EXPERIENCIA DE CLIENTE

Sello a la excelencia Europea:
Reconocimiento a la excelencia en la gestión y orientación al cliente, empleados y sociedad.

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

ÍNDICE DE CONTENIDOS

EXPERIENCIA DE CLIENTE (CX)

→

¿POR QUE APOSTAMOS POR CX?

→

MODELO CX DE IBERCAJA

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

EXPERIENCIA DE CLIENTE

iberCaja

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

EXPERIENCIA DE CLIENTE

QUÉ ES LA EXPERIENCIA DE CLIENTE

1 Se entiende como experiencia del cliente toda **vivencia** que tiene este en su relación con la marca, independientemente del motivo, **NECESIDAD** o **contexto** que le lleve a relacionarse con la Entidad y del **canal** que elija para ello

2 El cliente se relaciona con la entidad a través de **INTERACCIONES** con la misma, en estas el cliente:
VIVE,
PERCIBE y
SIENTE

3 **RECUERDO**

4 Identifica con la **MARCA**

4 **RENTABLE**
Fidelidad y recomendación

iberCaja
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

EXPERIENCIA DE CLIENTE

CALIDAD DE SERVICIO VS. EXPERIENCIA DE CLIENTE

CALIDAD DE SERVICIO	EXPERIENCIA DE CLIENTE
Pone el foco en lo que **HACEMOS** como **EMPRESA**	Pone el foco en lo que **GENERAMOS** en el **CLIENTE**
Solo considera aspectos **RACIONALES**	Los aspectos racionales entendidos como inductores de **EMOCIONES**
Calidad para ser (los) **MEJORES**	Experiencia para ser y que se nos reconozca como **DIFERENTES**
Calidad para tener a un cliente **SATISFECHO**	Experiencia para tener a un cliente **VINCULADO EMOCIONALMENTE**

CX

CUSTOMER EXPERIENCE

iberCaja

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

¿POR QUÉ APOSTAMOS POR CX?

iberCaja

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

¿POR QUÉ APOSTAMOS POR CX?

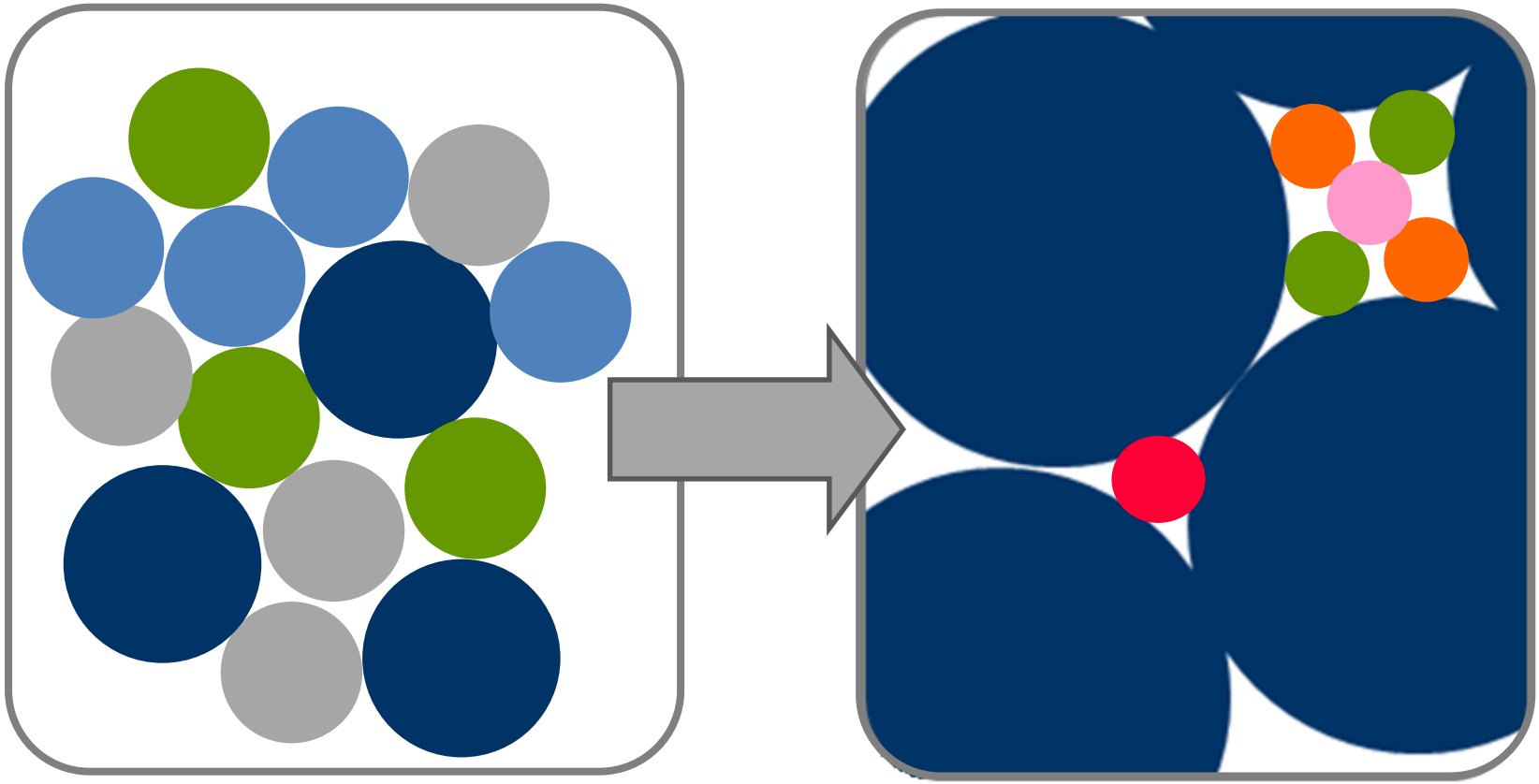
- **Necesitamos diferenciarnos…**
  - » …de modo rentable…
  - » …sabiendo que la calidad de servicio es un fortaleza sobre la que construir…
  - » …aunque no nos podemos despistar. Por riesgo de demérito propio…

iberCaja
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

¿POR QUÉ APOSTAMOS POR CX?

NECESITAMOS DIFERENCIARNOS…

El **SISTEMA FINANCIERO** ha cambiado



iberCaja
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

¿POR QUÉ APOSTAMOS POR CX?

NECESITAMOS DIFERENCIARNOS…

¿Qué **OPCIONES** tenemos?

PRODUCTO

PRECIO

PUBLICIDAD

RELACIÓN CON EL CLIENTE

iberCaja

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

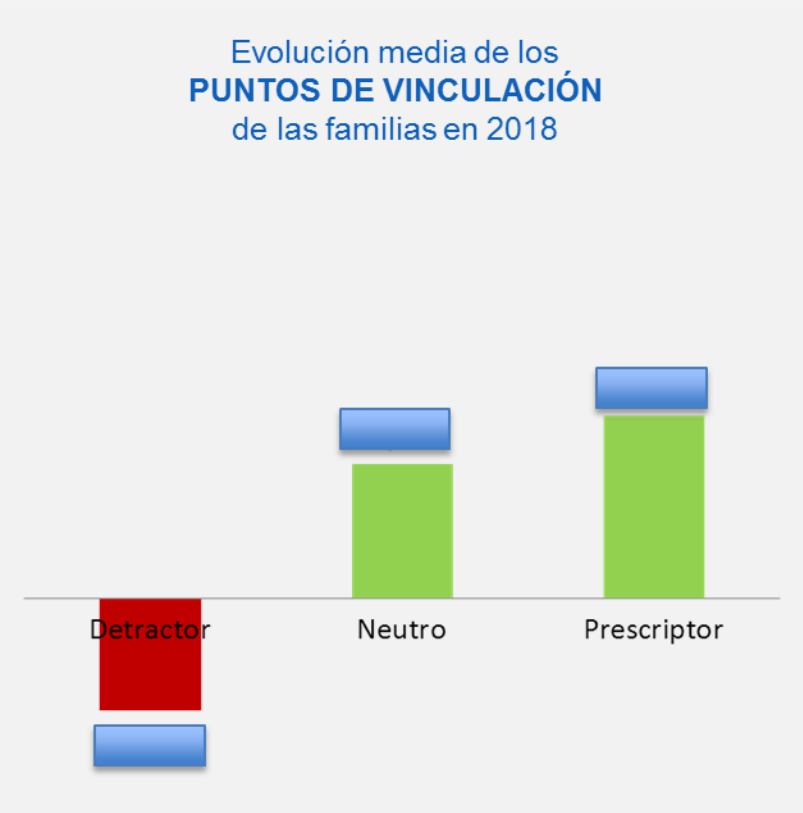
¿POR QUÉ APOSTAMOS POR CX?

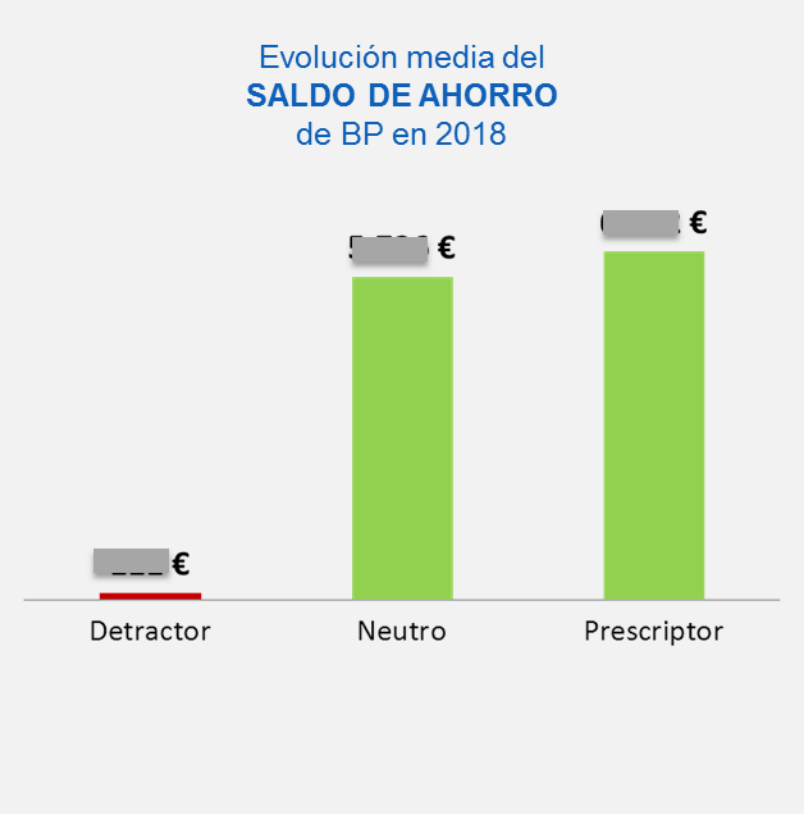
- **Necesitamos diferenciarnos…**
  - » **…de modo rentable…**
  - » …sabiendo que la calidad de servicio es un fortaleza sobre la que construir…
  - » …aunque no nos podemos despistar. Por riesgo de demérito propio…

iberCaja
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

¿POR QUÉ APOSTAMOS POR CX?

DE MODO RENTABLE…



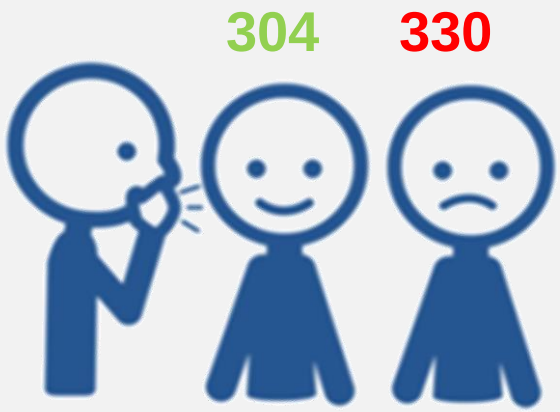


iberCaja
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

¿POR QUÉ APOSTAMOS POR CX?

DE MODO RENTABLE…

Comentarios positivos y negativos en el entorno de un Gerente Banca Personal



Consideramos un GBP que:

- Ha obtenido un 36% de clientes prescriptores y un 16% detractores (la media del Banco)
- Cuenta con una cartera de 200 clientes

Se ha demostrado que un cliente satisfecho se lo cuenta de media a 8 personas y un cliente insatisfecho lo cuenta de media a 11 personas (eso si no usa sus perfiles en redes sociales…)

Así, resulta que en el entorno de un GBP 330 personas oyendo hablar más de él y 304 bien… Y de ahí surge la posible captación.

11 indicadores que más correlacionan con la probabilidad de recomendación en el asesoramiento.

Lo que más correlaciona con asesoramiento es: ofrecer alternativas, el número de contactos al año, el interés en sus necesidades y la información sobre el estado de sus inversiones.

Los temas relacionados con precio producto/servicio (incluidas comisiones) no correlacionan apenas con asesoramiento, pero sí con la satisfacción general con la Entidad.

iberCaja
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

¿POR QUÉ APOSTAMOS POR CX?

- **Necesitamos diferenciarnos…**
  - » …de modo rentable…
  - » **…sabiendo que la calidad de servicio es un fortaleza sobre la que construir…**
  - » …aunque no nos podemos despistar. Por riesgo de demérito propio…

iberCaja
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

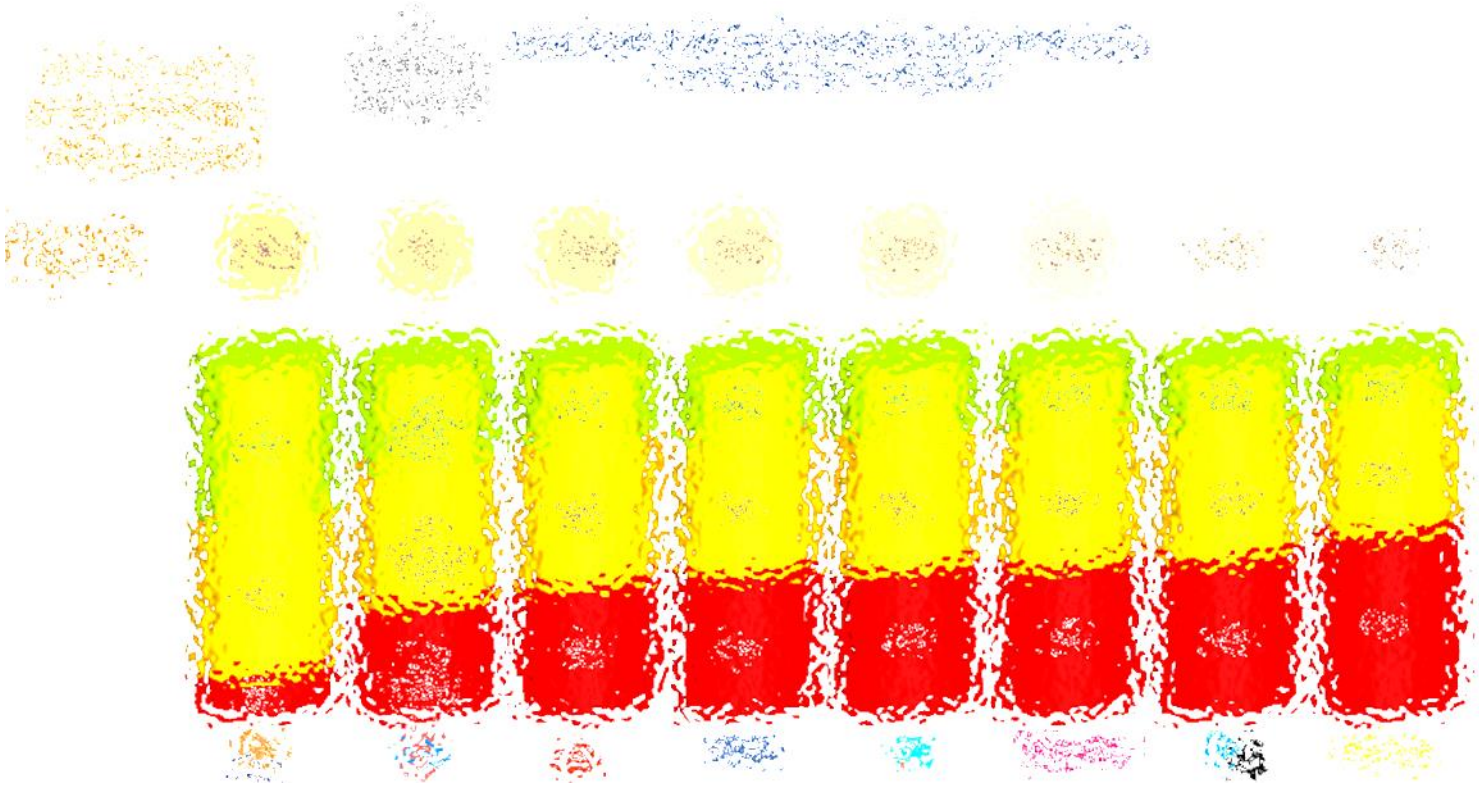
¿POR QUÉ APOSTAMOS POR CX?

… Y LA CALIDAD DE SERVICIO ES UNA FORTALEZA SOBRE LA QUE CONSTRUIR…

CALIDAD PERCIBIDA

Resultados estudio FRS Inmark 2018

Índice de Recomendación (NPS)



iberCaja

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

¿POR QUÉ APOSTAMOS POR CX?

… Y LA CALIDAD DE SERVICIO ES UNA FORTALEZA SOBRE LA QUE CONSTRUIR…

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

¿POR QUÉ APOSTAMOS POR CX?

- **Necesitamos diferenciarnos…**
  - » …de modo rentable…
  - » …sabiendo que la calidad de servicio es un fortaleza sobre la que construir…
  - » **…aunque no nos podemos despistar.**

iberCaja
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

¿POR QUÉ APOSTAMOS POR CX?

… NO NOS PODEMOS DESPISTAR

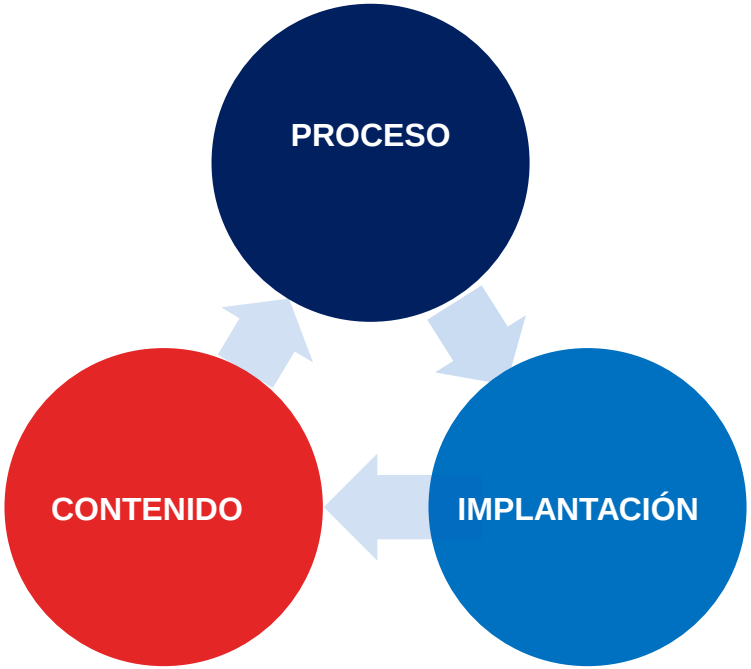
iberCaja
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

MODELO CX DE IBERCAJA

iberCaja

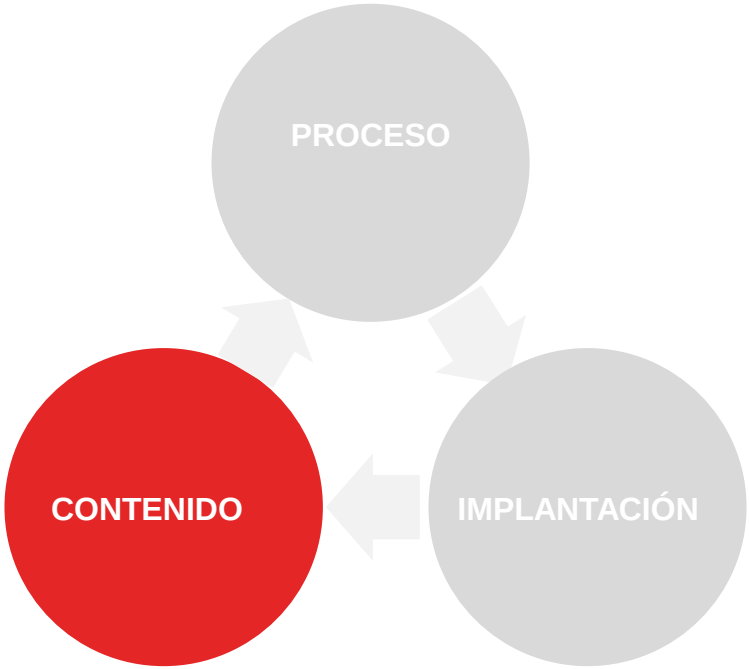
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

EL **MODELO CX** DE IBERCAJA



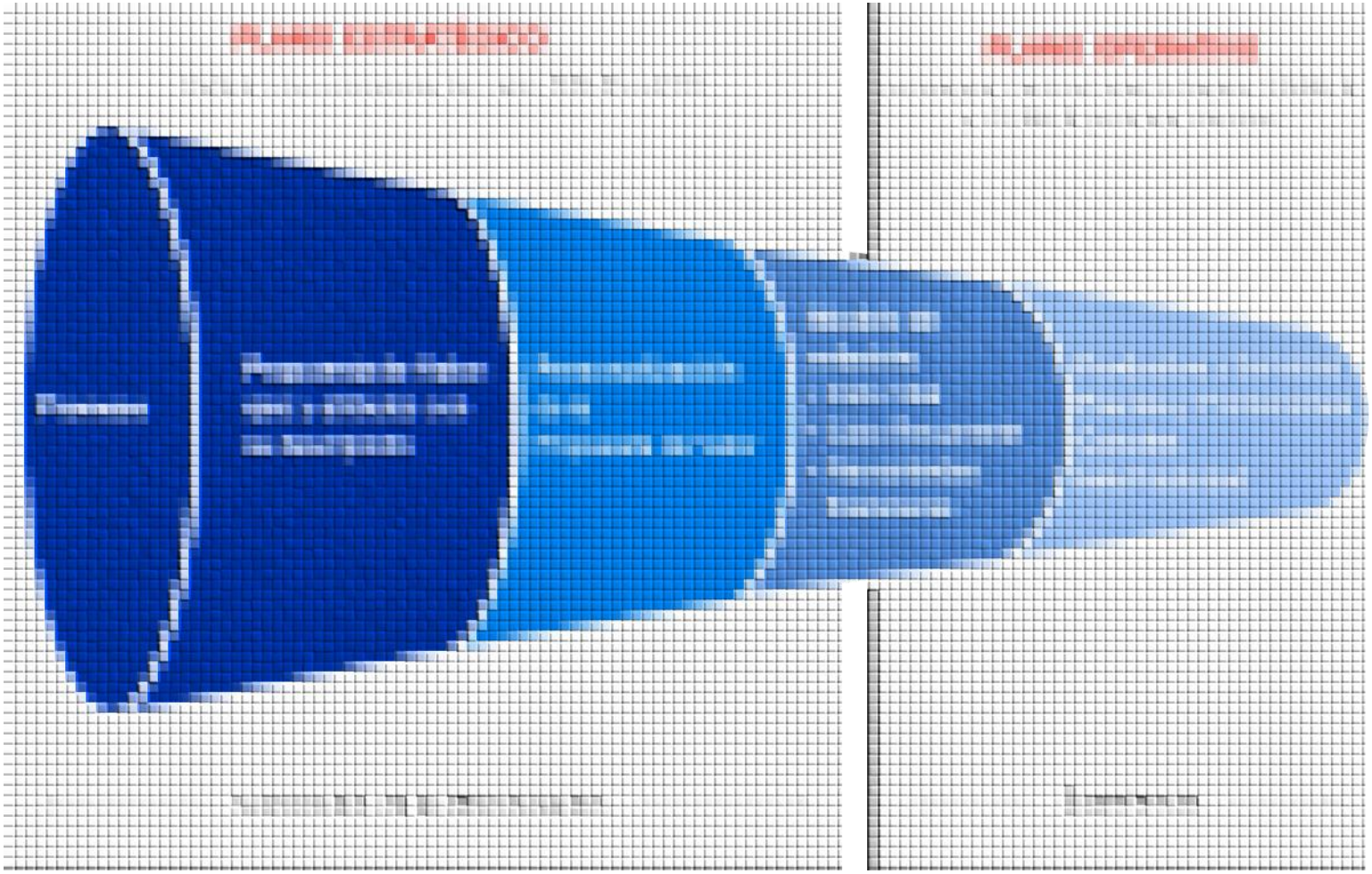
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

EL **MODELO CX** DE IBERCAJA



Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

CONTENIDO



Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

CONTENIDO

PLANO ESTRATÉGICO

PROMESA DE MARCA

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

CONTENIDO

PLANO ESTRATÉGICO

PROPUESTA DE VALOR

PROPUESTA DE VALOR

HABLAMOS CON HECHOS

PERSONALIZACIÓN

UTILIDAD

COMPROMISO MUTUO

iberCaja

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

CONTENIDO

CLIENTE → **NECESIDADES** → **SOLUCIÓN**

Comprensión profunda del cliente

Detección de **variables personales** que determinan:

- Diferentes necesidades
- Diferentes formas de relación con los clientes

Identificación de sus necesidades

- Identificación de **necesidades**:
  - Básicas
  - Como consumidor
  - Como consumidor financiero
- Identificación de los **momentos** del cliente:
  - Ciclo vital
  - Ciclo recurrente

Propuesta de Valor y "hechos" que la hacen vivible y visible de acuerdo al conocimiento de los clientes y sus necesidades

- Identificación de **hechos** que resuelvan las necesidades de los clientes y estén alineados con la Propuesta de Valor
- Traducción de los hechos en **elementos tangibles** (productos y servicios, modelo de relación con el cliente, actividad comercial, etc.)

iberCaja

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

CONTENIDO

RELACIÓN PERSONAL

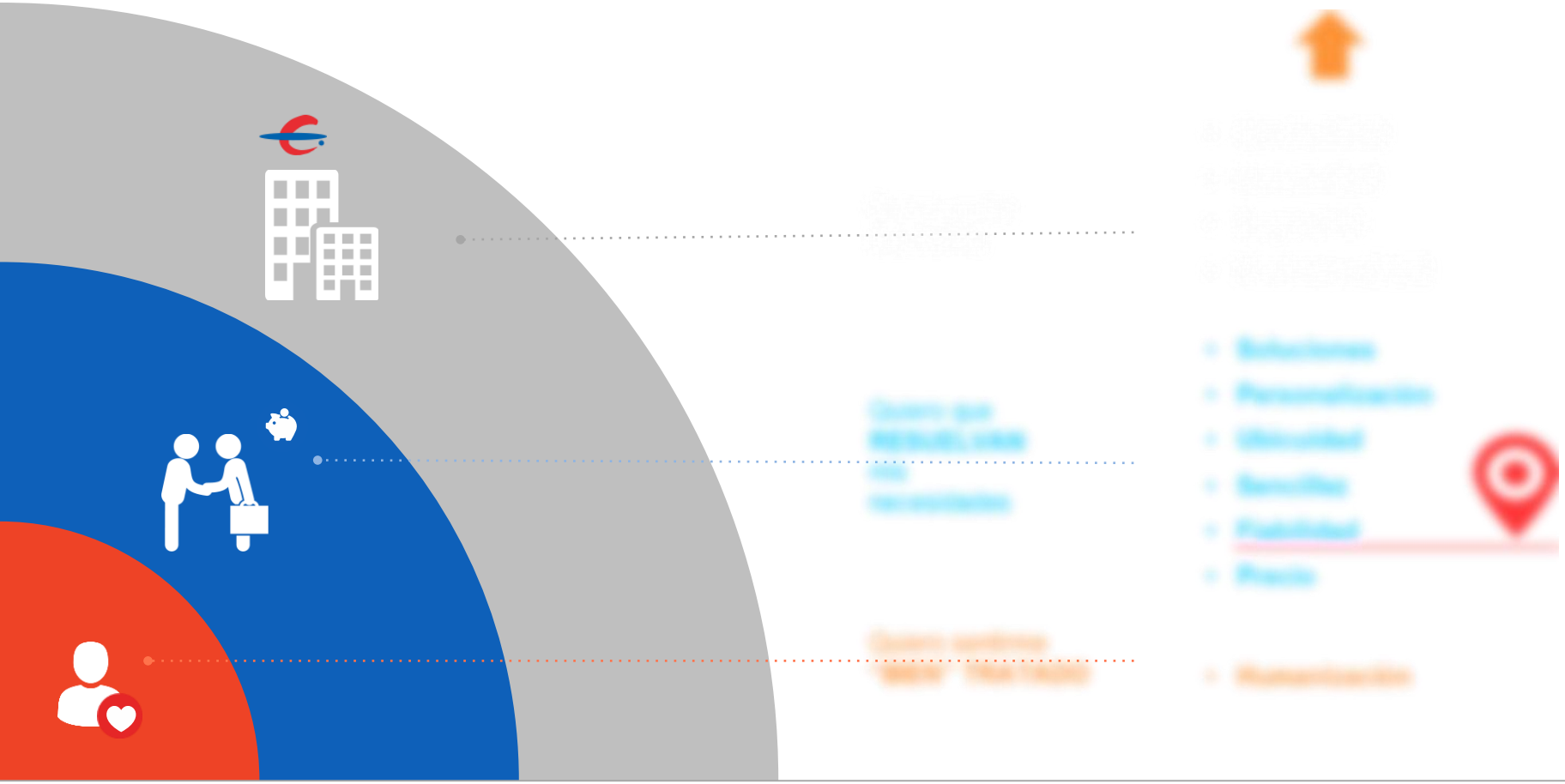
NECESIDADES CLIENTES

iberCaja

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

CONTENIDO

IBERCAJA ES PARA MI LA **MEJOR OPCIÓN**



Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

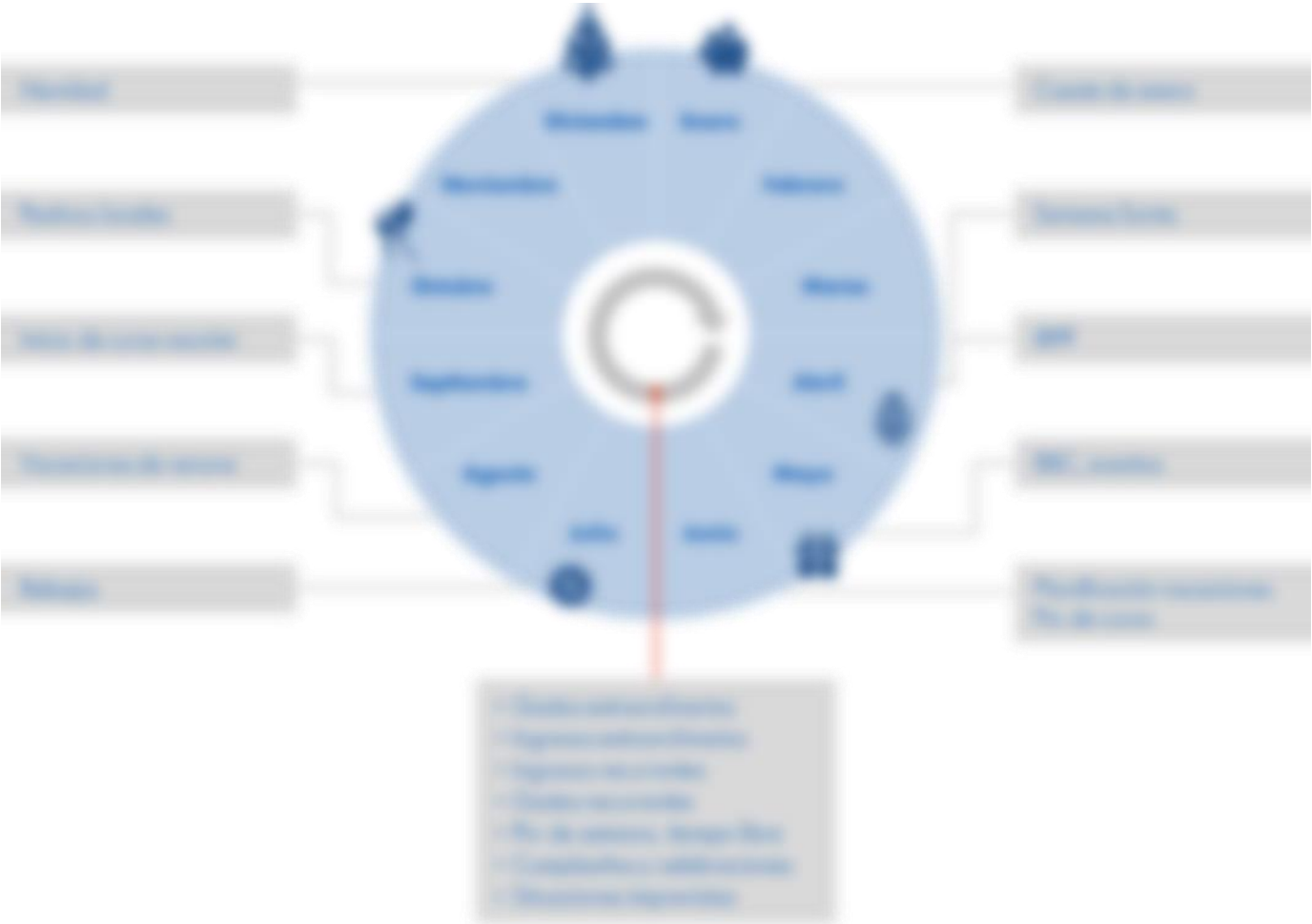
CONTENIDO

CICLO VITAL

iberCaja
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

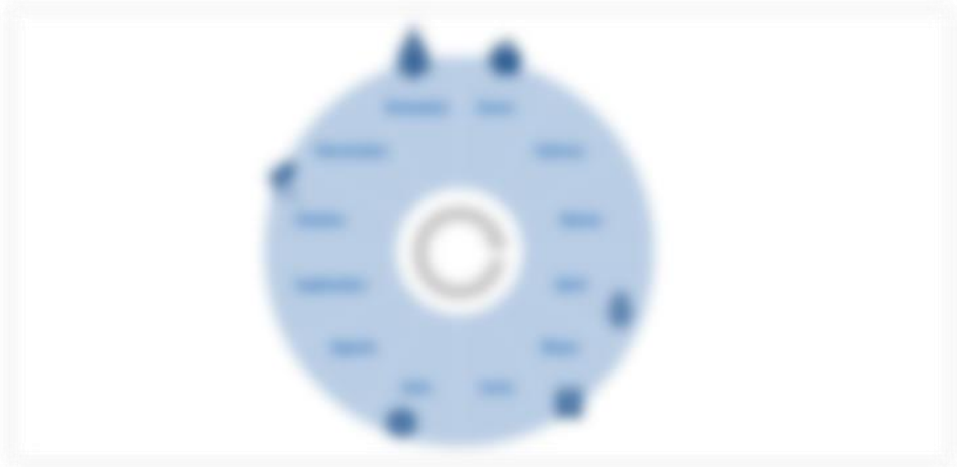
CONTENIDO

CICLO RECURRENTE



Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

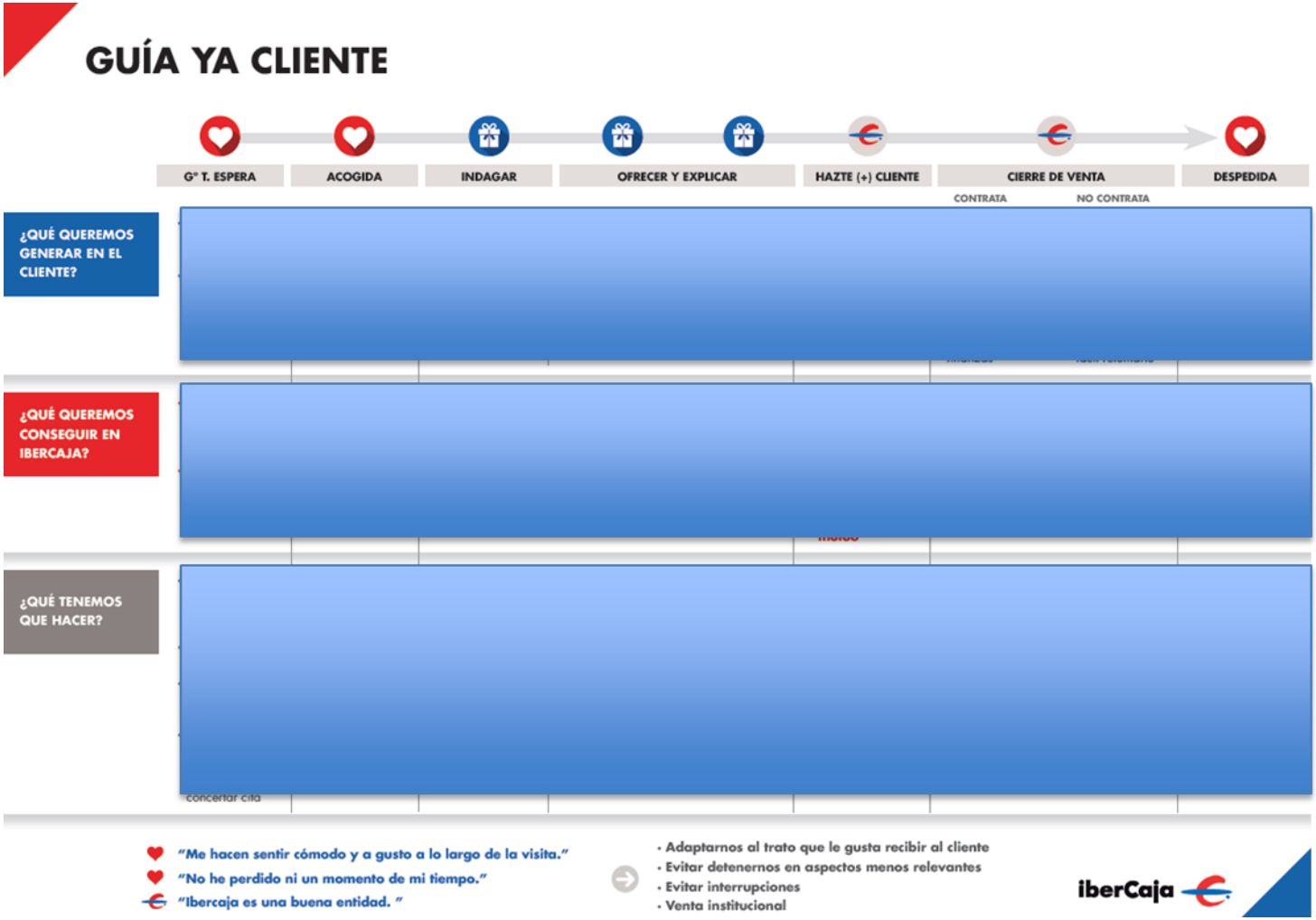
CONTENIDO



iberCaja
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

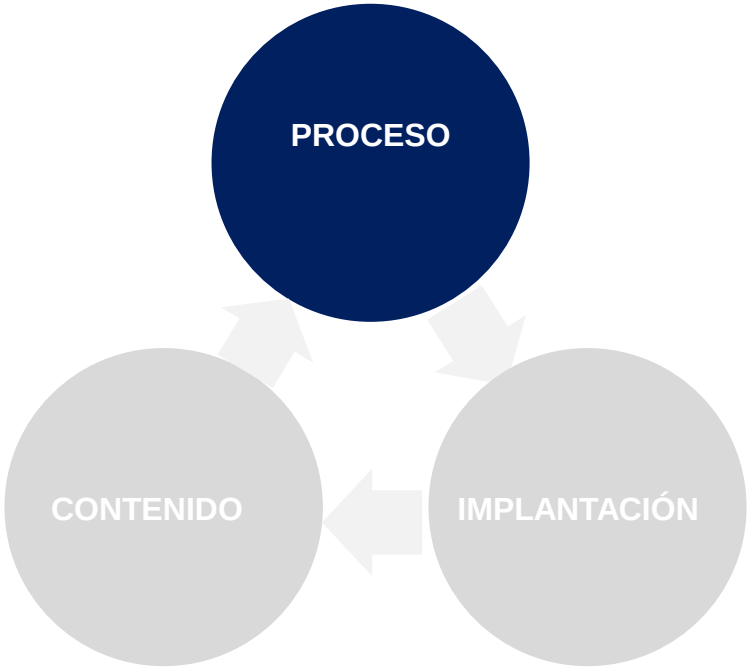
CONTENIDO

PLANO OPERATIVO. Ej: PASILLO DE CLIENTE DE INTERACCIÓN



iberCaja
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

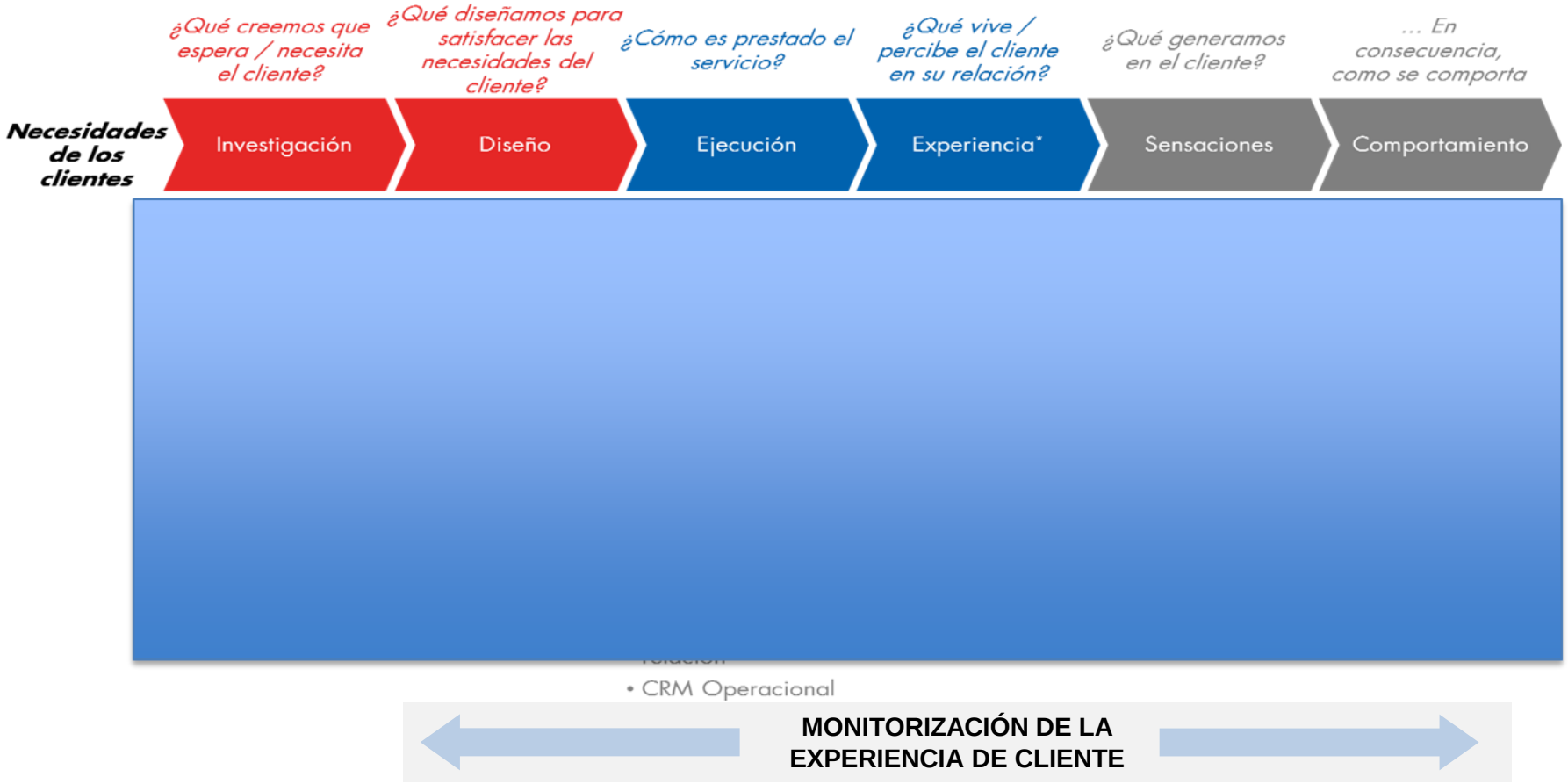
EL **MODELO CX** DE IBERCAJA



Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

PROCESO

CADENA DE VALOR: Transversal y sostenible



iberCaja
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

PROCESO

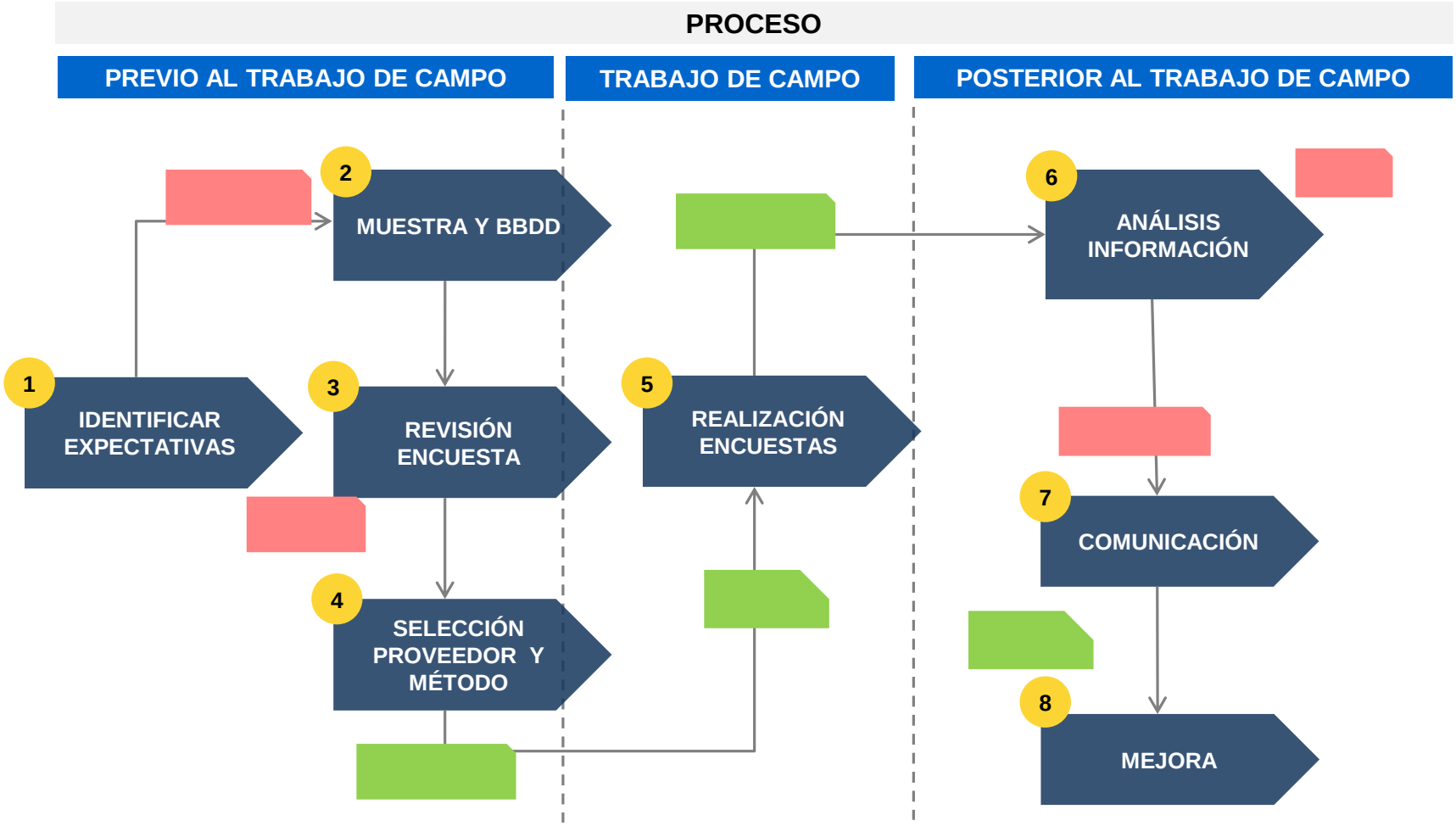
MONITORIZACIÓN CX

MAPA DE MEDICIONES

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

PROCESO

MONITORIZACIÓN CX. Retrospectiva



PLANES A MEJORAR

MEJORAS IMPLANTADAS

iberCaja

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

PROCESO

MEJORA CX

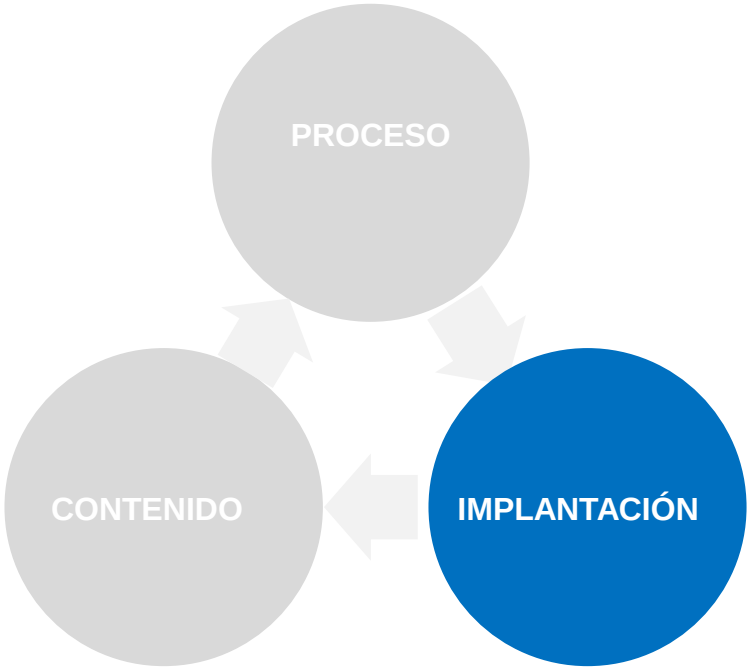
CENTRALIZADO | **LOCAL**

PLANIFICACIÓN

IMPULSO

iberCaja
Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

EL **MODELO CX** DE IBERCAJA



Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

IMPLANTACIÓN

VARIABLES

» **Necesidad** de Cliente // Pasillo de Cliente

» **Canal** de Relación

» **Momento** de la Verdad

» **Segmento** de Cliente

» **Territorios**

» **Proceso**

» …

iberCaja

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

IMPLANTACIÓN

HUMILDES LECCIONES APRENDIDAS

» Empezamos por **medir**: solo dependía de nosotros

» "Metimos miedo": **creamos necesidad** real y urgente

» **Primero mejoramos** lo que teníamos construyendo sobre lo que somos fuertes. Ahora estamos tratando de innovar

» **Demostramos el movimiento** andando y con euros

» CX es **365, 24x7, 100%** interacciones y clientes

» CX no es darlo **todo a cambio de nada**

» Las metodologías son la **punta del iceberg** de una empresa Customer Centric

iberCaja

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

“En experiencia de Cliente lo primero es cumplir y luego sorprender”

¡Gracias!

Sello a la excelencia Europea:
Reconocimiento a la excelencia en la gestión y orientación al cliente, empleados y sociedad.

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org

Este documento ha sido descargado de la web del Club Excelencia en Gestión: www.clubexcelencia.org