

Cómo reforzar tu negocio trabajando el Customer Experience



Financiado por:



Fernando de los Ríos



Licenciado en Periodismo y MBA especializado en marketing y reputación corporativa.

Co-fundador de Klimway, consultoría estratégica en proyectos de transformación digital.

Ayudo a organizaciones y profesionales a adaptarse al entorno digital para ser más productivos y eficientes.

 [linkedin.com/in/fernandodelosrios](https://www.linkedin.com/in/fernandodelosrios)

Qué vamos a ver

1. Qué es el Customer Experience
2. Cuáles son sus grandes claves
3. Cómo implementarlo en tu negocio
4. Herramientas de apoyo

Qué es el Customer Experience

Cómo lo definimos

El concepto de experiencia de cliente hace referencia
al recuerdo o imagen que genera una marca
en el consumidor a consecuencia
de su relación con esta.

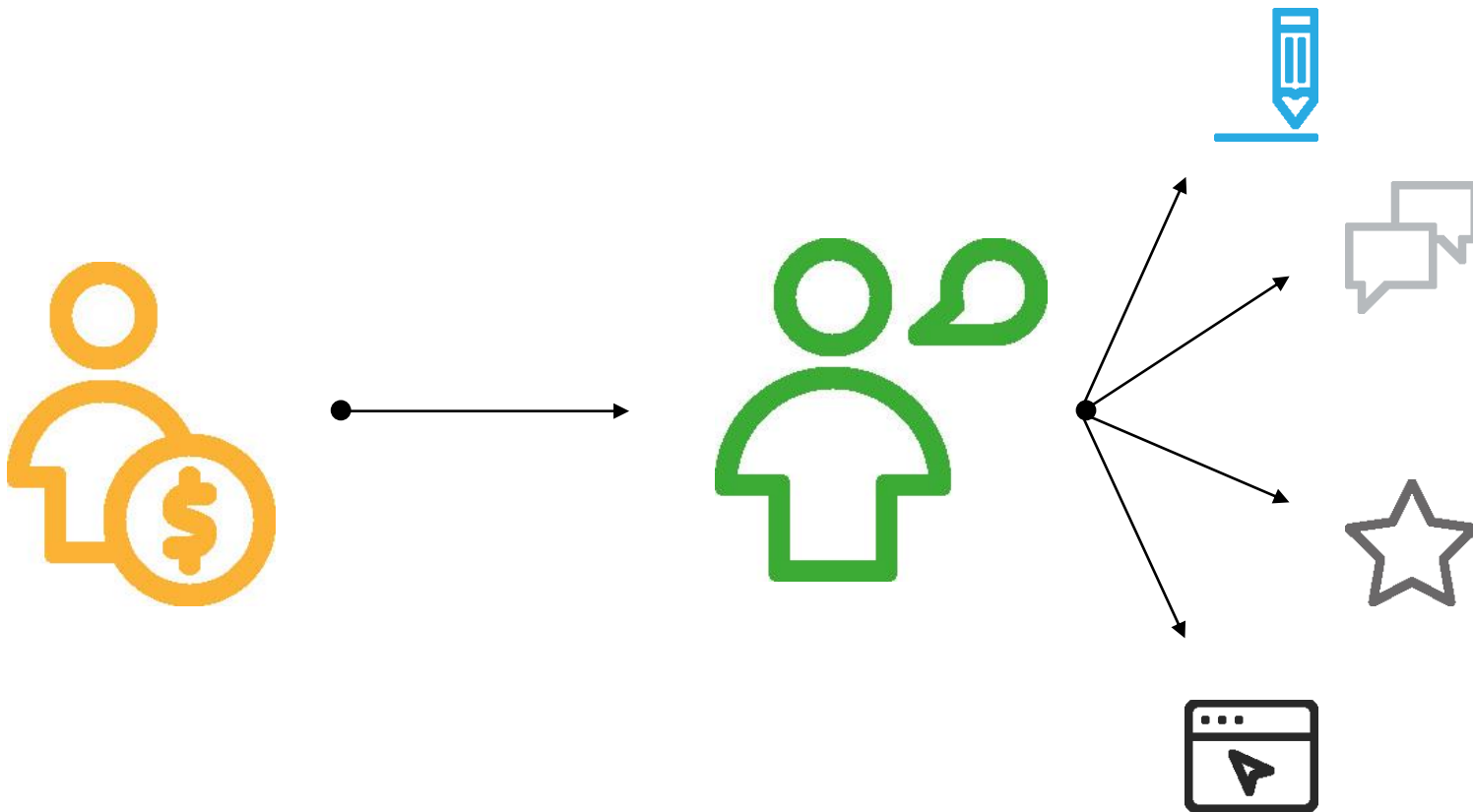
Cómo lo definimos

La experiencia de cliente se configura por tanto como la **suma de sensaciones, percepciones y opiniones** que el consumidor adquiere sobre una determinada marca y/o empresa.

Cómo lo definimos

La experiencia de cliente no es sólo marketing.
Se trata de un ejercicio transversal que debe **implicar a la mayoría de departamentos** y personal de la empresa.

Por qué es importante



Cuándo funciona

Cubrir **necesidades**

Satisfacer **deseos**

Generar **emociones**

Qué ventajas tiene

- ✓ Reduce costes de captación.
- ✓ Homogeniza procesos internos.
- ✓ Minimiza quejas y reclamaciones.
- ✓ Aumenta la fidelización a la marca.
- ✓ Permite destacar frente a competidores.
- ✓ Genera mayores beneficios económicos.

Las claves del Customer Experience

Personalidad de marca única

1

Diferenciarse no a través del qué ofrecemos, sino mediante el **cómo lo hacemos.**

A photograph of an astronaut in a white spacesuit floating in space next to a large, silver, cylindrical balloon capsule. The capsule has several logos and text on it, including "ZENITH SWISS WATCH MANUFACTURE" and "MISSION TO THE EDGE OF SPACE". The astronaut's suit has a "Red Bull" logo on the leg. The background shows the Earth's horizon and the dark void of space.

Giving Wings to People and Ideas

Implicación corporativa

2

Involucración natural desde el seno de la empresa hacia **todos los empleados**.


An astronaut in a white spacesuit with a gold visor helmet is giving a thumbs-up gesture. The astronaut is standing in front of a large blue NASA logo on a white pedestal. The background shows a clear blue sky with some clouds and a building with a sign that says "MAX".

Mr President, I'm helping put a man on the moon

Orientación al consumidor

3

Mover el foco del producto **hacia el cliente** y construir siempre alrededor de este.

An aerial photograph of a large, circular building with a distinctive blue and white facade. The building is surrounded by lush greenery and a cityscape in the background. The text is overlaid on a semi-transparent blue band across the center of the image.

*We aren't merely creating products.
We're creating something magical for the
person who uses it.*

Potenciación de las interacciones

4

Promover y facilitar que los consumidores **hablen de tu marca** y la recomienden.



Millions of times each week a customer receives a drink from a Starbucks barista, but each interaction is unique



Cómo implementar el Customer Experience

Análisis de situación



Realiza un **diagnóstico interno** para averiguar cómo es la actual experiencia del cliente en tu empresa.

Análisis de situación



- ¿Conoces realmente a tu cliente?
- ¿Qué opinión tiene el consumidor de ti?
- ¿Cumple la marca aquello que promete?
- ¿Se alinean los empleados con la estrategia?

Perfil de cliente



Conoce el **perfil de tu potencial comprador** (Buyer Persona) y defínelo adecuadamente por cada segmento potencial de venta.

Perfil de cliente



- ¿Quién es y a qué se dedica?
- ¿Qué objetivos y retos le motivan?
- ¿En qué canales/medios se mueve?
- ¿Cuáles son sus necesidades y deseos?
- ¿Cómo se comporta a la hora de comprar?

Perfil de cliente

Recopilar

Estudios
Encuestas
Entrevistas
Dpto. Comercial
Campañas previas

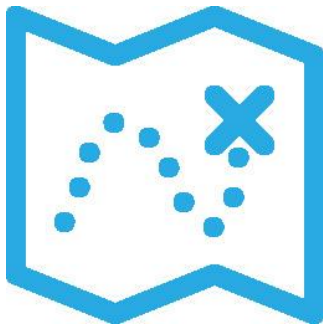
Organizar

Analizar
Priorizar
Descartar
Diferenciar
Segmentar

Definir

Características
Comportamiento
Necesidades
Deseos
Ecosistema

Customer Journey

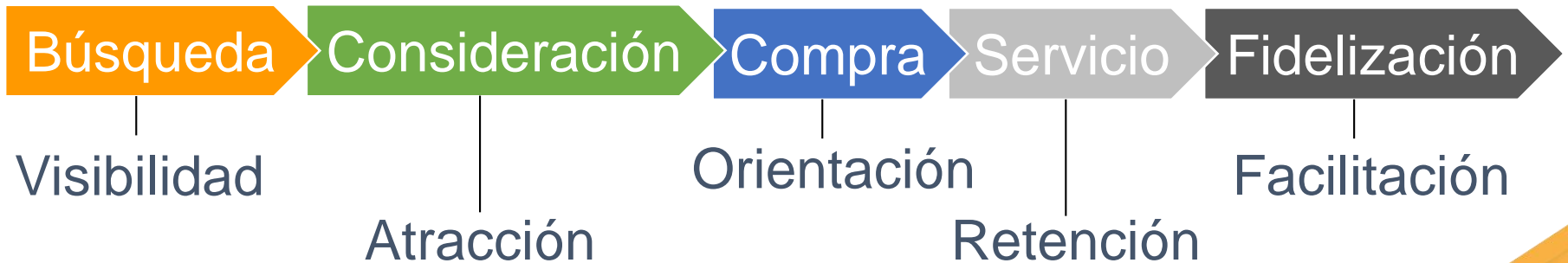
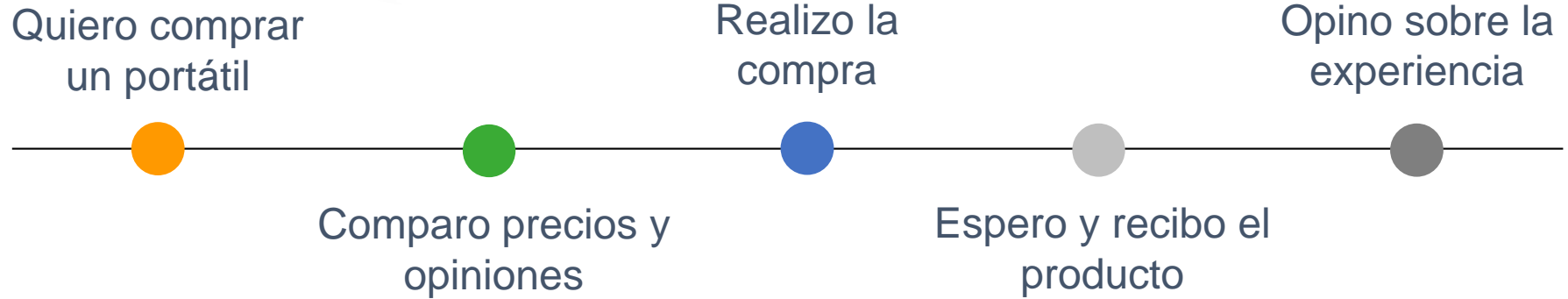


Define **cada paso del cliente**, desde que le surge una necesidad hasta que termina su relación con la empresa.

Customer Journey

Este viaje debe **incluir una compra**, pero además hay que trabajar por la satisfacción de la misma, la fidelización del cliente y su opinión favorable para atraer a otros.

Customer Journey



Cultura organizacional

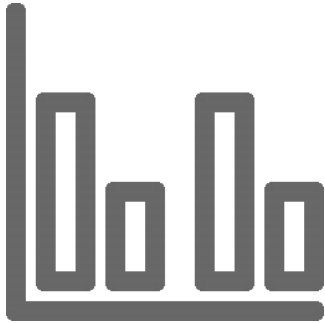


Implica a **toda la empresa** en el proceso de mejora del Customer Journey como vía para lograr una experiencia del cliente excelente.

Cultura organizacional



Medición y evaluación



Analiza toda la información que generará el Customer Journey para perseguir un objetivo de **mejora continua del proceso.**

Medición y evaluación

Qué medir

- “Puntos de dolor” a lo largo del proceso.
- Tasas de conversión y de abandono.
- Preguntas frecuentes antes de la compra.
- Opiniones tras la adquisición del producto.
- Feedback del Departamento Comercial.

Medición y evaluación

Cómo medir

- Correo electrónico tras la compra.
- Encuestas telefónicas breves.
- SMS / WhatsApp con enlace.
- Actividades en Focus Group.
- Eventos especiales.

Qué factores afectan negativamente

- Web/app poco funcionales.
- Instalaciones poco adecuadas.
- Tiempos de espera demasiado largos.
- Exceso de automatización en la gestión.
- Falta de respuestas o respuestas insatisfactorias.
- Actores poco alineados con los valores de la empresa.

Herramientas de apoyo al Customer Experience

Herramientas de apoyo

 **survio**

zendesk

HubSpot

UXPRESSIA

Enlaces de utilidad

¿Qué es el Customer Experience?

<https://asociaciondec.org/blog-dec/que-es-el-customer-experience/>

Customer Experience o Experiencia de Cliente. Guía para aplicarlo a tu empresa

<https://elviajedelcliente.com/academia/customer-experience-experiencia-cliente/>

Buyer Personas: entiende qué son y aprende a crearlas

<https://rockcontent.com/es/blog/buyer-personas/>

¿Qué es el Customer Journey y cómo puedes crearlo para tu negocio?

<https://vilmanunez.com/customer-journey/>

Customer Experience Management: Conoce 7 Herramientas Útiles

<https://debmedia.com/blog/herramientas-utiles-customer-experience-management/>

Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Gracias



Financiado por:



Coraboran:

