Comunicado de prensa
Rosny-sous-Bois, 9 de noviembre de 2023

El 86 % de los clientes, satisfechos o muy satisfechos. Puntuación NPS (Net Promoter Score) de 48: ¡Los clientes de HEPPNER nunca habían estado tan satisfechos!

La satisfacción del cliente es el centro de la estrategia del grupo Heppner desde hace años. Y los resultados acompañan. El grupo realiza una encuesta anual que mide el grado de satisfacción y recomendación de los clientes respecto al grupo en su conjunto y que se basa en un importante indicador llamado NPS o Net Promoter Score. El enfoque centrado en el cliente («client first») que guía a Heppner en la transformación de todas sus actividades (oferta de transporte, experiencia de los clientes digital y en las agencias, procesos empresariales, sistema de información, etc.) es un éxito, como demuestra la puntuación NPS de 48 de 2023 (24 puntos más que en 2022 y 35 más que en 2021) y el índice de satisfacción del 86 %. Este resultado, unido al fuerte incremento del número de promotores (+16 p.) y a la disminución de los detractores (-9 p.), refleja también la eficacia del planteamiento impulsado para optimizar los procesos y la experiencia de los clientes y atajar los problemas.

Representatividad y movilización: las claves de un indicador fiable

Este año **el índice de participación ha aumentado un 21 %**, lo que supone un incremento del 3 % respecto a 2022 que se hace extensivo a los epígrafes de representatividad de las ofertas, zonas geográficas y la segmentación de clientes. Este incremento, basado en una muestra representativa de la cartera de clientes, confiere al NPS una fiabilidad incuestionable. Gracias a los equipos, los clientes tomaron conciencia de su importancia antes de la realización de la

encuesta. De hecho, los clientes participantes e implicados en el proceso comprenden mejor su finalidad y cómo les beneficia.

Además del clásico indicador de intención de recomendar, el cuestionario elaborado por Heppner se ha diseñado a medida para poder analizar en detalle las opiniones de los clientes, tanto a escala mundial como por sectores y regiones en las que el grupo está presente y operativo.

La hoja de ruta «client first» (el cliente primero) da sus frutos

En el contexto actual, extremadamente competitivo y marcado por la disminución del volumen de transporte, la calidad de los servicios y la relación con los clientes son elementos que marcan la diferencia.

Para abordar los principales obstáculos de los clientes, es decir, la gestión de las reclamaciones y las indemnizaciones, se someten a revisión las experiencias de los clientes, los procesos comerciales y las herramientas, desde la comunicación entablada con los clientes hasta el proceso de resolución de problemas, a través de comités internos especialmente creados para tal fin.

El resultado ha sido una clara mejora de la percepción de los clientes sobre la gestión de las reclamaciones (**con un 78 % de clientes satisfechos, lo que supone un incremento del 10% en dos años) y la atención de las reclamaciones** de indemnización en caso de disputa (con un 70 % de clientes satisfechos, lo que representa un aumento del 11% en dos años).

Pero también destacan otros proyectos que han contribuido a mejorar el nivel de satisfacción de los clientes, como, por ejemplo:

- El lanzamiento de una nueva oferta de canales digitales con un nuevo portal para clientes, un catálogo de servicios API, etc., que nos permiten digitalizar algunos procesos y compartir determinada información más fácilmente, por ejemplo, los datos de seguimiento del envío, el nivel de CO_2, etc.
- **La puesta en marcha de nuevos servicios, en especial de entrega a particulares y de programación de entregas a los profesionales.**
- La introducción en algunas regiones de nuevos sistemas de atención telefónica que permiten contactar con el interlocutor adecuado más fácilmente y mejorar la calidad de la respuesta.

El resultado de todos estos avances es un aumento del índice de satisfacción de los clientes muy elevado y acusado en todas las etapas de la experiencia de los clientes (por ejemplo, el **90 % de ellos aseguran estar satisfechos con la gestión de la relación comercial y el 87 % valoran bien la gestión y el seguimiento de las solicitudes de recogida y envío respecto a la situación anterior)**, y eso en todas las agencias y regiones, ya sea en Francia, Alemania, Suiza, España, los Países Bajos, Bélgica, el Reino Unido o Senegal. Para que la percepción de los clientes sea todavía más generalizada, sobre todo en el plano internacional, las regiones y

agencias del grupo están aplicando planes de acción adaptados a las circunstancias de cada lugar que se suman a la hoja de ruta global del grupo.

«Estamos orgullosos de los resultados obtenidos en 2023, que reflejan una movilización colectiva y de largo alcance. Pero esto no es una carrera, sino que nuestro deseo es que se mantengan los excelentes resultados de satisfacción de los clientes y hacerlos extensivos a todos los aspectos vinculados al grupo, lo que representa un verdadero reto para 2024», explica Sébastien Videt, director de marketing y comunicación del grupo Heppner.

Acerca de Heppner

Heppner, empresa creadora de soluciones de transporte y logística, es especialista y líder independiente del comercio internacional con Francia como origen y destino. Nuestras redes de transporte terrestre, potentes y consolidadas, conectan a más de 40 países europeos, con entregas en las principales ciudades europeas en un plazo de entre 24 y 72 h. Nuestra fuerte presencia internacional, unida a los acuerdos de colaboración exclusivos, nos permiten además ofrecer soluciones de transporte marítimo y aéreo desde y hacia 157 países de todo el mundo. Con un volumen de negocio de 1.029 millones de euros en 2022 y una trayectoria empresarial de casi un siglo en nuestro haber, contamos con más de 3.570 empleados, entre ellos 111 estudiantes en prácticas, cerca de 80 sucursales en Francia, 14 en Alemania, presencia propia en los Países Bajos, España, Bélgica, Suiza, Hungría, el Reino Unido y Senegal y más de 10.000 clientes. En Heppner nos esforzamos cada día por transmitir el espíritu de empresa a nuestros empleados, socios, clientes y proveedores, en todas las áreas de actividad. www.heppner-group.com

Contacto de prensa

Agencia SHAN

Eve-Marie Laporte Tel.: +33 (0) 7 76 04 73 48 em.laporte@shan.fr

Mohammed Azzaoui Tel.: +33 (0) 6 16 04 64 33 mohammed.azzaoui@shan.fr