



LOS RETOS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

¿QUIÉN SOY?

Alejandra Sánchez Casanova



Mamá de dos guapos
adolescentes, casada.



Fiel creyente en la
equidad de género y
la igualdad.



Emprendedora de



¿QUÉ HAGO ACTUALMENTE?

Chief Limit Breaker de
Playful, Consultora de
innovación.

Presidenta de CANIETI,
Cámara Nacional de TI,
Telcom y Electrónica
sede noreste.

Consejera de la Fundación
CORDEM, educación
y superación

¡Yogui feliz!

Lic. en Diseño Gráfico en UDEM. Con una inclinación a lo digital.

2 diplomados enfocados a la tecnología.

PRIMER EMPRESA

La fundé a los 22 años. Al día de hoy funciona como Fábrica de Software.

SEGUNDA EMPRESA

La fundé en el 2011 y era de videojuegos, fue KING mas no RICH.

TERCER EMPRESA

PLAYFUL, fundada en 2008. Mi sueño y ¡gran pasión!

MI VISIÓN

UNIR LA BRECHA DE

Estrategia

+

Creatividad

+

Tecnología

El **gran reto** de todas nuestras organizaciones es **crecer**
y seguir siendo **relevantes en el mercado**.

Cuando hablamos de transformarnos hacia la centricidad en el cliente, hay 6 diferentes pilares que permiten que esto se logre:

ESTRATEGIA

**DISEÑO DE
EXPERIENCIAS**

**ESTRUCTURA
Y GOBERNANZA**

**ENTENDIMIENTO
DEL CLIENTE**

MÉTRICOS

CULTURA

CULTURA

Cuando hablamos de tener una empresa **centrada al cliente**, significa que dentro de nuestra organización se encuentra **la mentalidad, la habilidad y la motivación** para hacerlo realidad.

SOFTWARE DE AUTOMATIZACIÓN



Por un lado, tenemos quienes dan por hecho que **las cosas son como son y no hay cambio alguno.**



Por otro lado tenemos a quienes no **van a cambiar si nadie les pregunta.**

¿TENEMOS UNA CULTURA
CENTRADA EN EL CLIENTE?

¿CENTRADA EN PROCESOS?

¿CENTRADA EN VENTAS?

¿O UNA CENTRADA
EN EXCUSAS?



TAN SOLO 9% DE LOS ESFUERZOS DE TRANSFORMACIÓN CULTURAL SON EXITOSOS.

HARVARD BUSINESS REVIEW + STRATIVITY
422 EJECUTIVOS DE EMPRESAS DE DIVERSOS TAMAÑOS.

LAS RAZONES:

62%

Mala comunicación

54%

No hubo suficiente patrocinio de líderes

50%

Políticas organizacionales

50%

No se entendía la razón del cambio

43%

La gente simplemente no “compraba la idea”

40%

Falta de colaboración

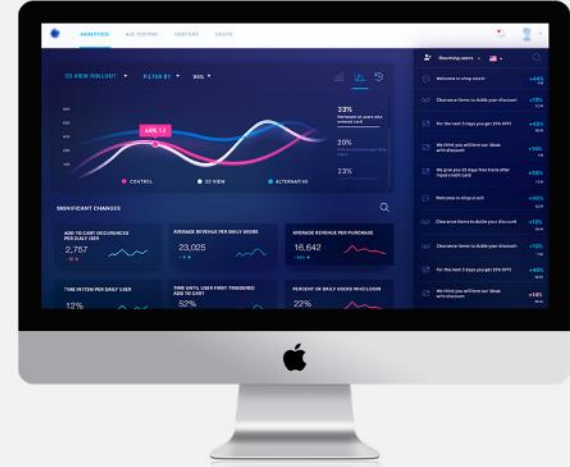
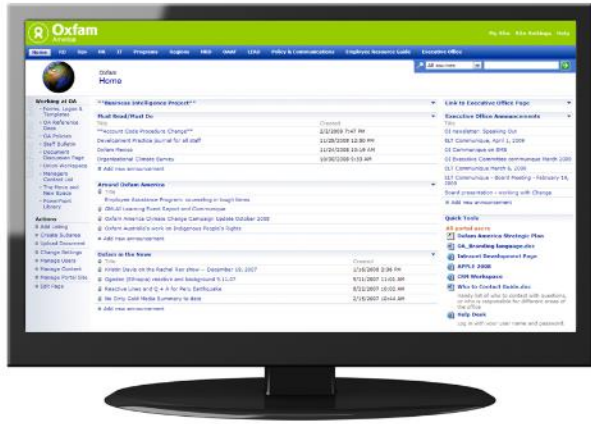


“

Parece ser que están ignorando el **factor humano**
o lo dan por sentado”.

- Lior Arussy

Autor de la investigación HBR y consultor de Strativity



SEGUNDO RETO

—
Estrategia y Gobernanza

Otros de los **obstáculos** que se interponen a **transformar** **nuestras organizaciones** hacia la **centricidad en el cliente** es la falta de una **visión estratégica**.



AMAZON

Ser la empresa más centrada en el cliente de la Tierra.

Cuando Amazon.com se lanzó en 1995, fue con la misión de "ser la empresa más centrada en el cliente de la Tierra, donde los clientes puedan encontrar y descubrir cualquier cosa que quieran comprar en línea, nos esforzamos en ofrecer a nuestros clientes los precios más bajos posibles."

BBVA

“En un mundo donde la digitalización y la globalidad ya son una realidad, la experiencia del cliente es el factor más importante para el éxito de cualquier empresa. BBVA ha sido pionero en su apuesta por la digitalización y en buscar soluciones que ayuden a los clientes a tomar las mejores decisiones en sus vidas y en sus negocios. Su reflejo en una marca común es el paso natural en estos momentos”, señaló Carlos Torres Vila, presidente de BBVA.



qualtrics



- **TRANSPARENCIA**
Por default compartimos. Lideramos con un debate abierto, con confianza y con decisiones basadas en datos, no políticas.
- **LO ENTREGAMOS TODO**
Nosotros (los empleados) apostamos en Qualtrics y Qualtrics apuesta en nosotros. Esta es nuestra empresa. Entregamos lo que sea necesario.
- **OBSESIONADOS CON EL CLIENTE**
Si el cliente está molesto, hemos fallado. Punto. Aprendemos y lo arreglamos.
- **UN EQUIPO**
Solo hay un equipo en Qualtrics. Ganamos y perdemos juntos y jamás decimos "Ese no es mi trabajo".
- **TENAZ**
Somos inteligentes, ingeniosos y siempre encontramos una forma. Escribimos nuestra propia historia en vez de seguir a los demás.

TRANSFORMACIÓN

Tiempo

+

Recursos

+

Motivación

4

TIPS PARA EMPEZAR

1. CONOCE BIEN TU CONTEXTO.

2. OBSERVA, ESCUCHA Y ENTIENDE A TU CLIENTE

(EMOCIONES Y PENSAMIENTOS).

3. LO MISMO, PERO CON TUS EMPLEADOS



4. DECIDE SI ES MÁS FÁCIL
TRABAJAR EN TUS PUNTOS
DÉBILES O FUERTES



¡GRACIAS!

FOLLOW ME



asanchez_c



alesanchez0511



Ale Sánchez



alesanchez