

Ipsos' Channel Performance Benchmark

Benchmark global Mystery Shopping KPI

Spotlight #1: 2024

El benchmark de Channel performance de Ipsos, líder en la industria, es una base de datos global de KPI de Mystery Shopping con datos de desempeño del servicio al cliente, en canales físicos, digitales y de centros de contacto, ahora es aún más grande y más robusto!

Actualizada trimestralmente desde su creación a principios de 2022, esta completa base de datos de KPI abarca:

- ✓ 2.2+ millones de data points
- ✓ 70 países
- ✓ 33 sectores

El benchmark es una herramienta indispensable en Mystery Shopping, ya que ofrece información que impulsa mejoras en la entrega de experiencias e impulsa el rendimiento del canal. Al comparar el desempeño con el de la competencia y con estándares más amplios de la industria, las empresas pueden identificar gaps de desempeño, descubrir mejores prácticas, establecer objetivos realistas y tomar decisiones estratégicas informadas.

El Benchmark de Channel Performance de Ipsos tiene un conjunto de datos robusto y en crecimiento, que permite múltiples niveles de comparación y análisis, de manera rentable.

La naturaleza global del Benchmark de Ipsos permite a las organizaciones mirar más allá de su set competitivo directo dentro de su mercado y comprender el desempeño en relación con organizaciones similares que operan en otras regiones del mundo.

Spotlight en los Servicios Financieros:

El personal que recibe las "máximas calificaciones" por su conocimiento oscila entre 1 de cada 10 en el mercado, con la puntuación más baja y 8 de cada 10 en el mejor desempeño. **¿Cómo se compara su personal? ¿Cómo están funcionando los canales?**

¿Qué preguntas de negocio puede abordar el benchmark?

- ¿Cómo se compara la performance del canal en su mercado, o en comparación con las mejores prácticas en otros lugares?
- ¿Cómo debería establecer los objetivos de servicio al cliente?
- ¿Cómo se compara con otros que luchan o triunfan en condiciones de mercado desafiantes?
- ¿Cuál es el resultado en las áreas que realmente importan para sus clientes y para el éxito del negocio?

Como el mayor conjunto de datos de Benchmark de Mystery Shopping del mundo, Ipsos ChP Benchmark puede ayudarle a tomar decisiones informadas sobre su posición en el mercado y cómo alcanzar sus objetivos.

Póngase en contacto con su contacto local de rendimiento del canal de Ipsos o envíenos un correo electrónico a Info.ipsos@ipsos.com para descubrir cómo nuestros equipos de medición y análisis pueden ayudarle a comprender mejor el rendimiento de sus canales, establecer una dirección estratégica, determinar necesidades de capacitación, mejorar el cumplimiento de la promesa de la marca y aumentar las ventas.

Consideraciones de comparación

El primer nivel de comparación suele ser dentro de un sector, dentro de un país o región, con otras empresas de ese conjunto. Sin embargo, para algunos sectores puede que no haya muchos actores en el área geográfica, por lo que la comparación directa con competidores puede ser un desafío y, en estos casos, resulta beneficioso mirar más lejos.

Para las empresas que son líderes en su categoría, mirar más allá, hacia industrias similares o relacionadas, también puede resultar beneficioso.

En estos casos, la pregunta importante es a quién incluir en este conjunto competitivo más amplio. La mejor práctica es buscar sectores que se encuentren en un espacio mental similar para sus clientes; Si su organización vende joyería de alta gama, las tiendas de ropa habituales o la hostelería pueden no ser una comparación adecuada, pero otros sectores de lujo o de compras importantes de eventos de la vida, como el automóvil, sí podrían serlo. De manera similar, una organización cuyas interacciones con los clientes son de naturaleza más transaccional, como el envío postal, puede querer compararse con otros sectores transaccionales, como el petróleo y el gas.

Independientemente de la industria, la atención debe centrarse en la comparación significativa para garantizar una visión significativa, y no solo en la comparación por comparar.

...El foco debe centrarse en la comparación significativa para garantizar un insight relevante, y no sólo en la comparación por comparar

Caso de estudio: Un banco retail líder del Reino Unido quería ir más allá de comparar sus niveles de servicio con los del mismo sector y otras categorías industriales en todo el Reino Unido, dadas las diferentes expectativas de los clientes en un entorno bancario versus, por ejemplo, un restaurante o una tienda de ropa. **Al mostrar el desempeño del banco frente a otros bancos de todo el mundo, se identifica dónde pueden "superar" la competencia local para ser líderes no sólo en su propio país, sino también en el contexto global.**

Caso de estudio: Una marca internacional de ropa de lujo quería entender cómo se comparaba el desempeño de su marca en varios mercados y regiones. Nuestro análisis de referencia reveló los resultados sobresalientes, "a la par" y deficientes, en relación con los mejores competidores locales y regionales.

Este conocimiento fortaleció aún más el argumento a favor de Mystery Shopping, proporcionando medidas sólidas, confiables y repetibles del desempeño del canal.

Ipsos es el mayor proveedor de servicios de Mystery Shopping del mundo y un líder global en el diseño, medición y demostración del impacto de estos programas.

Al comparar el desempeño con los estándares de la industria y la competencia, a través del Benchmark de Ipsos Channel Performance, las empresas pueden identificar gaps de desempeño, descubrir mejores prácticas, establecer objetivos realistas y tomar decisiones estratégicas informadas.

Ipsos – satisface las necesidades comerciales de rendimiento de su canal.

Mystery Shopping es solo una parte de nuestra oferta integral de Channel Performance, junto con Channel Sizing, Shopper Insights y Medición de ejecución – que ayudan a comprender tanto a los canales como a los shoppers para impulsar la conversión de ventas en sus canales.

Ipsos – Mejor diseño, mejor ejecución, mejor impacto.



info.ipsos@ipsos.com