

HappyOrNot, le champion finlandais de la mesure de la satisfaction client, investi pour son développement en France

L'entreprise finlandaise HappyOrNot® (www.happy-or-not.com) a conçu une solution innovante permettant de mesurer le taux de satisfaction des clients et employés grâce à un système intuitif se basant sur quatre Smileys. Avec plus de 25 000 bornes répartis dans les points de vente, les aéroports, les bureaux de grandes entreprises ou de type d'infrastructure accueillant du public, HappyOrNot collecte en temps réel des milliers de données directement exploitables par les différentes directions métier. L'entreprise qui levait 14,5 millions de dollars en Série A fin 2017, poursuit son plan de développement international en organisant ses forces commerciales en France et nomme son Country Manager.

Piloter la satisfaction client.

La performance d'une entreprise repose sur la satisfaction de ses clients et collaborateurs. En effet, les consommateurs se montrent toujours plus exigeants sur la qualité de leur expérience dont les moindres détails comptent au moment d'effectuer un achat ou encore de voyager ou de se distraire. Pour les RH, la question de la satisfaction des salariés et, in fine de leur fidélité, se pose également.

Un client déçu de son expérience fera baisser le chiffre d'affaires à plusieurs niveaux : il consommera moins, voire, même pourra abandonner la marque, partagera son expérience sur les réseaux et influencera ainsi de manière négative la réputation de l'entreprise, enfin le service client sera mobilisé pour traiter ses réclamations.



Pour bien gérer, il faut bien mesurer

Satisfaction client et bonne gestion de l'organisation sont étroitement corrélées. Dans ce contexte, les directions métiers doivent disposer d'indicateurs fiables et immédiatement lisibles.

Dans cette perspective, Heikki Väänänen, PDG et Fondateur de HappyOrNot a conçu en 2009 un système de mesure après avoir été lui-même déçu de son expérience dans un magasin où il avait l'habitude de se rendre.

Temps d'attente, qualité d'accueil et de service, propreté, rapidité, pertinence des réponses apportées, chaque entité peut évaluer les différents aspects clés de son produit ou service avec les bornes HappyOrNot qui collectent instantanément les feedbacks des clients. Ce marché en pleine effervescence, selon RnRMarketResearch, devrait atteindre 8,39 milliards de dollars d'ici 2019.

Le marché français

HappyOrNot possède un portefeuille client très important composé de plus de 4 000 références répartis dans 117 pays. En France, Nicolas Herz, nommé récemment Country Manager aura pour mission de développer le déploiement des bornes dans les secteurs du tourisme et plus particulièrement aéroportuaire, la distribution et la franchise, la restauration, l'univers de la propreté et du catering, et le secteur para-hospitalier (résidences seniors, ...).

« Je suis heureux de rejoindre HappyOrNot qui entre aujourd'hui dans une phase de croissance rapide. Traditionnellement en France nous sommes critiques. Les besoins sont immenses d'autant plus qu'une culture du service jusqu'ici encore peu développée se met en place. » souligne Nicolas Herz, Country Manager France.

Collecte et analyse de données

HappyOrNot propose un dispositif rapide et facilement accessible pour recueillir les retours sur la satisfaction du client et le bien-être des employés. La simplicité du processus permet de collecter des données sur une grande échelle et de manière très précise par rapport aux outils a posteriori plus conventionnels. Ces données sont ensuite transformées en indicateurs clés de performance (KPI) pour les entreprises. En outre, tous les membres de l'entreprise peuvent les lire.

Les bornes sont installées en quelques minutes avant d'être prêtes à l'emploi. Leur design se veut simple et discret dans la lignée de l'esthétique minimaliste nordique.

HappyOrNot propose trois type de plates-formes d'évaluation :

Smiley Touch™ pour une analyse détaillée

Via un écran tactile et une interface tout aussi élégante qu'intuitive, les clients peuvent préciser les éléments à l'origine de leur satisfaction ou insatisfaction. Avec 3 niveaux de questionnement, question principale, sélection de suivi et commentaire libre, l'entreprise peut comprendre avec précision ce qui doit être optimisé notamment avec les précieux verbatims client.

Smiley Terminal™, recueillir un maximum d'avis

Cette solution sans fil permet de collecter les avis par une simple pression sur un smiley. Sa simplicité d'utilisation et son accessibilité permet de recueillir un maximum de feedbacks - plus de 700 millions à ce jour.

Web Smileys™ pour le suivi des services en ligne

Un simple script permet d'intégrer ce dispositif en ligne pour mesurer l'expérience utilisateur avec la possibilité de recueillir des commentaires.

Le processus de collecte de données comprend également un logiciel sophistiqué de protection contre les abus, filtrant les entrées défectueuses ou répétitives, garantissant ainsi l'exactitude des données.

Perspectives sectorielles

HappyOrNot propose également des informations par industrie à partir de données anonymisées. Les entreprises peuvent ainsi évaluer leurs niveaux de satisfaction client et les comparer par rapport aux pratiques standards du marché.

Les données HappyOrNot peuvent révéler de grandes tendances de fond ou des problèmes potentiels propres à un secteur. Par exemple, dans la distribution, le big data extrait des

milliers de bornes révèlent que les acheteurs sont généralement satisfaits le jeudi et moins le samedi ; de là, les responsables de magasins doivent organiser leurs équipes.

Ces données issues du terrain peuvent également démystifier certaines croyances intuitives. Ainsi, contre toute attente, les statistiques ont montré que le personnel d'entreprises appartenant à différents domaines d'activité, était le plus satisfait en novembre et en décembre alors que ce sont des mois particulièrement stressants avec les objectifs de fin d'année à remplir.

À propos de HappyOrNot

HappyOrNot a été créé en 2009 par Heikki Väänänen et Ville Levaniemi à Tampere en Finlande où se trouve son siège social. Aujourd'hui l'entreprise compte plus de 4 000 clients à travers 117 pays ainsi qu'un réseau international de distributeurs composé de plus de 110 partenaires. Plus de 500 millions de feedbacks ont été enregistrés grâce aux 25 000 terminaux Smiley Terminals déployés dans les aéroports, les bureaux ou encore les points de vente dans le monde.

HappyOrNot emploie plus d'une centaine de collaborateurs et possède des bureaux en Floride. Son portefeuille client compte à son actif Ikea, Microsoft, McDonald's, l'aéroport de London Heathrow, LinkedIn et the British National Health Service (NHS).

En octobre 2017, HappyOrNot levait 14,5 millions de dollars en Série A auprès des fonds d'investissement Northzone (précoce investisseur de Spotify) et Airtree.

En 2017, l'entreprise se trouvait dans le classement de tête du FT1000 Europe's Fastest Growing Companies du Financial Times.

Pour plus d'informations : www.happy-or-not.com

Contact presse

Start'n Press

Séverine Picault

severine@startnpress.com / 06 19 45 68 29