

¿Cambiamos la mentalidad?

Convertir un servicio en una experiencia de cliente.

—
**JOSE LUIS
DELMAS GARRIDO**
MADISON Market Research

<https://youtu.be/9qpVKzoNEoo>



MADISON[®]
MARKET RESEARCH

Experiencia del cliente en el mundo.

CONVERTIR UN SERVICIO EN UNA
EXPERIENCIA DE CLIENTE



HOWARD SCHULTZ
STARBUCKS

Convierte a los extraños en tus amigos. Convierte a los amigos en clientes. Convierte a los clientes en vendedores. ”

La clave es marcar expectativas de cliente realistas y no sólo satisfacerlas, sino superarlas. ”

RICHARD BRANDSON
VIRGIN GROUP



Una empresa totalmente dedicada al servicio del cliente, tendrá sólo una preocupación sobre los beneficios. ”

HENRY FORD
FORD MOTOR



STEVE JOBS
APPLE

Tienes que empezar por la experiencia de cliente y luego trabajar la tecnología. ”



Convierte a los extraños en tus amigos. Convierte a los amigos en clientes. Convierte a los clientes en vendedores. ”

SETH GODIN
SQUIDOO

En qué pensamos cuando hablamos de CX.

CONVERTIR UN SERVICIO EN UNA
EXPERIENCIA DE CLIENTE



90%
decisiones del cliente

Son basadas en emociones.

La **experiencia del cliente** es el producto de las **percepciones** de un cliente después de interactuar racional, física, emocional y/o psicológicamente con cualquier parte de una empresa. Esta percepción afecta los comportamientos del cliente y **genera recuerdos que impulsan la lealtad** y afectan el **valor económico que genera una organización**.

(Fuente: Wikipedia).



Factores que diferencian un producto o actividad con una experiencia del cliente.

CONVERTIR UN SERVICIO EN UNA
EXPERIENCIA DE CLIENTE

Factores clave para diferenciar servicio vs. CX.

CONVERTIR UN SERVICIO EN UNA
EXPERIENCIA DE CLIENTE

| Integral

| Racional y emocional

| Duradera

| Participativa

| Personalizada



IMG

Porque teniendo una calidad de servicio extraordinario hay que pensar en CX.

CONVERTIR UN SERVICIO EN UNA
EXPERIENCIA DE CLIENTE

¿Por qué?

CONVERTIR UN SERVICIO EN UNA
EXPERIENCIA DE CLIENTE

CLUB
EXCELENCIA
EN GESTIÓN

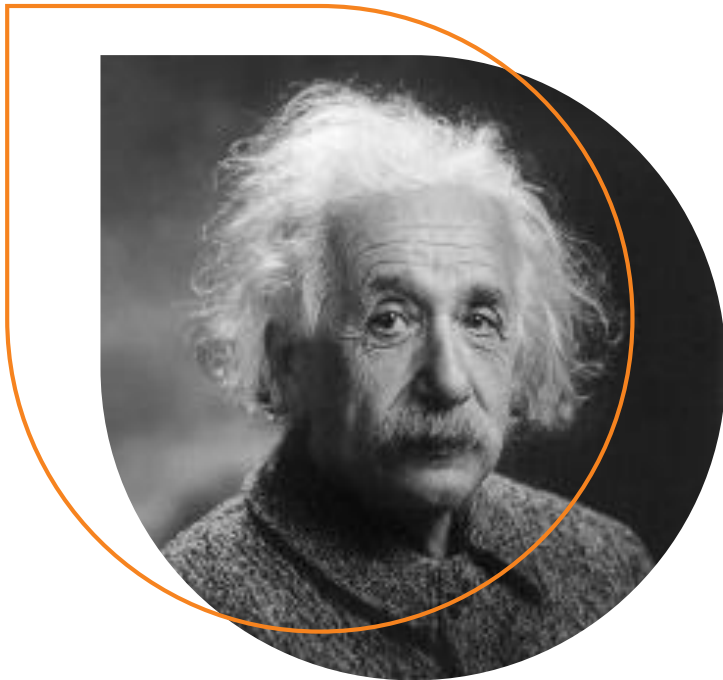
MADISON[®]
MARKET RESEARCH

EL MUNDO Y LA MANERA DE COMUNICARSE ESTÁ CAMBIANDO



¿Por qué?

CONVERTIR UN SERVICIO EN UNA
EXPERIENCIA DE CLIENTE



ALBERT
EINSTEIN

“
*Si buscas
resultados
distintos, no
hagas siempre
lo mismo.*

MOMENTO

iWOW!

¿Por qué?

CONVERTIR UN SERVICIO EN UNA
EXPERIENCIA DE CLIENTE

MILLENNIALS



81 %
Facebook

CENTENNIALS



150
veces/día

Revisan su
smartphone

Somos una **sociedad “superconectada”**



Comunidades online

*Perfiles
Conectados*

¿Por qué?

CONVERTIR UN SERVICIO EN UNA
EXPERIENCIA DE CLIENTE

Los cambios en las tendencias de los consumidores crean nuevas oportunidades para las empresas

Los consumidores esperan innovación digital, pero las marcas pueden ir más allá. Podrían necesitar transformar su propuesta de valor para satisfacer las diferentes y nuevas necesidades de sus clientes.

Presentando a los consumidores de hoy

LOS NOMADAS



LOS CAZADORES



LOS BUSCADORES DE CALIDAD



¿Por qué?

CONVERTIR UN SERVICIO EN UNA
EXPERIENCIA DE CLIENTE

*La competencia de todas las empresas ha
cambiado*

amazon

airbnb

NETFLIX



¿Cambiamos la mentalidad? Convertir un servicio en CX.

CONVERTIR UN SERVICIO EN UNA
EXPERIENCIA DE CLIENTE

¿Cambiamos la mentalidad? Convertir un servicio en CX.

CONVERTIR UN SERVICIO EN UNA
EXPERIENCIA DE CLIENTE



JOSHIE ALARGÓ SUS VACACIONES...



Claves y beneficios de implantar una estrategia basada en CX.

CONVERTIR UN SERVICIO EN UNA
EXPERIENCIA DE CLIENTE

Puntos claves para generar CX.

CONVERTIR UN SERVICIO EN UNA
EXPERIENCIA DE CLIENTE

| **Confianza**

| **Comodidad**

| **Tiempo**

| **Crear momentos inolvidables**

| **Sorprender siempre al cliente**



Cómo mejorar la experiencia de cliente

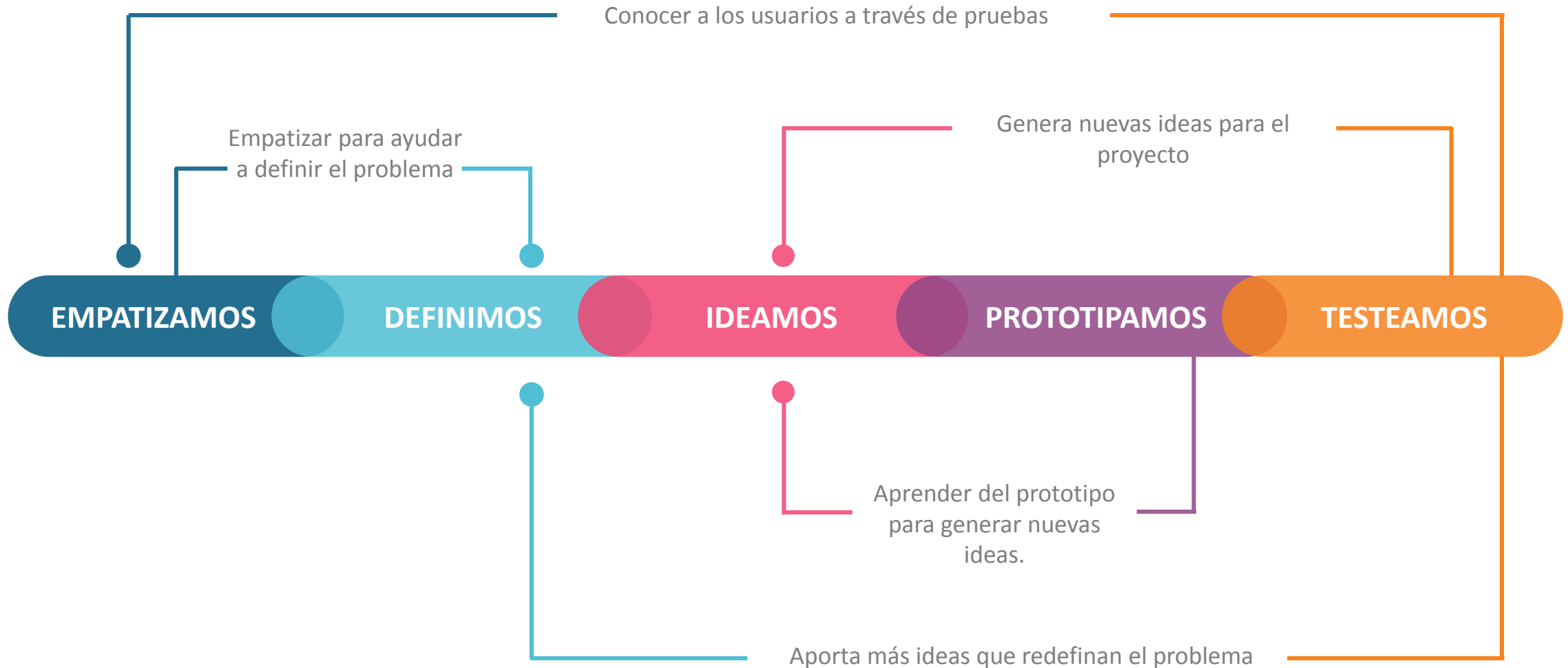
TALLER DE COCREACIÓN
By MADISON

TALLER Design Thinking y CX.

TALLER DE COCREACIÓN
By MADISON



MADISON[®]
MARKET RESEARCH



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

FASE 01

Empatiza

- Identificamos oportunidades de mejora en la prestación del servicio.
- Comenzamos con una profunda comprensión de las necesidades de los usuarios implicados en la solución que estemos desarrollando/buscando.
- También conociendo al detalle su entorno.
- Tenemos que ponernos en la piel de dichas personas, para ser capaces de generar soluciones consecuentes con sus realidades.

TALLER Design Thinking y CX.

TALLER DE COCREACIÓN
By MADISON



Despierta
tu cerebro!

/ Matriz de empatía

EMPATIZAR
Fase 01

¿Qué piensa y siente?

LO QUE REALMENTE IMPORTA
PRINCIPALES PREOCUPACIONES, ASPIRACIONES E INQUIETUDES

¿Qué oye?

LO QUE DICEN LOS AMIGOS
LO QUE DICE EL JEFE
LO QUE DICEN LAS PERSONAS INFLUYENTES

¿Qué ve?

ENTORNO
AMIGOS
OFERTA DEL MERCADO

¿Qué dice y hace?

ACTITUD EN PÚBLICO
ASPECTO
COMPORTAMIENTO HACIA LOS DEMÁS

Esfuerzos

MIEDOS
FRUSTRACIONES
OBSTÁCULOS

Resultados

DESEOS- NECESIDADES
OBSTÁCULOS

FASE 02

Definimos la problemática

/ Problemas que pueden tener los clientes

Fase 02
DEFINIR

TALLER Design Thinking y CX.

TALLER DE COCREACIÓN
By MADISON



MADISON[®]
MARKET RESEARCH

/ Los 5 por qué

Fase 02
DEFINIR

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

Diseño material e idea taller propiedad de MADISON Market Research. Dpto de Marketing innovación y diseño gráfico

/ Define el Reto

Fase 02
DEFINIR

¿Cómo...

¿Cómo...

FASE 03

Ideamos

- Proponemos formulas de mejora e innovación sobre factores clave.

Generación de ideas

MÉTODO 6-3-5

6 personas



3 ideas



5 minutos

6

Herramienta de generación de ideas en la que **6 personas**, se reúnen alrededor de una mesa para generar ideas relativas a un tema previamente planteado. Se da a cada una de ellas una hoja en blanco.

3

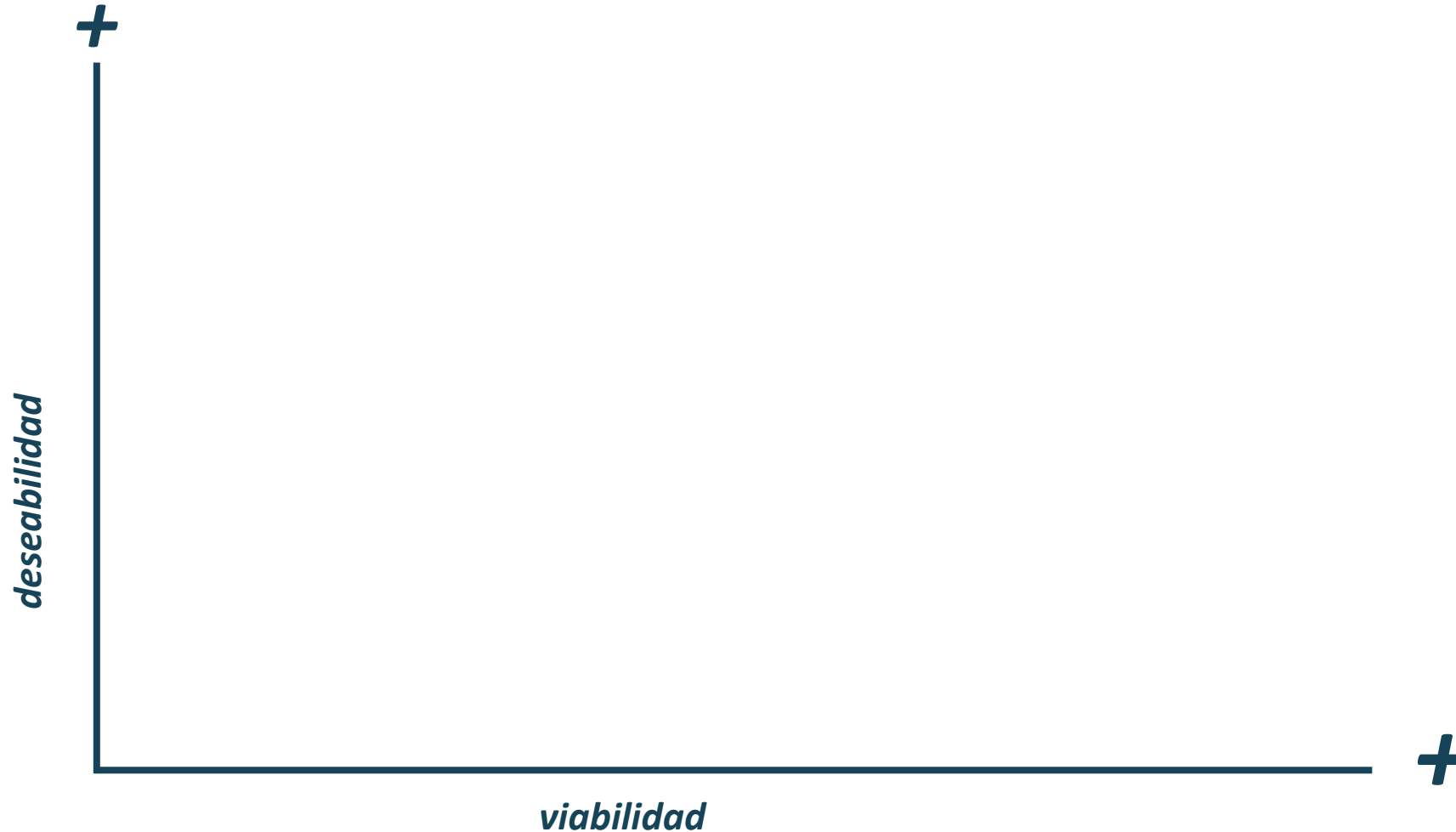
Cada participante tendrá que escribir en su hoja **3 ideas**, de manera concisa y breve ya que sólo dispone de **5 minutos** para escribirlas; una vez transcurridos, cada uno pasará su hoja al compañero de al lado y se repetirá el proceso, después de haber leído las ideas de los participantes anteriores, que servirán a su vez como fuente de nueva inspiración.

5

Al completar el ciclo se podrá disponer de 18 ideas en cada hoja, lo que puede suponer 108 ideas en sólo media hora. Finalmente se analizarán todas las ideas aportadas y se seleccionará la mejor de ellas.

/ Matriz de viabilidad de la solución

Fase 03
IDEAR



FASE 04

Prototipamos

- Ponemos las ideas en acción.
Damos la solución.

TALLER Design Thinking y CX.

TALLER DE COCREACIÓN
By MADISON



MADISON[®]
MARKET RESEARCH

EXPLICACIÓN DE LA SOLUCIÓN

/ Nota de Prensa

Fase 04
PROTOTIPAR

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

MADISON[®]

¡GRACIAS!

WWW.MADISONMK.COM

 @MADISON_MK

 /MADISONMKCOM

 MADISON MK

