


GLOBAL
CX
FORUM
25° CONGRESO MÉXICO

imt.
ORGANIZA

**Experiencia
al cliente
100%
Digital**

Humanizing the Digital Experience



.....
.....
.....
**¿Quién es
el cliente
digital?**
.....
.....
.....

Canales Digitales

WEB, MOBILE & SOCIAL



**CONTE
NIDO**



**ENGAGE
MENT**



**TRAN
SACCIO
NES**

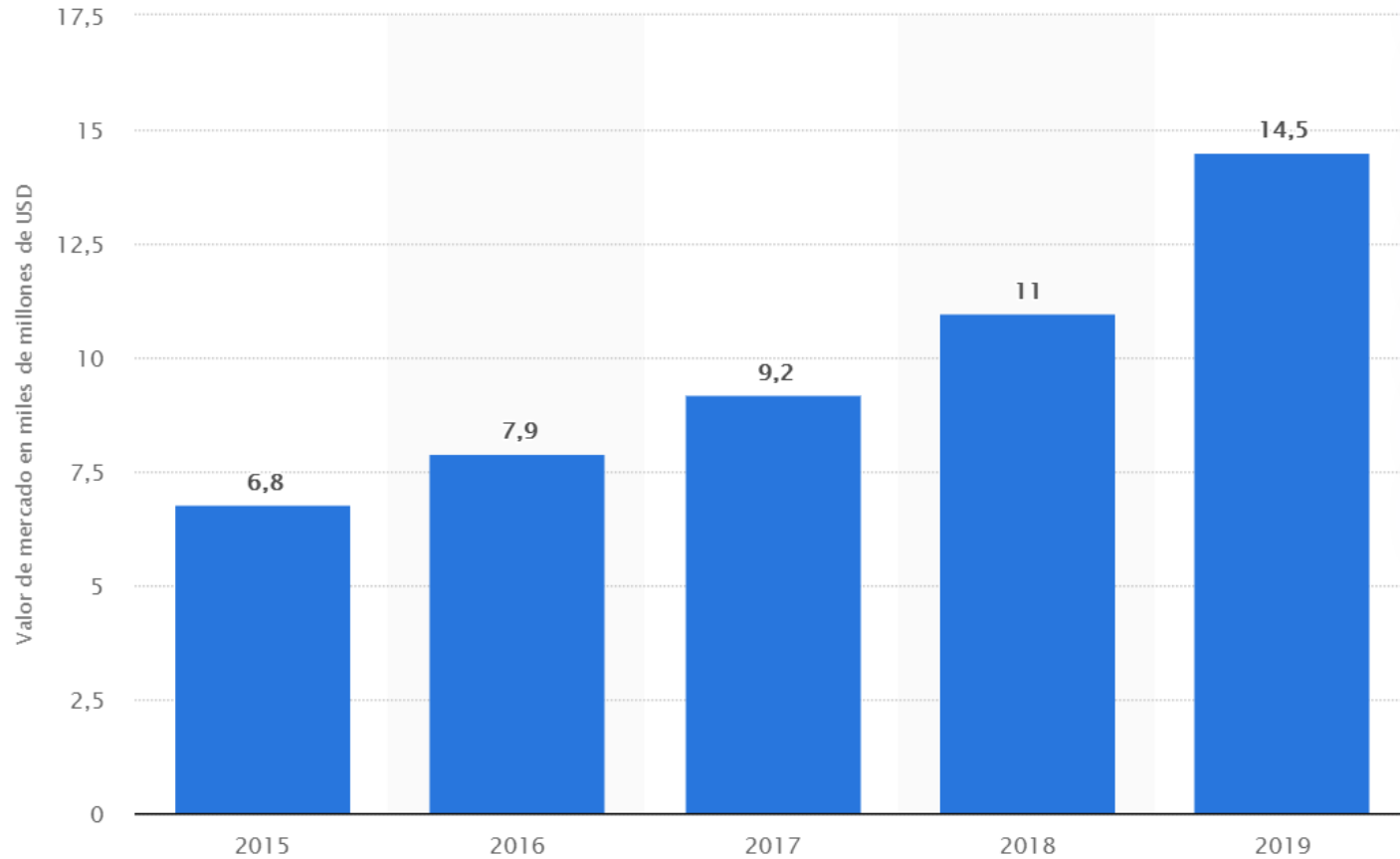
COVID-19

La transformación

DIGITAL



La transformación digital



Para 2020 S2 – Las ventas online en México registraron incrementos entre 15% y 60% en categorías tradicionales y 300% en despensa o abarrotes.

<https://es.statista.com/estadisticas/632410/valor-de-mercado-del-comercio-electronico-mexico>

<https://marketing4ecommerce.mx/la-pandemia-acelera-el-ecommerce-mexicano-se-preve-un-incremento-del-40-este-2020/>



Nuevos compradores

Comida a domicilio

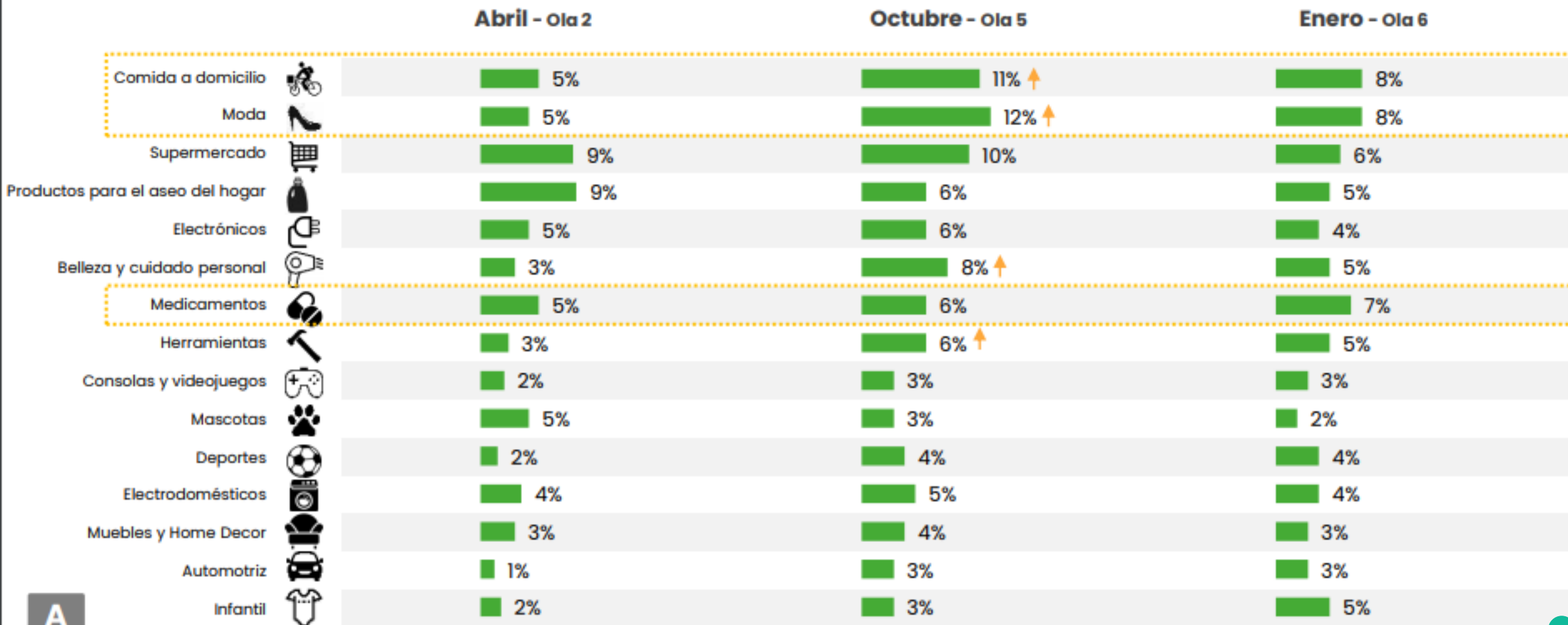
Moda

y Medicamentos

netquest

amvo asociación mexicana
de venta online

La transformación digital



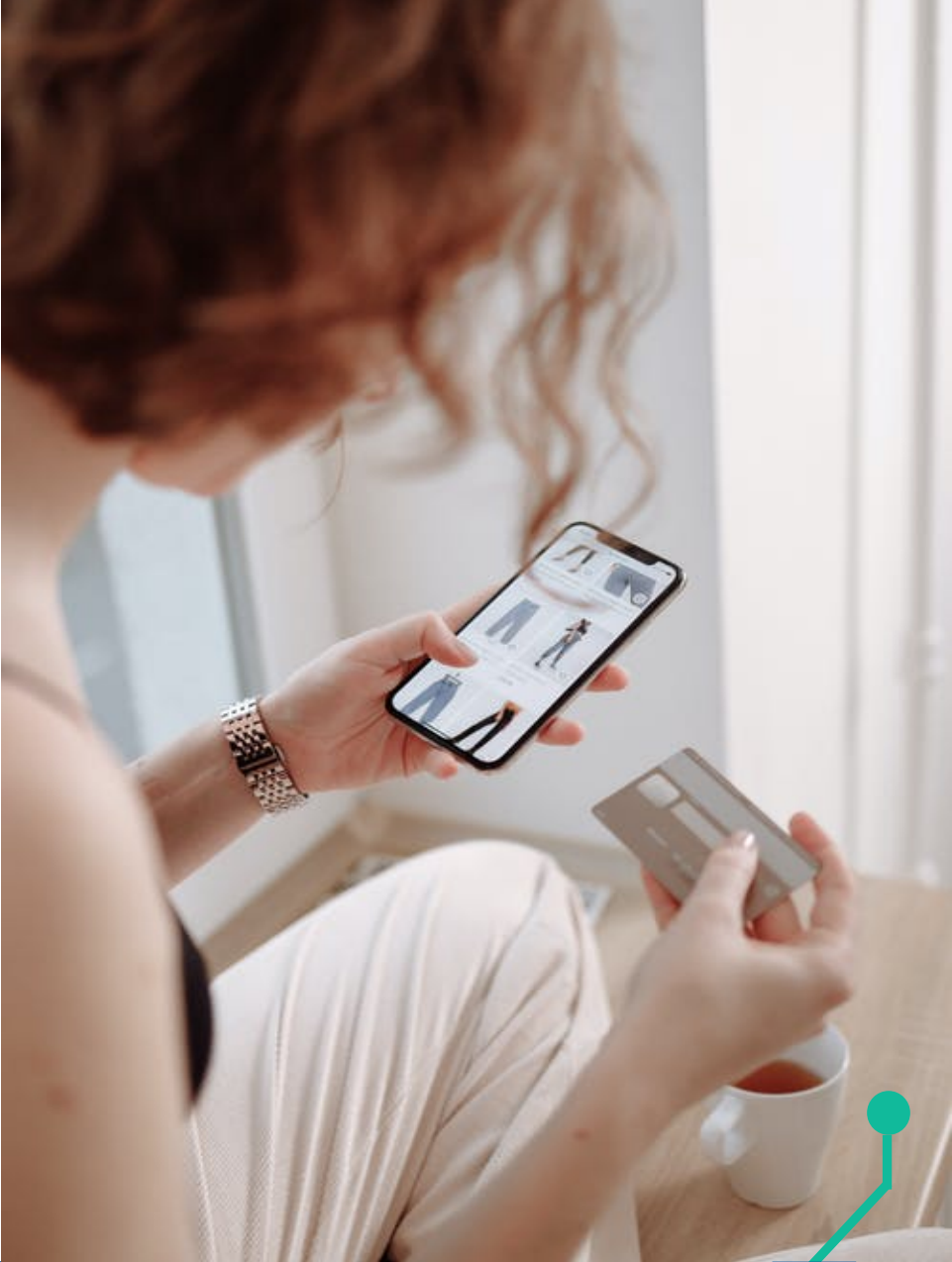
A



Estudio de venta online 2021

P. "Selecciona la opción que mejor refleje tu forma de comprar los siguientes productos/servicios por Internet. (Ola 2 compra en los últimos 7 días, ola 5 y 6 compra en el último mes) - Base Ola 2: 313 encuestas - Ola 5: 312 - Ola 6: 322 / Tendencia positiva ola 2 vs ola 5 / AB diferencias significativas entre ola 5 y 6







ESTRATEGIA DE EXPERIENCIA AL CLIENTE

Ofertas



Descuentos

Formas de pago



más seguras

Envíos gratuitos



o económicos

Buenos precios



Calidad



Variedad

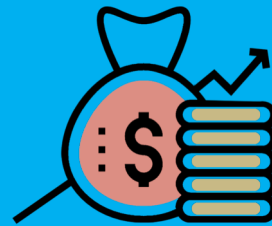


Cambios



y devoluciones

Amplia gama



de precios

Descripción clara



Diversidad en

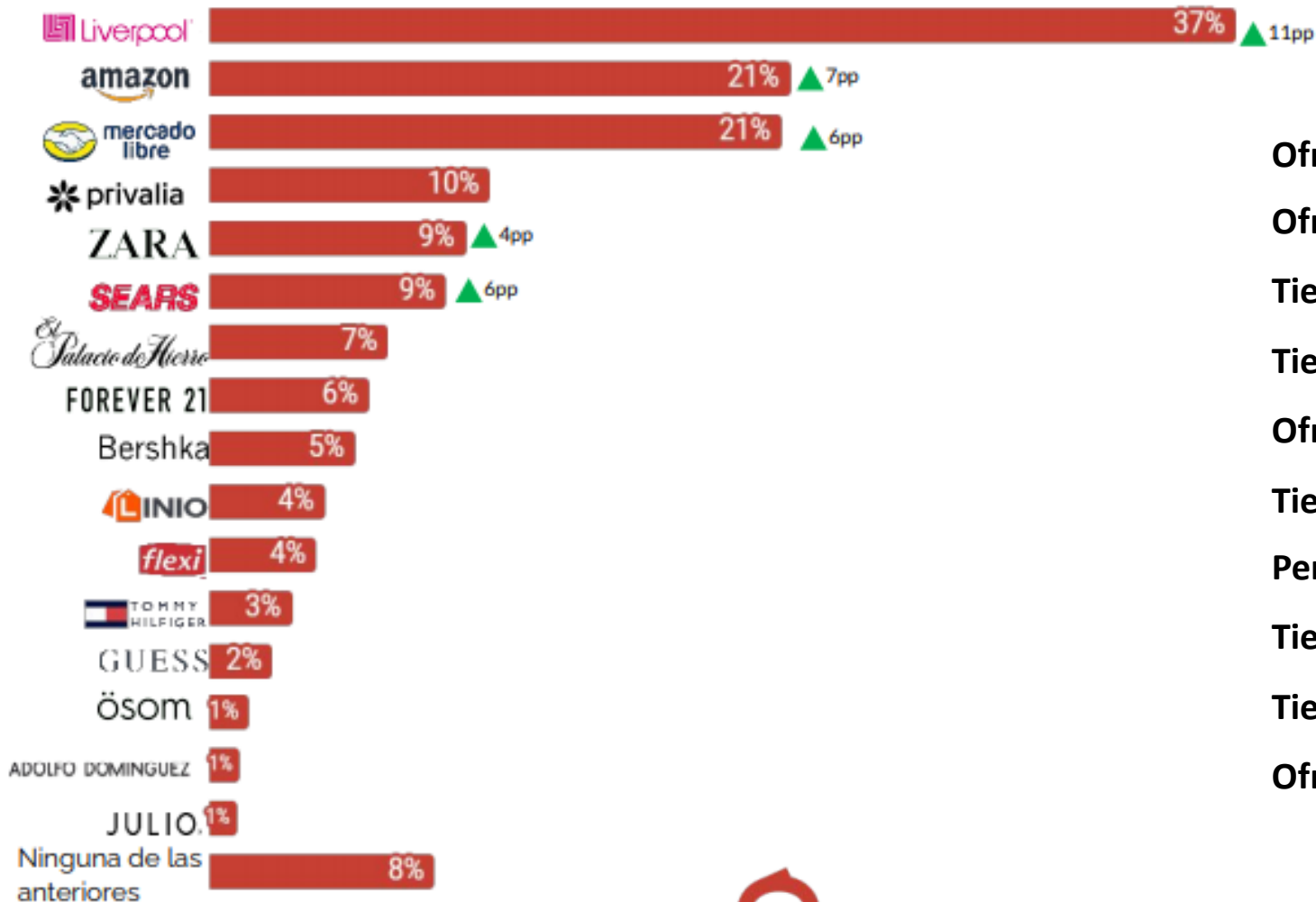


métodos de pago



¡Satisfacción total del cliente Digital!

Tienda favorita



- Ofrece las mejores ofertas/descuentos
- Ofrece formas de pago más seguras
- Tiene costos de envío más económico o gratuitos
- Tiene buenos precios
- Ofrece productos de calidad
- Tiene una amplia variedad de productos
- Permite realizar cambios/devoluciones
- Tiene productos con amplia gama de precios
- Tiene una clara descripción de los productos
- Ofrece métodos de pago que se ajusta a mis necesidades



eVERYWHEREcommerce

ENGAGEMENT & FIDELIZACIÓN



INNOVACIÓN



TAILWIND

Tomar momentum de las circunstancias para crear células globales enfocadas al CX.

El 75% de los clientes están dispuestos a gastar más en empresas que les brindan una buena experiencia de cliente

El 50% de los clientes dice que CX es más importante en comparación con hace un año

<https://www.zendesk.com.mx/webinars/customer-experience-trends-2021>

HEADWIND



Crear estrategias que impacten el Customer Experience que reten la nueva normalidad.

Tecnología ágil – Optimización del Self-help

Engagement – Crear conexiones humanas en tiempos de distanciamiento social

Onmincanalidad – Conectar canales sin desconectar una experiencia 360°

“La percepción de tus clientes, es tu realidad”

-Kate Zabriskie

Gracias



Oscar Bueno



oscar.bueno@mercadolibre.com.mx