



CRECIENDO JUNTAS EN LAS AMÉRICAS

CHALLENGE DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA
INTERNACIONALIZACIÓN



Agenda

1. Anuncios importantes
2. Introducción
3. ¿Qué es la experiencia de cliente (CX)?
4. ¿Qué es la cultura centrada en el cliente?
 - ¿Por qué tener una cultura centrada en el cliente?
 - ¿Cómo se puede medir la centricidad en el cliente?
5. Ejemplos de experiencia del cliente (CX)
6. Q&A



¡Atención!

1. Aprovecha la sesión de **Q&A (preguntas y respuestas)** para hacer preguntas.
Por favor, concéntrate en preguntas relacionadas con el tema para que tus compañeras puedan beneficiarse de estas. Evita hacer preguntas muy específicas sobre tu negocio.
2. El **chat** está reservado para los comentarios que quieras compartir.
¡Recuerda que te estamos leyendo!
3. Publica en el **foro de la clase en la Academia ConnectAmericas**, para más preguntas, sugerencias y comentarios relacionados con la clase. De este modo, tus compañeras también podrán debatir al respecto.
4. Este es un entorno de aprendizaje venimos a aprender, a equivocarnos, a reflexionar, a cambiar de opinión, **¡y todo es bueno!**
5. Si tienes algún inconveniente, contáctanos en: creciendojuntas@connectamericas.com
6. No olvides completar la encuesta al finalizar la clase para darnos tu feedback
<https://forms.office.com/r/KvyJpWjdvK>
¡Lo tendremos en cuenta para las próximas clases!

Maria Giselle Barraza

Gerente Senior – Transformación de Negocios

Giselle es Gerente Senior de la práctica de Consultoría en Transformación de Negocios e Innovación en EY con más de 6 años de experiencia en consultoría, trabajando en proyectos de transformación digital, administración de proyectos y experiencia del cliente para industrias de consumo, seguros, oil & gas y otras.

Anteriormente se desempeñó en los sectores público y privado en donde realizó actividades como el análisis de negocios para llevar a cabo la reingeniería de procesos internos, desarrollo de planes operativos anuales para la solicitud de aprobación y ejecución de presupuestos, monitoreo de reportes de aplicación de presupuestos y desarrollo e implementación de planes estratégicos de desarrollo.

Cuenta con una maestría en Dirección de Empresas por el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE) y Licenciatura en Estudios Internacionales por la Universidad Autónoma de Sinaloa (UAS).



Agenda

1. Anuncios importantes
2. **Introducción**
3. ¿Qué es la experiencia de cliente (CX)?
4. ¿Qué es la cultura centrada en el cliente?
 - ¿Por qué tener una cultura centrada en el cliente?
 - ¿Cómo se puede medir la centricidad en el cliente?
5. Ejemplos de experiencia del cliente (CX)
6. Q&A



Repensar los clientes

En la **era digital** debemos cambiar la manera en la que **percibimos**, nos **comunicamos**, **interactuamos** y **generamos valor** para nuestros clientes



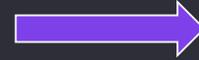
Clientes como mercado en masa



Clientes como una red dinámica



Transmitir comunicaciones a los clientes



Tener comunicaciones bidireccionales



La empresa es el influenciador clave de la marca



El cliente es el influenciador clave de la marca



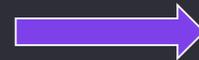
Marketing para persuadir la compra



Marketing para inspirar la compra, lealtad y abogacía



Flujo de valor en una sola vía



Flujo de valor de doble vía



Tiempo:
5 minutos

Sobre mis clientes...

Por favor accede a www.menti.com e ingresa el **código de acceso: 3403 3513**

O escanea el **código QR**



y responde las preguntas propuestas





Las empresas inteligentes se han dado cuenta de que la **fidelidad del cliente** es la herramienta de ventas y marketing más poderosa que tienen

Bill Price

Agenda

1. Anuncios importantes
2. Introducción
3. ¿Qué es la experiencia de cliente (CX)?
4. ¿Qué es la cultura centrada en el cliente?
 - ¿Por qué tener una cultura centrada en el cliente?
 - ¿Cómo se puede medir la centricidad en el cliente?
5. Ejemplos de experiencia del cliente (CX)
6. Q&A



¿Qué es la experiencia de cliente (CX)?

CX es la **impresión que tu empresa deja en el cliente**, y que hace que el consumidor se cree un concepto sobre tu marca a lo largo de las fases del proceso de relación: preventa, durante la venta y postventa.



- **1ª venta:** Es más fácil fidelizar la primera venta, aumentando las posibilidades de recomendación.
“Se necesitan 20 años para construir una reputación y 5 minutos para arruinarla. Si piensas en ello, harás las cosas de forma diferente” (Warren Buffet)
- **Fidelización:** El acto de fidelizar ocurre incluso antes de la venta, y el boca a boca o las referencias a nuevos clientes son sólo una consecuencia de una CX bien planificada.
- **Credibilidad:** Los clientes que tienen una buena percepción de tu marca están más dispuestos a recomendarla.
- **Diferencial:** Invierte en una experiencia de compra diferenciada para el público, reforzando la reputación de la marca.
- **Costos:** Reducción de costos relevantes, principalmente por la reducción de los residuos por parte de los clientes y, sobre todo, de los propios empleados.

¿Qué es la experiencia de cliente (CX)?

La CX se basa en tratar de garantizar la **máxima satisfacción de un cliente** a través de acciones personalizadas que provoquen sentimientos como:

Representatividad / reconocimiento:

sentimiento de pertenencia



Valorización / exclusividad:

demostrar que cada cliente es único



Inclusión / participación:

la opinión de los consumidores importa



Realización:

satisfacer las necesidades del cliente



Satisfacción del cliente ⇔ Fidelización del cliente ⇔ Mayor conversión

¿Qué es la experiencia de cliente (CX)?

Embudo de marketing

Es un marco para entender cómo las redes de clientes tienen un impacto tan grande en la relación de las empresas con los clientes

Esta relación incluye desde **el primer diálogo** con el consumidor -cuando se encuentra en la parte superior del embudo- hasta el ciclo en el que muestra interés por comprar el producto o servicio ofrecido y, en muchos casos, **incluso después de realizada la venta**.

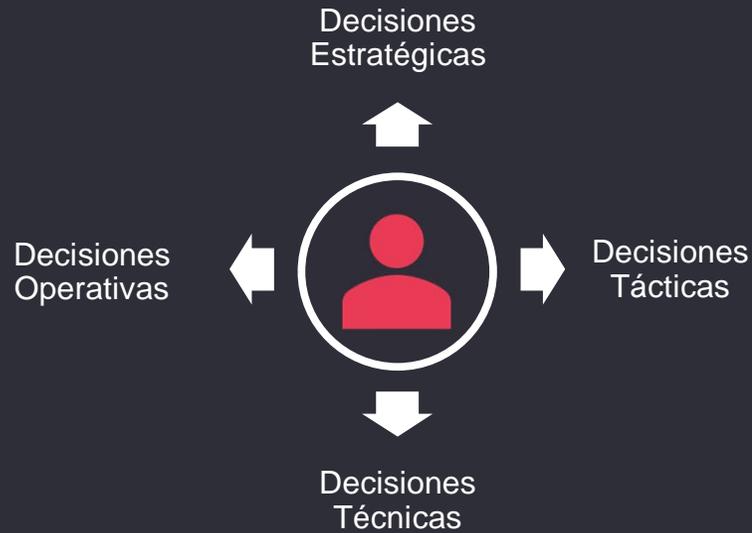


Agenda

1. Anuncios importantes
2. Introducción
3. ¿Qué es la experiencia de cliente (CX)?
4. ¿Qué es la cultura centrada en el cliente?
 - ¿Por qué tener una cultura centrada en el cliente?
 - ¿Cómo se puede medir la centricidad en el cliente?
5. Ejemplos de experiencia del cliente (CX)
6. Q&A



¿Qué es la cultura centrada en el cliente?



Cultura organizativa basada en el comportamiento y las expectativas del cliente, que es el centro de todas las decisiones de la empresa.

El cliente debe estar presente durante toda la planificación estratégica y seguir las etapas que forman parte del ciclo de ventas.

Relación Personalización y Conversión:

El **86%** de los consumidores afirma que un servicio diferenciado y exclusivo es un factor importante a la hora de comprarle o no a una marca.

Fuente: InfoSys

!Manos a la obra!



Ingresa a la **Academia ConnectAmericas** y descarga el material que se encuentra en [Tema 2 Experiencia de Usuario – Clase 1 Nivelación – Manos a la obra](#)

Tiempo de trabajo: 15 min
Presentación voluntaria: 5 min

¿Por qué tener una cultura centrada en el cliente?

- Las empresas centradas en el consumidor son un **60% más rentables**, según estudio de Deloitte
- Los clientes están dispuestos a **pagar un 86% más** por mejores experiencias, según el CEI Report
- Las empresas que invierten en la satisfacción del cliente ven aumentar un **10% la retención de clientes** y un **30% el valor de la marca**, según el estudio de Bain & Co
- El **costo estimado de la pérdida de clientes** por un mal servicio podría alcanzar los **1,6 billones de dólares**, según un informe de Accenture.



ROI – Retorno sobre la inversión (*Return over investment*)



CAC – Costo de Adquisición de Clientes

¿Cómo se puede medir la centricidad en el cliente?

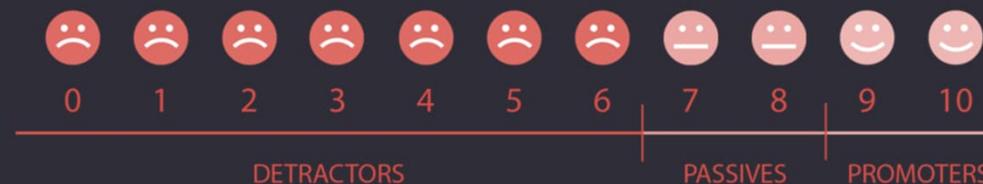


Tasa de abandono:
Representa a los clientes que ya no le compran a tu empresa.



Valor de vida (LTV – Lifetime Value):
Calcula cuánto dinero has ganado desde que una persona se convirtió en un consumidor frecuente de tu marca.

Net Promoter Score (NPS):
Indica qué clientes están insatisfechos, indiferentes y satisfechos con tu empresa.



$$\text{Smiley Face \%} - \text{Frowny Face \%} = \text{NET PROMOTER SCORE}$$

Agenda

1. Anuncios importantes
2. Introducción
3. ¿Qué es la experiencia de cliente (CX)?
4. ¿Qué es la cultura centrada en el cliente?
 - ¿Por qué tener una cultura centrada en el cliente?
 - ¿Cómo se puede medir la centricidad en el cliente?
5. Ejemplos de experiencia del cliente (CX)
6. Q&A



Ejemplos de experiencia del cliente (CX)

Considera estos malos ejemplos de CX:



Aereolineas

Recompensan a sus clientes más valiosos con millas de viajero frecuente. Pero cuando los clientes que más vuelan intentan utilizar sus millas, las aerolíneas los tratan como si fueran aprovechados.

Restaurantes de comida rápida

Son baratos y rápidos, pero a menudo dan un servicio hosco o indiferente.

Negocios online

Pueden manipular la información de la tarjeta de crédito.

Departamentos de atención al cliente

Ponen a los clientes en espera y tienen una capacidad limitada para resolver las quejas.

Ejemplos de experiencia del cliente (CX)

La voz del consumidor impacta negativamente la reputación de los negocios



USUARIO 2

Que divertido tener internet de [@TigoHn](#) 😎 se va el internet cada 5 minutos y de paso en **servicio al cliente** ponen a gente que solo te reinicia el Modem cuando eso lo puedo hacer yo solo

Translate Tweet

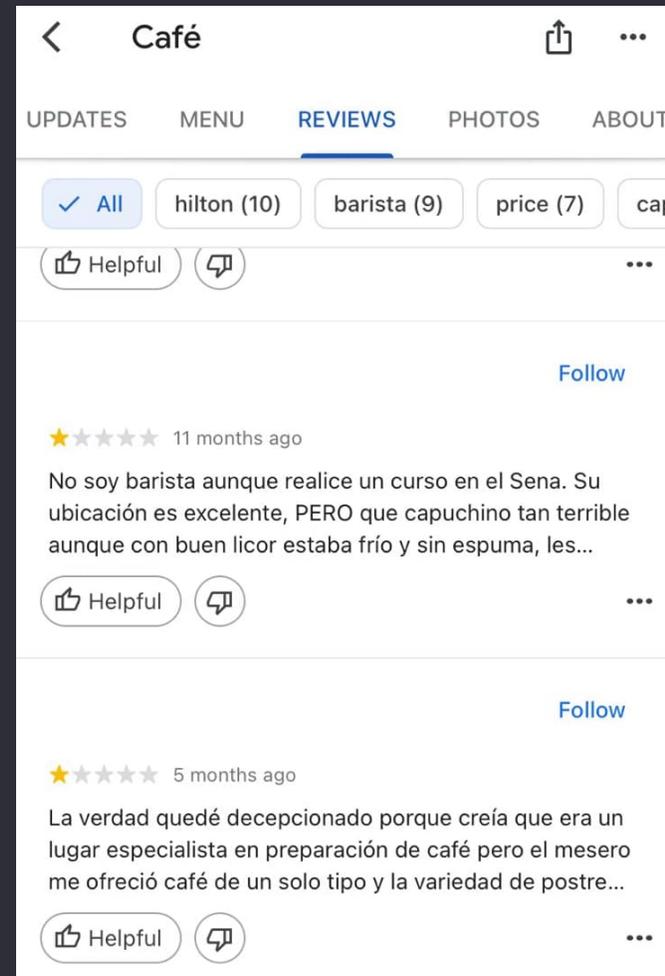
9:33 · 11/03/22 · [Twitter for iPhone](#)

Tigo Honduras @TigoHn · 2h
Replying to [@xAllan974](#)

Nos gustaría poder mejorar tu experiencia, puedes enviarnos tu caso detallado al correo agenciavirtual@tigo.com.hn para con mucho gusto ayudarte.

USUARIO 2

Ya he mandado hasta 5 correos y nunca contestan.



Café

UPDATES MENU **REVIEWS** PHOTOS ABOUT

✓ All hilton (10) barista (9) price (7) cap...

Helpful

Follow

★★★★★ 11 months ago

No soy barista aunque realice un curso en el Sena. Su ubicación es excelente, PERO que capuchino tan terrible aunque con buen licor estaba frío y sin espuma, les...

Helpful

Follow

★★★★★ 5 months ago

La verdad quedé decepcionado porque creía que era un lugar especialista en preparación de café pero el mesero me ofreció café de un solo tipo y la variedad de postre...

Helpful

Ejemplos de experiencia del cliente (CX)

Algunos buenos ejemplos de CX:



Responder rápidamente: Un cliente apreciará los tiempos de respuesta rápidos cuando quiera hacer una pregunta o destacar un problema.



Actuar en función de los comentarios: Cuando un empleado actúa sobre los comentarios que ha recibido de un cliente, le demuestra que su opinión importa.



Tener empatía: Los empleados que intentan comprender el punto de vista de un cliente hacen que éste se sienta valorado.



Mantener las opciones de autoservicio del cliente: Cuando los clientes quieren encontrar su propia respuesta a los problemas de servicio, tener una página de preguntas frecuentes actualizada o una base de artículos de conocimiento puede ser muy útil.



Ofrecer una asistencia omnicanal: Los diferentes canales de comunicación pueden servir de apoyo a los clientes que tienen agendas muy ocupadas o que desean flexibilidad en la forma de conectar con las empresas. Sus empleados deben estar preparados para ofrecer asistencia por correo electrónico, teléfono, chat y redes sociales.



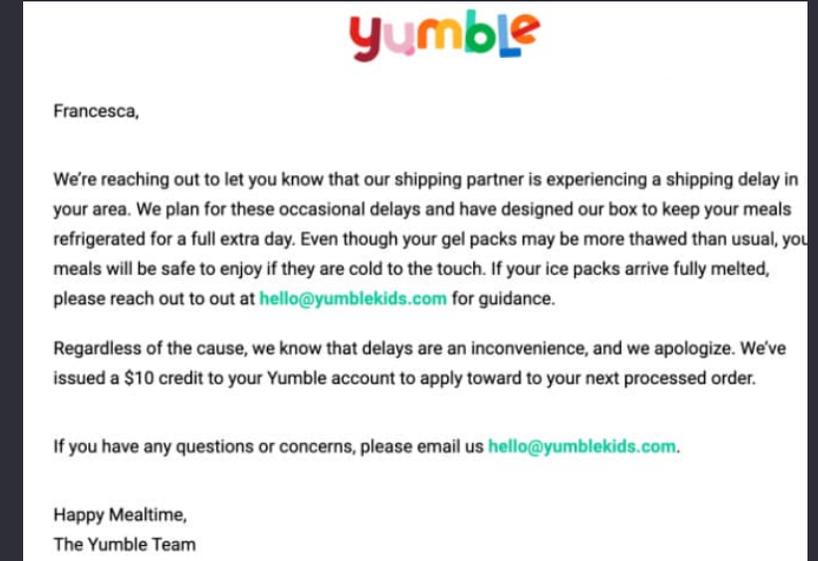
Ir más allá: Cuando un empleado ofrece un valor más allá de las expectativas del cliente o añade un toque personal a la experiencia, puede dejar una impresión positiva y aumentar la fidelidad del cliente.

Ejemplos de experiencia del cliente (CX)

1. El dueño de la tienda que recuerda -y aprecia- a los clientes que repiten



2. La tienda online que resuelve los problemas de envío de forma proactiva



3. El minorista que encuentra una forma de solucionar la falta de stock



Q & A

¡Gracias!

Nos vemos el próximo martes



Por favor, accede al siguiente link y danos tu feedback sobre la clase de hoy:

<https://forms.office.com/r/KvyJpWjdvK>

Tu opinión es muy importante para nosotros.