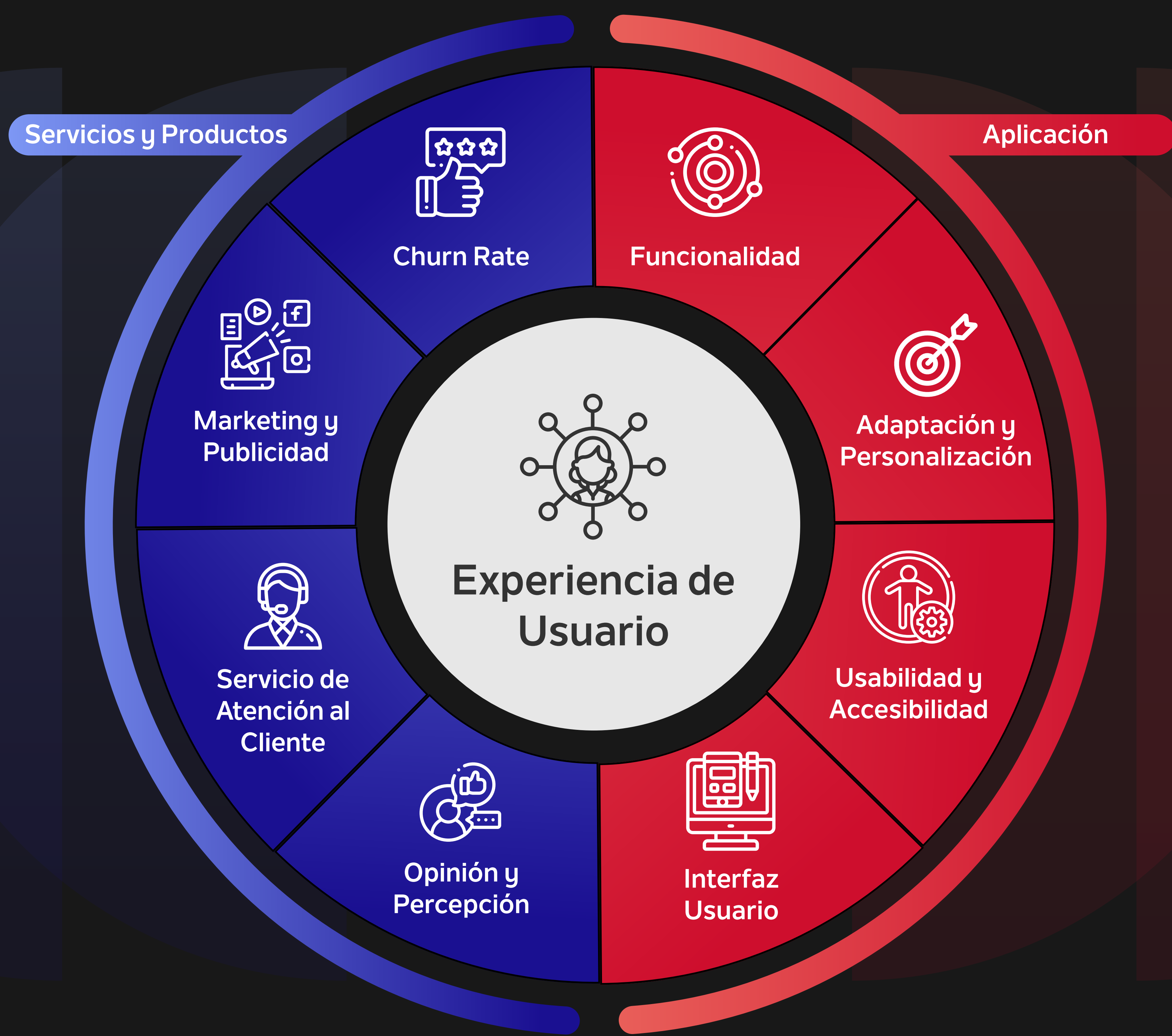


MEJORA DE LAS COMPAÑÍAS A TRAVÉS DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE



PUNTOS CLAVE DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE DIGITAL

En un mundo que cambia constantemente, y en el que las empresas digitales están orientadas a dar respuesta a las necesidades y peticiones de sus clientes, la **experiencia de cliente** ha pasado a ser un **punto clave de la mejora** continua tanto de los **productos ofrecidos**, como de los **procesos de Front y Back Office** asociados a la operativa de las compañías.



¿COMO CAPTURAMOS LA OPINIÓN Y NECESIDADES DEL CLIENTE DIGITAL?

Analizando los puntos de contacto del cliente con la organización, podemos identificar las principales fuentes de las que podemos extraer la información necesaria:

Redes Sociales



Canales de Venta



Contact Center



Una vez identificados los puntos de contacto y recopilados los datos, se analiza la información con el objetivo de detectar mejoras o nuevas iniciativas para solventar las problemáticas o necesidades que tiene el cliente. Es en este punto donde la experiencia de cliente pasa a formar parte del proceso de mejora continua de una compañía.

PUNTOS CLAVE PARA IMPLEMENTAR LA EXPERIENCIA DE CLIENTE COMO PARTE DE LA MEJORA CONTINUA DENTRO DE UNA COMPAÑÍA

1 Procesos de Identificación

Deben definirse de forma clara los procesos y actividades que la organización debe seguir para identificar las necesidades y problemáticas de sus clientes. Ejemplos de procesos de identificación:

- Proceso de revisión de las llamadas, mails recibidos de los clientes etc.
- Análisis de los datos asociados al tráfico de clientes y las tasas de abandono en los procesos y aplicaciones online



2 Implicación de la Organización

Es clave en la implantación de estos modelos involucrar a toda la organización, y evitar que la identificación de mejoras se quede sólo en los departamentos de transformación u operaciones.

Para ello es importante montar equipos multidisciplinares de identificación de iniciativas de mejora, y que estas tareas pasen a formar parte de las actividades periódicas mensuales que tienen todos los empleados.



3 Modelo de Gobierno

Por último, es importante que todo el modelo de identificación esté coordinado con el modelo de gestión y puesta en marcha de proyectos. Para ello, se debe definir un modelo de gobierno global, que permita la gestión coordinada del proceso de identificación de iniciativas, con su incorporación a los backlogs de productos y a los procesos de soporte de back office.

