InnoCámaras

WEBINAR

LA GESTIÓN DE EXPERIENCIA DE CLIENTE

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

UNIÓN EUROPEA

Cámara de Comercio de España

Cámara Sevilla

InnoCámaras

Bienvenid@

Esta iniciativa se encuentra en el marco de los programas de mejora de la competitividad y está cofinanciado por FEDER y Cámara de Sevilla

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

UNIÓN EUROPEA

Cámara de Comercio de España

Cámara Sevilla

Reglas del Webminar

Micros Apagados

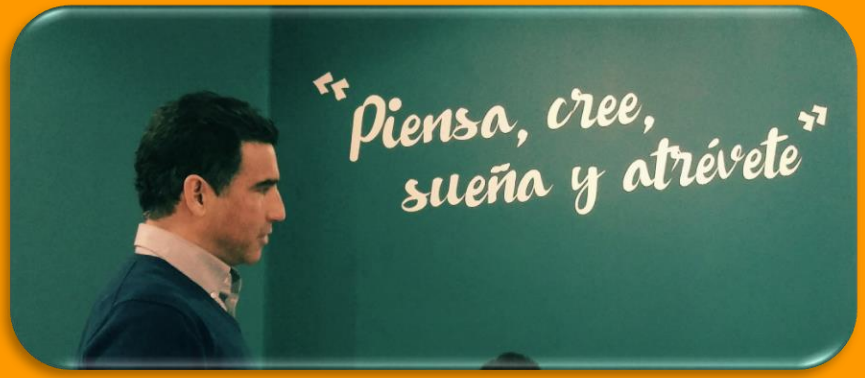
Dudas por el Chat

Rellena el Formulario

Sergio Guerrero Chamero

moderniza consultores

Director y formador en Moderniza Consultores



Sergio.guerrero@modernizaconsultores.es

INDICE DEL CURSO EXPERIENCIA DE CLIENTES

Moderniza consultores

Módulo 1: Estrategia en la Experiencia de Cliente.

- Retos y tendencias de la gestión de clientes
- Experiencia de cliente como estrategia de diferenciación
- Principios de la experiencia de cliente

Módulo 2. Diagnóstico de la experiencia del cliente.

- Herramientas de la Experiencia de Clientes
    - Los arquetipos de clientes.
    - El customer journey del cliente
    - Identificación de los Momentos de la Verdad (MOTs)

OBJETIVOS

- ✓ Aplicar los principios, herramientas y operativas Customer Experience para llevar al cliente al centro de la compañía.
- ✓ Conocer las herramientas de Experiencia de Cliente y saber seleccionar las que mejor se adaptan a tu organización.
- ✓ Demostrar el valor de la Experiencia de Cliente y conseguir el compromiso de los principales protagonistas de la empresa.

Buscamos Fans, no clientes...

Buscamos Fans, no clientes...

✓ *Experiencia de cliente como estrategia de diferenciación*

moderniza consultores

¿ QUE ENTENDEIS POR EXPERIENCIA DE CLIENTES ?

¿Cómo DEFINIMOS la Experiencia de Clientes?

"El cliente ya no elige un producto sólo por la ecuación del coste beneficio, sino por la vivencia que ofrece antes y durante su consumo".?

moderniza consultores

¿Cómo DEFINIMOS la Experiencia de Clientes?

«la práctica de diseñar y reaccionar a las interacciones de los clientes para cumplir o exceder sus expectativas, y así incrementar su satisfacción, lealtad y promoción«.

Esto si es una Experiencia....
Ikea campaña navidad

Esto si es una Experiencia….

¿Como piensas que será la experiencia una vez en la tienda…?

Mi experiencia personal con….

- Y como cargarse los que debería ser una buena experiencia de clientes….

TENDENCIAS Y RETOS EN LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Estrategia en la Experiencia de Cliente.

✓ TENDENCIAS Y RETOS EN LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

TENDENCIAS Y RETOS EN LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.

- ✓ Mientras el 80% de las empresas cree que da un servicio excelente a sus clientes, tan sólo el 8% de los clientes considera que recibe un servicio de alta calidad

(Global Consumer Pulse Study, Accenture)

TENDENCIAS Y RETOS EN LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.

- Más del 80% de los clientes insatisfechos (detractores) consideran que la compañía con la que trabajan no merece su fidelidad y se encuentran en alto riesgo de baja.

(Global Consumer Pulse Study, Accenture)

TENDENCIAS Y RETOS EN LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.

- El 66% de los consumidores que se cambiaron de compañía lo hicieron debido a un mal servicio.
- Por otra parte, el 85% de las bajas debidas a mal servicio podían ser evitables.

(Global Consumer Pulse Study, Accenture)

TENDENCIAS Y RETOS EN LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.

A partir de estos resultados se pueden identificar las siguientes tendencias en los modelos de relación y atención al cliente para los próximos años.

TENDENCIAS Y RETOS EN LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.

- Continúan las estrategias basadas en el cliente.

TENDENCIAS Y RETOS EN LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.

- Transformación en los canales de relación entre compañías y clientes.

Es necesario una mejora de la experiencia web y contar con expertos y tecnologías que permitan resolver en este canal un porcentaje muy importante de las consultas y necesidades de los clientes

TENDENCIAS Y RETOS EN LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.

- ✓ La atención presencial y telefónica seguirá siendo relevante.

El teléfono continuará siendo el principal canal de contacto no presencial y la relación presencial la que debemos de ir sustituyendo.

TENDENCIAS Y RETOS EN LA GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.

- ✓ Invertir en las personas y empoderarlas frete al cliente….

Las personas son las que crean las experiencias y marcarán la diferencia en la relación con el cliente.

ANTES DE EMPEZAR A TRABAJAR

Conocemos a nuestro clientes.

Estrategia de las empresas en la crisis?

- El 85 % de las empresas optaron por una estrategia de precios.

Yo lo pongo barato…..

Pues… yo más barato

Reventamos los márgenes de las compañías..

Estrategia de las empresas en la crisis?

moderniza consultores

- Existen dos opciones estratégicas

Estrategia de Precios …..

Estrategia de difenciación.

Más del 75 % de los clientes pagaría más por una mejor experiencia

moderniza consultores

¡¡Tú NO te dedicas ahora a producir productos o servicios...!!.

moderniza consultores

- ¡¡Tú te dedicas ahora al negocio de la empatía y la creación de valor!!.

¿Coinciden tus prioridades con las del Cliente?

- ✓ Debemos reflexionar sobre esta cuestión.

Intereses de los directivos.

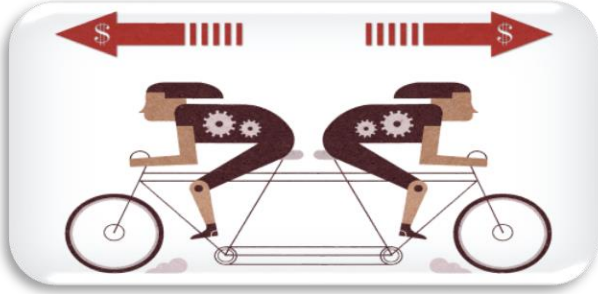
Intereses de los clientes.

¿Coinciden tus prioridades con las del Cliente?

- Debemos reflexionar sobre esta cuestión.

Intereses de los directivos.

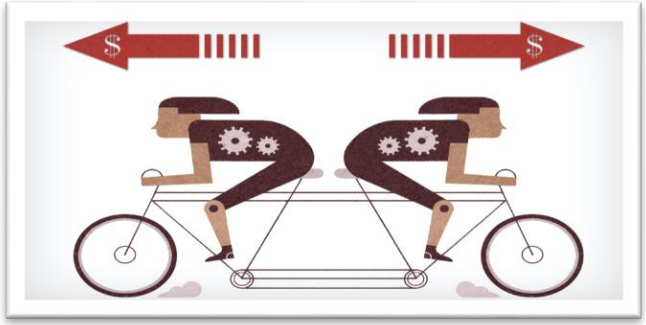
Intereses de los clientes.



¿Coinciden tus prioridades con las del Cliente?

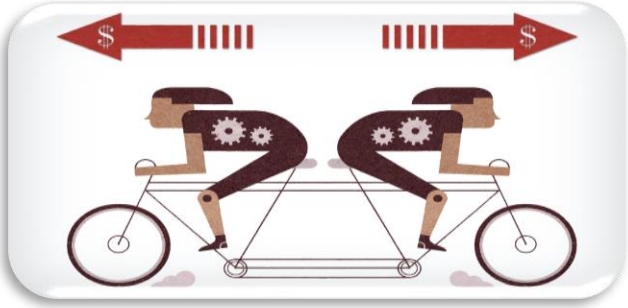
Intereses de los directivos.

- Optimizar recursos.
- Optimizar costes.
- Optimizar inversiones.
- Optimizar, optimizar…..



¿Coinciden tus prioridades con las del Cliente?

Intereses de los Clientes



- Me soluciona mi problema?
- Me es fácil y rápido?
- Qué esfuerzo me requiere ser tu cliente?..

¿Coinciden tus prioridades con las del Cliente?

- Si no coinciden ……

¡¡Tienes un problema!!!

Intereses de los directivos.

Intereses de los clientes.

¿Pero, quien le pregunta a los clientes como les tratamos?

- Pero….¿ Quién tiene planificado acciones para mejorar las relaciones con los clientes?

No decepciones a tu cliente, gestiona sus expectativas.

¿Cómo afectan en la experiencia del cliente?

¿Conoces cuáles son y cómo se forman las expectativas de tus clientes?

¿Pueden tener estos dos hoteles la misma valoración en Booking?

Las expectativas son el **termómetro interno** de los clientes para valorar las experiencias que viven en la relación que mantienen con las compañías.

Para mejorar la experiencia del cliente es determinante **conocer las expectativas** que tienen en la relación que mantienen con la compañía.

Como clientes generamos rechazo ante aquellas situaciones en las que no sucede como mínimo lo que esperamos y en el modo que lo deseamos.

El objetivo por lo tanto debe ser siempre superar o mejorar las expectativas de las personas en cualquiera de los contactos que mantienen con la empresa previo, durante o post compra.

Superando mis e

Herramientas para el diagnóstico de la experiencia del cliente.

1. El Mapa de Empatías.
2. Definimos los arquetipo de clientes (Buyer personas).
3. Cómo construir el Customer Journey.
4. Identificación de los Momentos de la Verdad (MOTs).

- ¿Y cuales son las nuevas herramientas con las que tenemos que trabajar?

Mapa de empatía.

Arquetipos de Clientes.

Adult for a Pediatric Patient

Sarah Richmond
Adult for a Pediatric Patient

“Sarah uses mobile technology for information, most shopping needs and for contact with her ‘network’ of other Moms.”

Profile: Sarah Richmond

Sarah is a 35-year old lawyer who lives on the Upper West side. She is married to Steve, a senior executive in an advertising firm. They have one child, a six-year old boy named Philip. Sarah is pregnant, expecting her second child.

TECHNOLOGY /WEB SAVVY

Both Sarah and Steve have high proficiency with technology and the use of the web. Both are very dependent on the web and use of social media. Sarah uses mobile technology for information, most shopping needs and for contact with her “network” of other Moms. She has a listserv of other professionals in her Upper West Side community and they readily ask questions of each other and exchange information on a daily basis - from the best contractors to searching for a doctor who treats a certain condition. Sarah takes her ipad/iphone with her at all times. Sarah is active on Facebook and is always “on the go” balancing work and home life and being a Mom. It should be noted that their six-year old son is also computer savvy. Computers are part of his everyday life - a course taught in his elementary school and a source for playing games.

EXPERIENCE IN HOSPITAL SYSTEMS

Both Sarah and Steve have elderly parents. Sarah’s Mom and Dad have been hospitalized for a heart condition and an orthopaedic condition, respectively, within the past two years. While she trusts her parents’ primary care physician as an important source for information and referrals, both Sarah and Steve do a tremendous amount of research online to make sure that their parents are receiving the best possible choice in care. They are savvy people, studying outcomes and researching doctor profiles. They are attuned to hospital rankings from independent sources. They expect web information to be easily organized and just a click or two from the information they need. There is little patience for inefficiency as time is their most precious resource.

AFFECTED PEOPLE

Sarah
Steve
Their children, Philip and the new baby

SCENARIOS

1. Sarah had a 20-week ultrasound at her OB/GYN. The doctor noticed an ‘unusual’ fetal development in the heart. Sarah is very concerned and looking for a place to get an opinion with experts specializing in this field. She wants to find a place where they will take care of her in the complete sense - knowing she has doctors and a team of specialists where both Mom and baby can successfully and uneventfully make it through this pregnancy.

2. Sarah and Steve’s oldest boy just fractured his ankle playing soccer in an after school club. They have heard about Hospital for Special Surgery (who hasn’t?) but wonder if it’s the best place to take a child. They are not sure what to do and begin to look online.

MOST RELEVANT MODULES

- PH 1-877-NYP-WELL
- D Find a Doctor
- RA Request an Appointment
- R Get a Referral
- SP Find a Specialist
- HL Health Library
- PG Patient Guides
- EH Emergency Information
- CT Clinical Trials Information
- L Service Locations
- UL User Location

FUNCTIONAL MODULE GROUPS (ATOMS)

- EMERGENCY
- UTILITIES
- SITE NAVIGATION
- PHYSICAL WAYFINDING
- FINDING DOCTORS
- TRANSACTIONAL SERVICES
- PUBLISHED CONTENT
- SUBSCRIPTIONS
- AFFILIATION & REPUTATION
- MULTIMEDIA
- PROMOTIONAL
- FEEDBACK
- EXTERNAL WEB PROPERTIES

EMERGENCY
- E Emergency Information

UTILITIES
- S Search
- T Tools
  Bookmark, Email, Print, RSS
  Social Media Links

SITE NAVIGATION
- N Navigation

PHYSICAL WAYFINDING
- L Service Locations
- UL User Location
- M Maps
- DI Directions
- I Contact Information
- CC Call Center

SUBSCRIPTIONS
- E E-Newsletter Sign-up
- CT Clinical trials recruitment

FINDING DOCTORS/ MAKING APPOINTMENTS
- D Find a Doctor
- SP Find a Specialist
- PH 1-877-NYP-WELL
- RA Request an Appointment
- R Get a Referral
- RP Refer a Patient

TRANSACTIONAL SERVICES
- MY myNYP.org
- OB Online Bill Payment
- VC View My Chart
- RX Refill a Prescription
- G Make a Gift

PUBLISHED CONTENT
- HL Health Library
- CS Clinical Services
- PG Patient Guides
- OC Outcomes
- CT Clinical Trials Info
- NN Hospital News
- EV Hospital Events
- PA Public Affairs Content

MULTIMEDIA
- V Embedded Video
- EV Externally Hosted Video
- F Flash Multimedia Features
- AP Audio podcasts
- M Blausen Media Animations

AFFILIATION & REPUTATION
- PP Association with Cornell and Columbia
- A Accolades

PROMOTIONAL
- AF Advertising Feature

FEEDBACK
- S Survey Tool

EXTERNAL WEB PROPERTIES
- CA NYP Careers
- IN NYP Infonet
- BM Broadcast Med
- WC Weill Cornell Medical College
- CU Columbia University Med Center

CUSTOMER JOURNEY MAP

Y por donde empezamos para analizar la Experiencia de cliente…?

1. Identificar los principales Arquetipos (de 3 a 6) .
2. Hacer mapa de Empatias para el cliente.
3. Hacer un C.Journey general.
4. Hacer un C.Journey para cada arquetipo.
5. *Decidir sobre los resultados*

Identificar los principales Arquetipos (de 3 a 6) .

Hacer mapa de Empatias para el cliente.

Hacer un C.Journey general.

Hacer un C.Journey para cada arquetipo.

Decidir sobre los resultados

6 LEYES FUNDAMENTALES SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DEL CUSTOMER EXPERIENCE

- Existen 6 leyes fundamentales sobre el funcionamiento del Customer Experience.

Estrategia en la Experiencia de Cliente.

- 1.Toda interacción crea una reacción personal.

Es necesario generar algún tipo de emociones para generar esa experiencia.

- 2. Las personas son inconscientemente egocéntricas.

Cambia el foco hacia el cliente.

moderniza consultores

- 3. El conocimiento del cliente y compartirlo fomenta la alineación interna.

Tener el foco fuera es la cura para mantener el orden dentro de la organización.

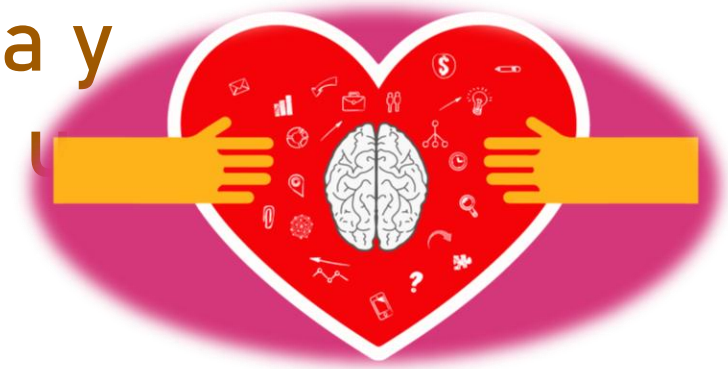
Estrategia en la Experiencia de Cliente.

- ✓ 4. Empleados poco comprometidos no consiguen comprometer clientes.

Y es que la experiencia de los clientes dependen de la de los empleados.

Estrategia en la Experiencia de Cliente.

- 5. Los empleados hacen lo que se mide: incentiva y celebra. Debes generar un ambiente que permita cuidar el CX.



Estrategia en la Experiencia de Cliente.

- 6. No puedes aparentar que el Customer Experience es una prioridad para tu empresa.

- Debes estar realmente comprometido con CX para llevarlo a cabo de forma correcta.

Estrategia en la Experiencia de Cliente.

La Experiencia de Cliente es la propuesta de valor completa ofrecida al cliente, e incluye el uso del producto o servicio y todas las interacciones en los puntos de contacto antes y después del proceso de compra..

Gracias por vuestra asistencia

¡¡Fin del curso!!

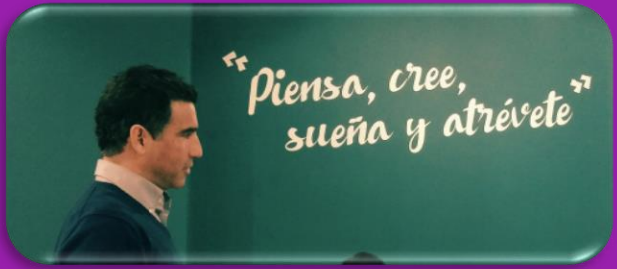
Sergio Guerrero.

Datos de contacto:

Sergio.guerrero@modernizaconsultores.es

Móvil: 629 543 423.

www.modernizaconsultores.es



Por Favor **Rellena el Formulario**!!!!

Todos los que lo rellenen tendrán**:**