



Photo by Macau Photo Agency on Unsplash



La Transformación No Esperada

Cuatro estrategias para Re-entender la Experiencia del Cliente (CX)

Víctor M. González, Ph.D.

CEO y Fundador

Sperientia [studio+lab][®]

@sperientia @vmgyg

victor.gonzalez@sperientia.com

6 de octubre de 2020

Digital CX Forum

¿Concepto de Moda?

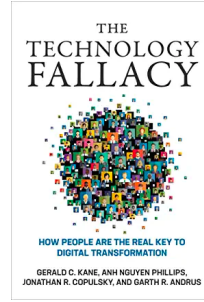
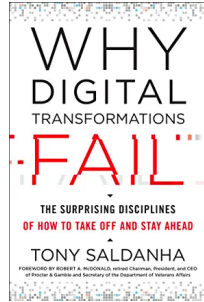
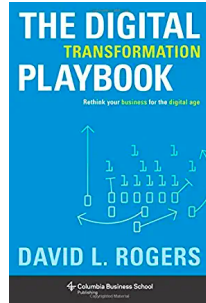
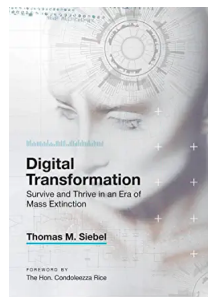
Transformación digital



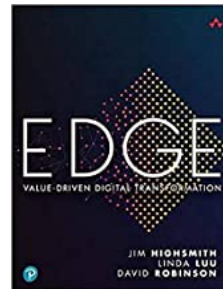
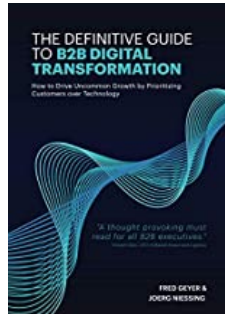


Pregúntale a Amazon

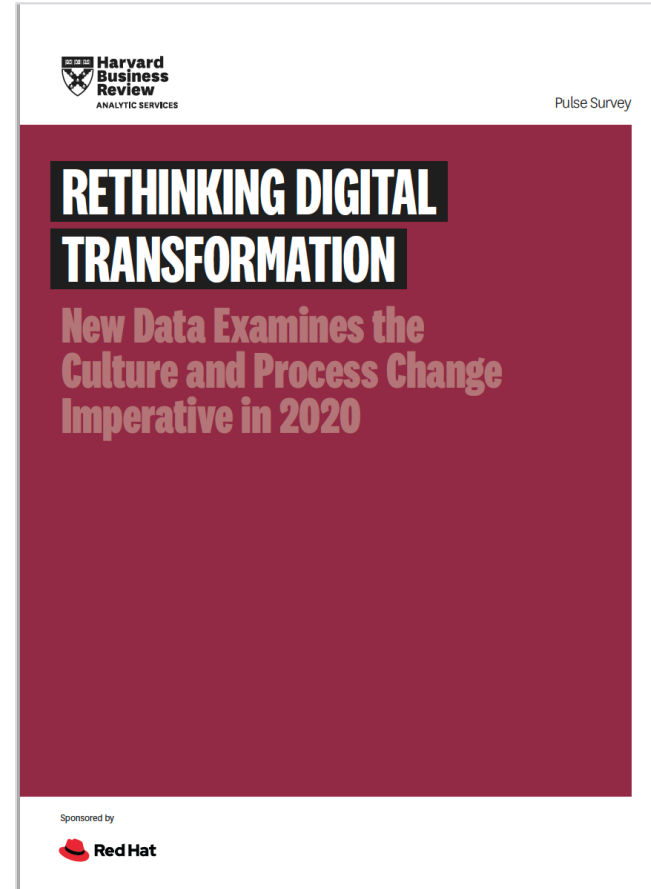
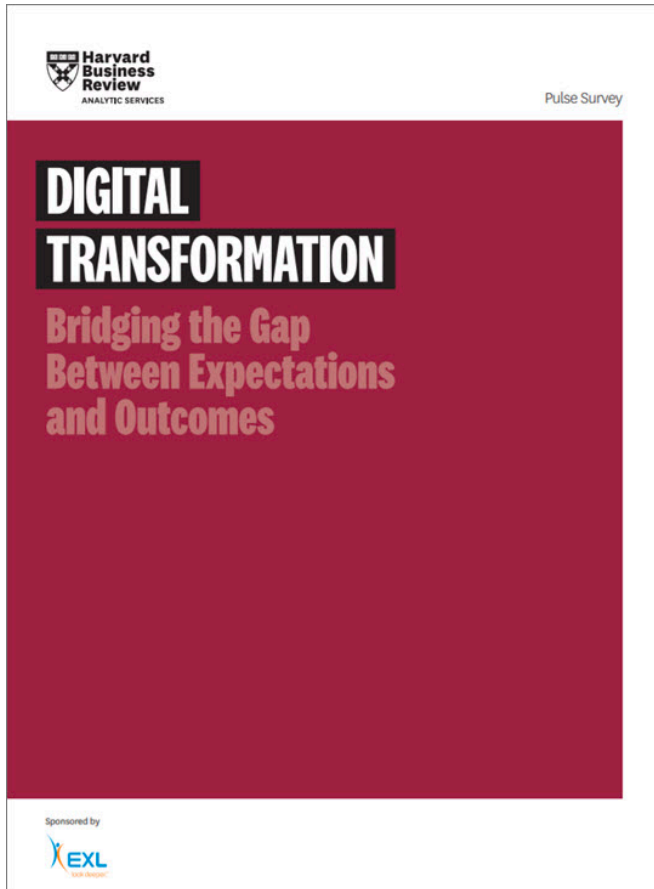
1-16 of over 40,000 results for "digital transformation"



...



Pregúntale a HBR













Pero, ¿de qué estamos hablando cuando hablamos de transformación digital?

El Contexto de la Transformación Digital:



La digitalización está cambiando los modelos de negocio

	Market leader	Attacker
 Computers	COMPAQ	DELL
 Video rental	BLOCKBUSTER	NETFLIX
 Books	<u>BORDERS</u>	amazon
 Mobility	TAXI	 UBER
 Automakers		 TESLA

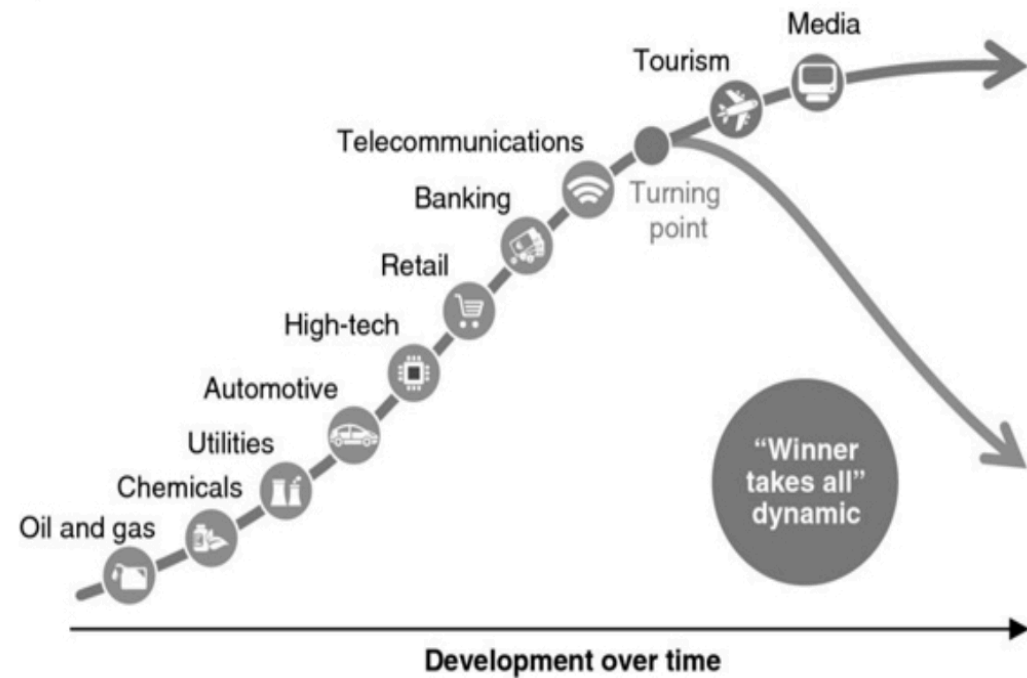
Fuente: Digital @ Scale - Meffert & Swaminathan, 2017

El Contexto de la Transformación Digital:



Afectará a todas las industrias

Digital maturity of various industries



Fuente: Digital @ Scale - Meffert & Swaminathan, 2017

Definiendo la Transformación Digital



“La transformación digital es el proceso de utilizar tecnologías digitales para crear nuevos procesos de negocios, cultura y experiencias de clientes, o modificarlas, para satisfacer los requisitos cambiantes de negocios y mercados. Esta re-imaginación de los negocios en la era digital es la transformación digital.” Salesforce

Cambios en Supuestos

Clientes: de un modelo de mercado de masas a redes de consumidores

Competencia: por compañías fuera de nuestra industria que ofrecen valor a nuestros clientes; plataformas que coordinan la competencia

Datos: de datos son generados con costo alto a uno en donde los datos se generan en muchos lados y de manera automática.

Innovación: Decisiones fundamentadas en intuición (*senior people*) a decisiones fundamentadas en pruebas y validación

Valor: Propuesta de valor definida por la industria a propuesta de valor definida por cambiantes necesidades del cliente



Dominios Estratégicos de la Transformación Digital

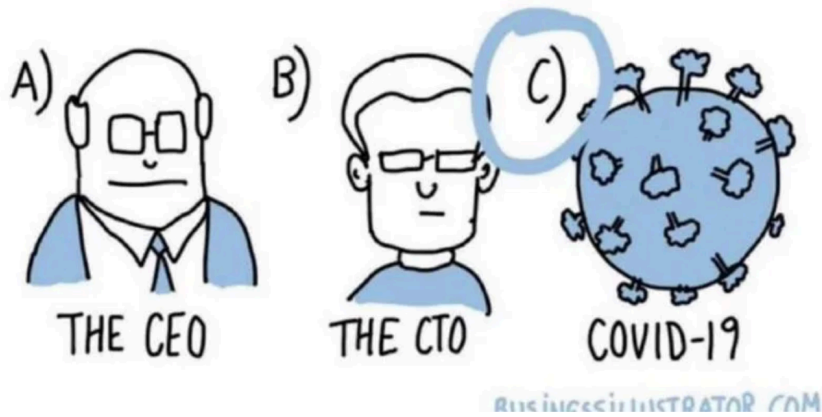


¿Y que fue lo que pasó cuando llegó el **COVID-19?**

Muchas personas piensan que el verdadero acelerador de la transformación digital es COVID-19

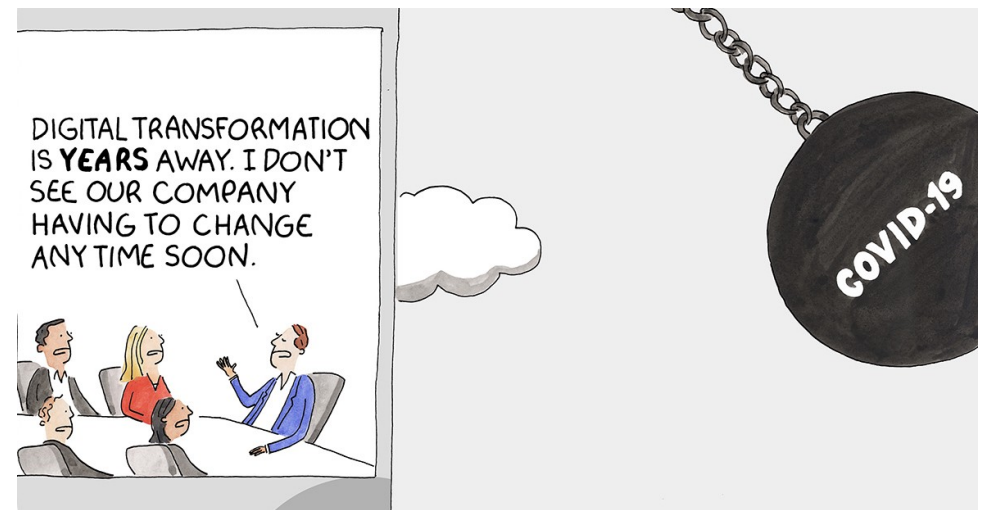


WHO LED THE DIGITAL TRANSFORMATION OF YOUR COMPANY ?



Who led the digital transformation of your company?

- A) CEO
- B) CTO
- C) COVID-19



COVID CATALYST

HOW THE PANDEMIC HAS ACCELERATED DIGITAL TRANSFORMATION

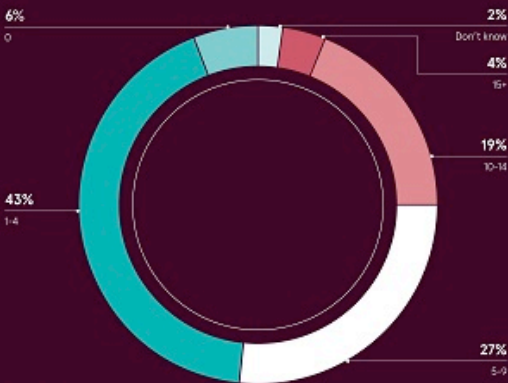
The coronavirus pandemic forced working patterns, business models and short-term forecasts to change overnight. But to what extent has the crisis accelerated digital transformation efforts, and which technologies are more in demand as a result?



Tellico 2020

SHIFTING TIMELINES

Average number of years that COVID-19 has accelerated companies' digital communications strategies



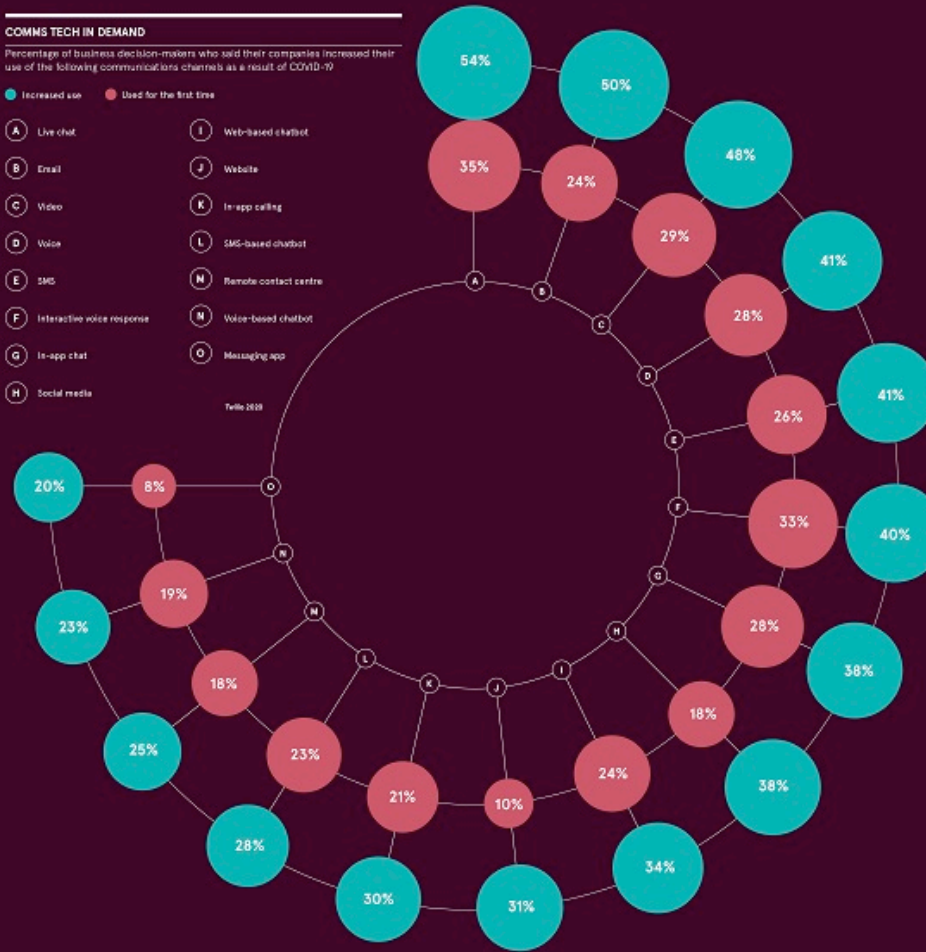
Tellico 2020

COMMS TECH IN DEMAND

Percentage of business decision-makers who said their companies increased their use of the following communications channels as a result of COVID-19

● Increased use ● Used for the first time

- A Live chat
- B Email
- C Video
- D Voice
- E SMS
- F Interactive voice response
- G In-app chat
- H Social media
- I Web-based chatbot
- J Website
- K In-app calling
- L SMS-based chatbot
- M Remote contact centre
- N Voice-based chatbot
- O Messaging app



SOFTWARE SPEND TO RAMP UP

Impact of COVID-19 on companies' software-as-a-service spending in 2020; numbers do not equal 100 per cent due to rounding

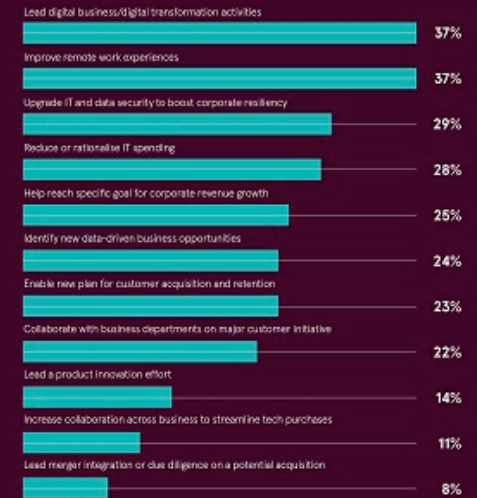


Tellico 2020

100 2020

TOP DIGITAL PRIORITIES AMID COVID-19 DISRUPTION

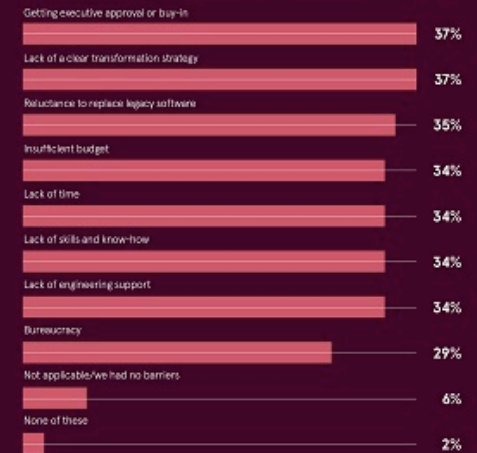
CEOs' top priorities for CXOs to help businesses preserve through the current disruption



100 Research by Tellico/2020

BREAKING DOWN BARRIERS

Organisational barriers to digital transformation that the crisis has broken down, according to business decision-makers



Tellico 2020



**La transformación
de la que (realmente)
hablamos es la que
se orienta en las
personas...**



Transformación de las Personas



Fuente: <https://www.sperientia.com/reportes>

Sperientia [studio+lab]®





Prácticas de Trabajo desde Casa

1. Han tenido un ahorro económico debido a que ya no hacen tantos gastos en transporte y alimentación.
2. Preferirían tener una modalidad de trabajo mixta que combine el ir a la oficina y trabajar desde casa.
3. Consideran que sus hábitos alimentarios y de actividad física han cambiado considerablemente.





Cambios Hábitos en Compra del Súper en Línea

1. Hacer el súper no tiene que ser una experiencia que implique 2 o 3 horas del día y tampoco que es necesario hacer compras cada semana.
2. Más escrupulosos en el uso de su dinero y más conscientes de su gasto.
3. La oferta de la experiencia del súper en línea ha fallado en recrear la experiencia en línea en elementos básicos como variedad de productos, espontaneidad de compras y la necesidad de ver, olfatear y sentir lo que se comprará.

Sperientia [studio+lab]®





¿Qué se transformó en las personas?

- Flexibilidad en las formas de trabajo
- Involucramiento y Acceso a educación
- Relevancia del cuidado de la salud
- Compras del Super más diversificada y estratégica
- Aprecio por la experiencia social pero empática

¿Qué se ha transformado en tí?

... ¿Qué se ha transformado en tus clientes?

¿Cómo podemos re-entender la experiencia del cliente?





Aceptar que las cosas han cambiado y regresar a tu propósito

Centrarse con gran detenimiento en **entender en qué negocio estás, no en qué negocio crees que estás.**

Encontrar tu **Porqué (Why)** separando dos espacios que definen lo que haces: **el espacio del problema y el espacio de la solución.**

Sperientia [studio+lab]®

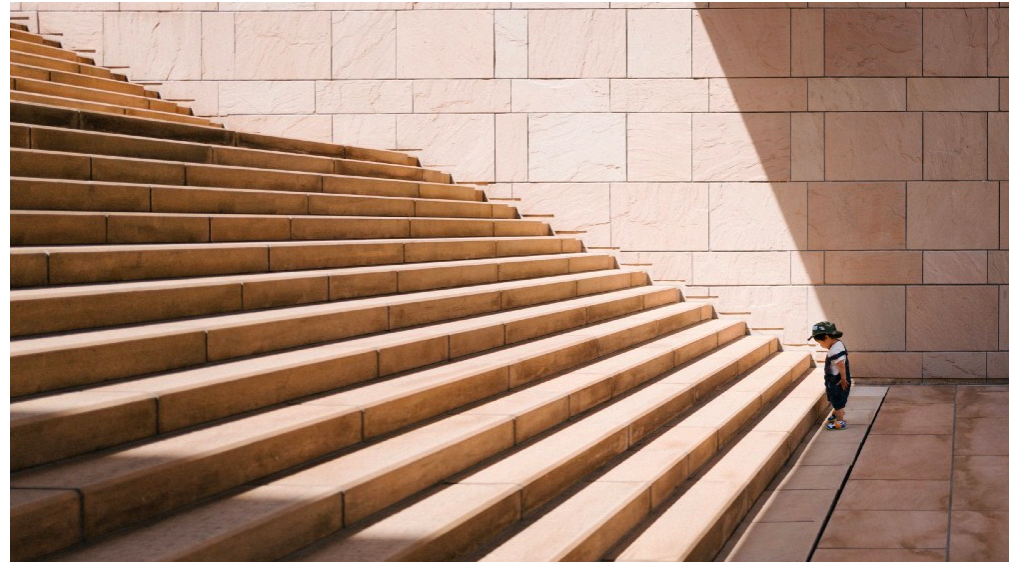


Photo by Jukan Tateisi on Unsplash



Modelar a los clientes

Movernos de la empatía emocional y situarnos a la **empatía cognitiva**

Aprender a **ver a nuestros clientes** como un espacio de descubrimiento de la necesidad en contexto

Modelar a los clientes con caracterizaciones cualitativas y cuantitativas de **manera creciente**



fuentes: <https://www.pexels.com>



Guiarnos por el viaje de la experiencia del cliente

Movernos del énfasis en puntos de contacto (*touchpoints*) y entender la **relevancia del viaje del cliente** (journey)
¿Customer Journey Managers?



fuelle: <https://www.pexels.com>



Diseñar la transformación del cliente

La pregunta (*The Ask* – Michael Schrage) es “**¿En quién quieres que se conviertan tus clientes?**”

Ir más allá del diseño de productos, servicios o experiencias y entender que **estamos diseñando la transformación del cliente**



fuelle: <https://www.pexels.com>

Algunas conclusiones





¿Qué aprendemos... ?

- La transformación que se está dando en las personas es real y palpable
- Nuestro negocio depende de re-entender qué es lo que define a nuestro cliente hoy
- Debemos aprovechar la transformación digital para potenciar la transformación de nuestros clientes



Photo by Macau Photo Agency on Unsplash



La Transformación No Esperada

Cuatro estrategias para Re-entender la Experiencia del Cliente (CX)

Víctor M. González, Ph.D.

CEO y Fundador

Sperientia [studio+lab][®]

@sperientia @vmgyg

victor.gonzalez@sperientia.com

6 de octubre de 2020

Digital CX Forum