



# MEDICIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE REINVENTADA

Mayo 3 - 22 - Mexico



Juan Vicente Hernández  
Director de Programas Estratégicos LATAM



2015



OBSERVAR, ESCUCHAR Y ENTENDER

2022



# Evolución en los modelos de relacionamiento



- Era transaccional – 1980 - 2000
- Era de Interacciones - 2001 - 2015
- Era del Engagement - 2015...

**EL CONSUMIDOR LE DA MÁS VALOR AL CONTACTO CON CONTEXTO**

## La Era del las transacciones

Era enfocada en la Eficiencia, centrada en la Empresa



KPI Central : Ahorro en Costos,  
Reducción de mano de Obra

Métricas de Servicio en el canal Telefonica  
FCR, AHT, ACW, ANS

## La Era de las Interacciones

Era enfocada en la Efectividad, centrada en la Empresa



KPI Central: Ahorro en Costos  
de manera efectiva



Métricas de Contact Center  
Principal Métrica: CSAT, EFFORT SCORE

## La Era del Engagement

Era que da inicio la estrategia centrada en el cliente

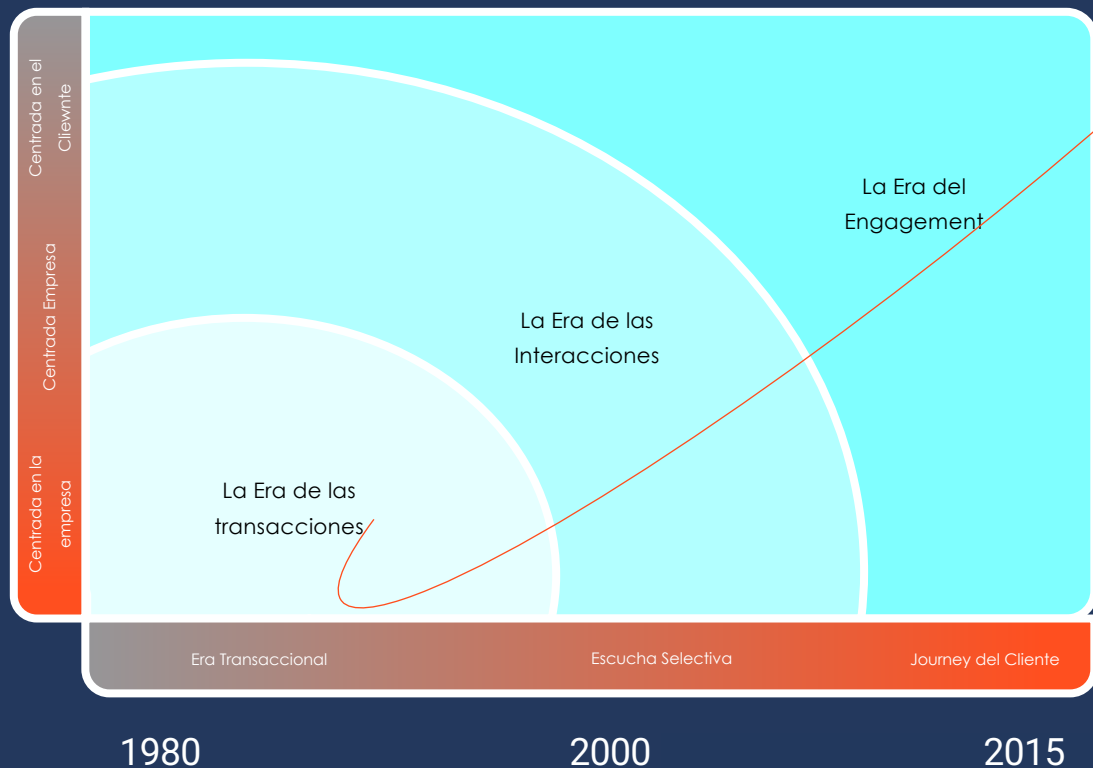


KPI Central: Revenue & Marca



Métricas de un Customer Engagement.  
Métrica Principal: NPS, CES,

# Evolución de las Métricas del Servicio al Cliente



# Tecnologías Exponenciales

Las 4 Olas de la Inteligencia Artificial:

1. Internet AI
2. Business AI
3. Perception AI
4. AI Autonomo

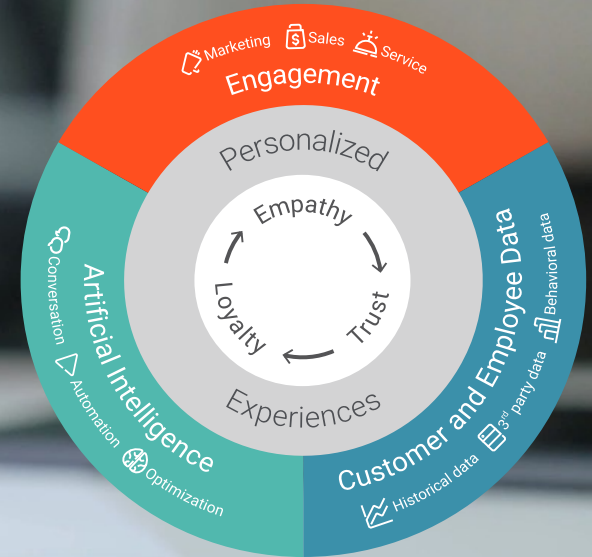
Nuevos estándares de Servicio  
Estilos de Vida Digital  
Mayor Automatización  
Consumidor mas exigente  
Consumidor mas Crítico e Informado

## Cambios en los hábitos y comportamientos del consumidor

# LA ERA DE LA PERSONALIZACIÓN



# LA ERA DE LA EXPERIENCIA



## NUEVAS METRICAS & NUEVAS METODOLOGIAS DE MEDICIÓN

Revisión de clientes, Retención, Fuga, Valor de Negocio (LTV), Fidelización, mediante tecnologías de NLP, Sentimental, Software de Relacionamiento de Clientes & Engagement, Voz del Cliente, Inteligencia Artificial & Machine Learning

# EXPERIENCIA DEL CLIENTE

## Elementos a considerar

- ✓ Impulsar la confianza & lealtad (Empatia)
- ✓ Experiencia del ciclo de vida del Cliente extremo a extremo (Mercadeo- Ventas- Servicio)
- ✓ Los Empleados - diferenciador (Employee experience, Embajadores de Marca)
- ✓ AI- Aplicada Escuchar & Entender (contexto & la intención del cliente)



SOCIAL MEDIA

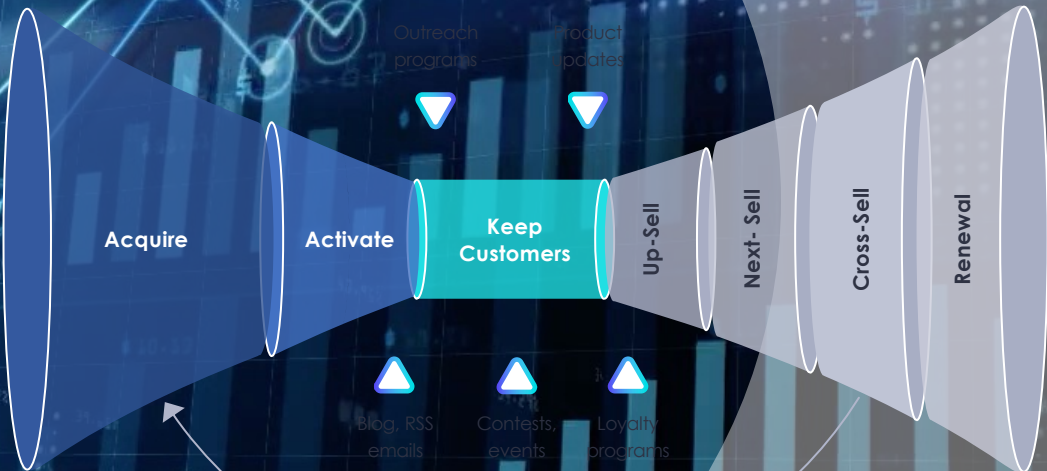


MEDIA CHANNEL



PRESENCIAL

MÉTRICAS BASADAS EN OBSERVACIÓN VS INFORMACIÓN




CAPTURA DE CLIENTES

CRECIMIENTO & RETENCION DE CLIENTES



# Estrategías para mejorar la medición de CX

A close-up photograph of a hand placing a wooden puzzle piece into a larger assembly on a wooden surface. The puzzle pieces are light-colored wood with a natural grain. The background is slightly blurred, showing more puzzle pieces and a hand. The overall tone is warm and focused on the task of assembly.

- Sea selectivo sobre lo que se mide.
- Medir en cada punto clave del recorrido del cliente
- Depure sus datos y hágalos fácilmente accesibles
- Adopte la tecnología, pero no se olvide de las personas.
- Evite sesgos personales al momento de construir las métricas de CX
  - Incentivar a los empleados para que actúen según los conocimientos revelados por las métricas de CX

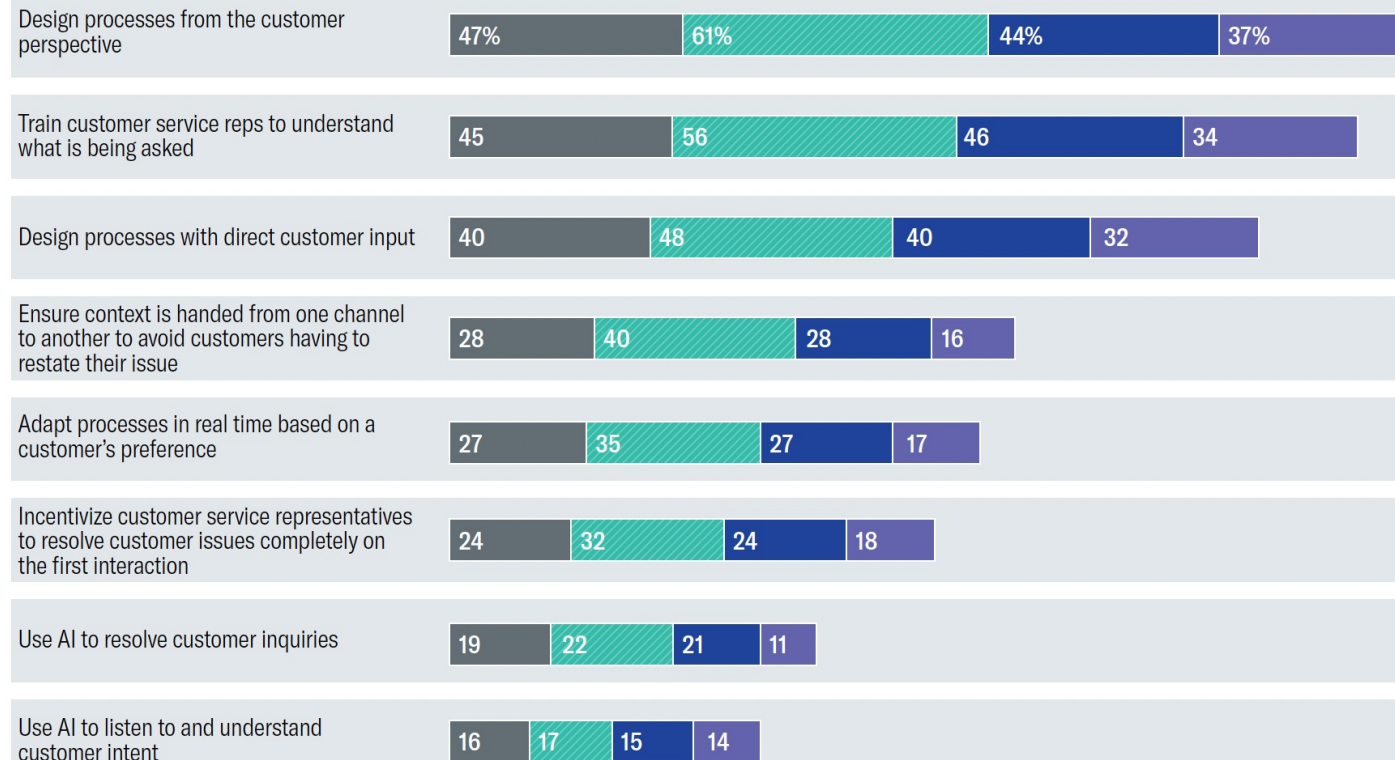
Beyond Net Promoter Score  
Customer Experience Measurement  
Reimagined

## Leaders Are Working Harder to Demonstrate Empathy

They incentivize the right behaviors and focus on channel consistency.

In which of the following, if any, does your organization try to improve its ability to empathize with customers?

■ All respondents ■ Leaders ■ Followers ■ Laggards



**GRACIAS!**

