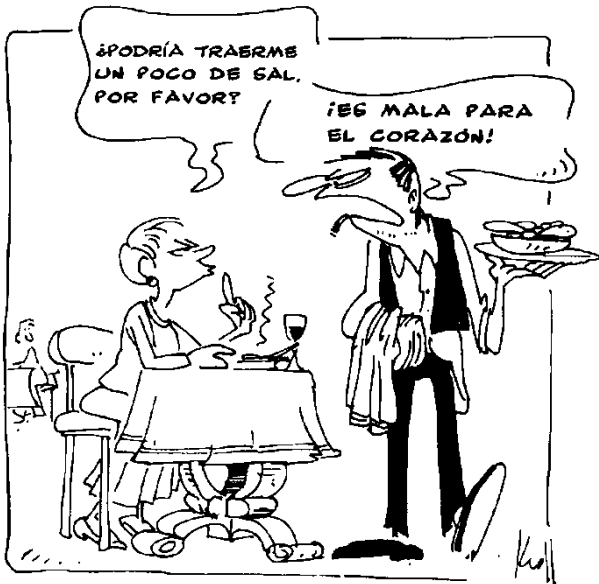


*Para usted, ¿Es importante el cliente para su negocio?
El cliente del futuro ¿Será más o menos exigente?
¿Quiere saber cuánto vale su cliente actual?*



¡Piense en un cliente concreto!

- 1.- Días que le visita al mes =
- 2.- Gasto medio que hace (acompañado/solo) =
- 3.- ¿Cuántos años lleva siendo su cliente? =
- 4.- Multiplique los valores anteriores y conseguirá
- 5.- El valor económico de su cliente =

Para algunos de nuestros clientes el valor de sus clientes va desde **6.000 euros (Cafeterías)** hasta **más de 300.000 euros (Restaurantes)**.

¿**M**ide de forma objetiva, fiable e independiente lo que piensan sus clientes de su restaurante?

¿**L**o hace de manera sistemática y frecuente?

¿**C**uánto dinero va a perder los próximos meses porque sus clientes han tenido una mala experiencia?
(Incluso para algunos clientes será la primera y única experiencia en su negocio).

¿**C**uánto invertiría de forma mensual para que esto no suceda? Ponga aquí su cifra mensual

¿**L**e gustaría tener a su disposición con un experto en atención al cliente que le ayude de forma personalizada a...

- 1.- Evitar la pérdida de clientes.
- 2.- Fidelizar a sus clientes actuales.
- 3.- Aumentar sus ventas.
- 4.- Prevenir que le robe su personal.
- 5.- Controlar lo que de verdad pasa en su restaurante.

Todo esto y más, se lo proporcionan nuestras auditorías de Clientes Incógnito®. Además, estamos seguros de tener una auditoría que se adapta a sus necesidades, cumpliendo todas sus expectativas y dentro de su precio.



“Lo que no se mide, no se mejora”

4 pasos para actuar en mejorar su negocio

Paso 1.- Haga consciente a su personal de la importancia del cliente y reflexionen sobre los motivos reales (no lo que ellos creen) por los que los clientes no vuelven.

Paso 2.- Tenga una herramienta de trabajo desde el punto de vista del cliente que no admita “las excusas” de su personal y que les sirva de palanca para cambiar sus “viejos hábitos”.

Paso 3.- Indique de forma concreta y precisa a cada miembro de su personal qué áreas tienen que cambiar.

Paso 4.- Haga seguimiento de los cambios producidos y ajuste el modelo.