonido](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>