

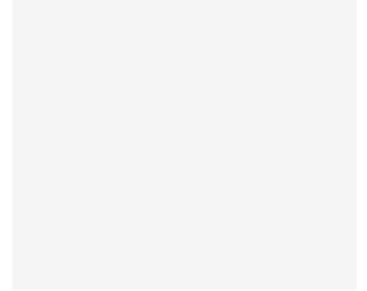


# Transformación digital: La ruta hacia la diferenciación en el servicio

Mauricio Giraldo

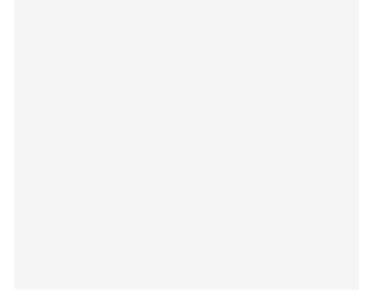
# ANA ES UN CLIENTE...

- Ella visitó su sitio web para resolver su problema
- Ella charló con sus empleados
- Ella esperó pacientemente
- Ahora está en Twitter



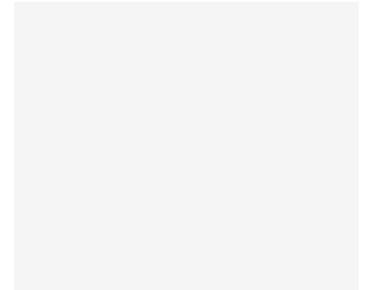
# ANA TIENE UNA PREGUNTA...

- Ella necesita algo
- Y se pregunta por que debe:
  - **Ser atendida por tres personas**
  - **4 horas**
  - **Multiples canales**
- Para ayudarla?



# EL CLIENTE ES EL REY

- Ana debería ser la reina. En **la era del consumidor**, Ana está cambiando:
  - **La forma en que se conecta**
  - **La forma en la que compra**
  - **La forma en la que descubre**
- Ella está cambiando la forma en la que habla de ti.





El rol de la Tecnología ha evolucionado de "Habilitador" a

"Impulsor" de Negocio

Aquí dice que mi contraseña es incorrecta...

Pero escribo "incorrecta" y me sigue diciendo que esta mal...



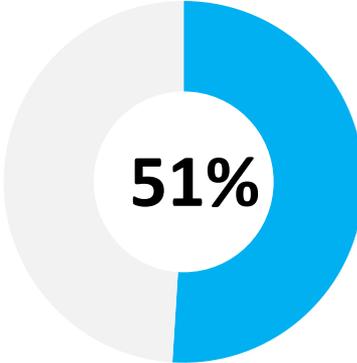
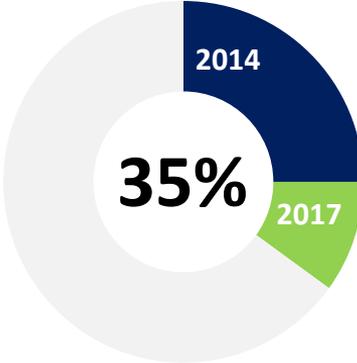
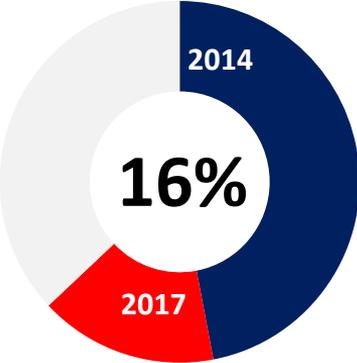
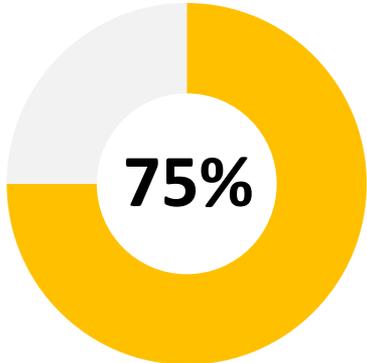
# ESTADISTICAS DE LA INDUSTRIA

CLIENTES QUE YA ESTAN EN LA WEB CUANDO SE PRODUCE EL "ENGAGE"

CRECIMIENTO ESPERADO DE AUTOSERVICIO EN 2016

NUMERO DE CLIENTES QUE USAN MAS DE 4 CANALES

LOS CLIENTES AUN PREFIEREN LA VOZ PARA SITUACIONES COMPLEJAS



# LA ERA DEL CONSUMIDOR DIGITAL

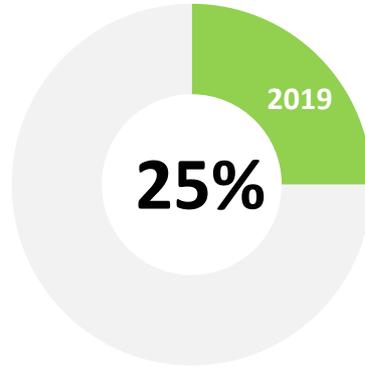
Las interacciones de autoservicio Web y móviles ya han superado todos los demás canales.

Para 2019 al menos una cuarta parte de los hogares de los países desarrollados utilizarán asistentes virtuales.

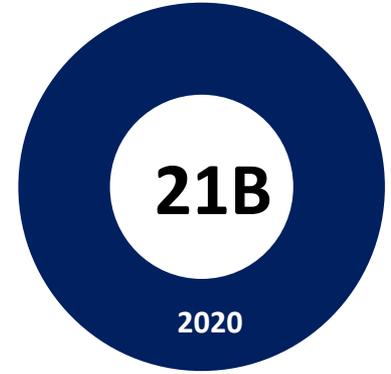
Para 2020, habrá 21 mil millones de dispositivos conectados en una Internet global de las cosas.



Forrester



Gartner



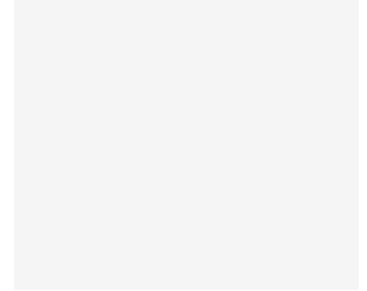
Gartner

- El canal de voz se está convirtiendo en un punto de **entrada secundario** enfocado en contactos más complejos
- El incremento en el uso de canales requiere un pensamiento omni-channel “**de afuera hacia dentro**”
- El auto-servicio no es utilizado para **desviar** sino para **atraer**

# Y QUE PASA CON ANA?

Ella no es una Tech savvy, sin embargo:

- Usa su huella digital para autenticar
- Video para comunicarse con su médico
- WhatsApp para chatear
- Un monitor de frecuencia cardíaca cuando hace ejercicio
- Un Eco-Amazon para hervir un huevo



# SIEMPRE EVOLUCIONANDO

Ella expone sus datos personales para obtener:

- Mejores ofertas
- Menores precios
- Servicios Hyper-personalizados





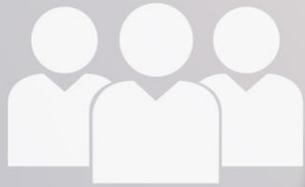


~~Estrategia Digital~~

Estrategia de Transformación  
en un Mundo Digital



# TRANSFORMACION DE NEGOCIO



**CUSTOMER  
EXPERIENCE**



**PROCESOS  
OPERACIONALES**



**MODELOS DE  
NEGOCIO**

# 7 PREGUNTAS ANTES DE INICIAR UN PROYECTO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL





User experience

Design

# Cultura CX

es una *Estrategia* que  
Enfoca la **Operación** y los  
**Procesos**  
de **Negocio**  
en torno a las *Necesidades*  
del **Cliente**  
**Individual**

**MARKETING**



**PUBLICIDAD**

**RELACIONES  
PÚBLICAS**



**BRANDING**

A vibrant landscape featuring a calm lake in the foreground, a dense forest of evergreen trees in the middle ground, and snow-capped mountains under a blue sky with scattered white clouds in the background. The scene is bright and clear, representing a healthy environment.

# Promesa de Marca

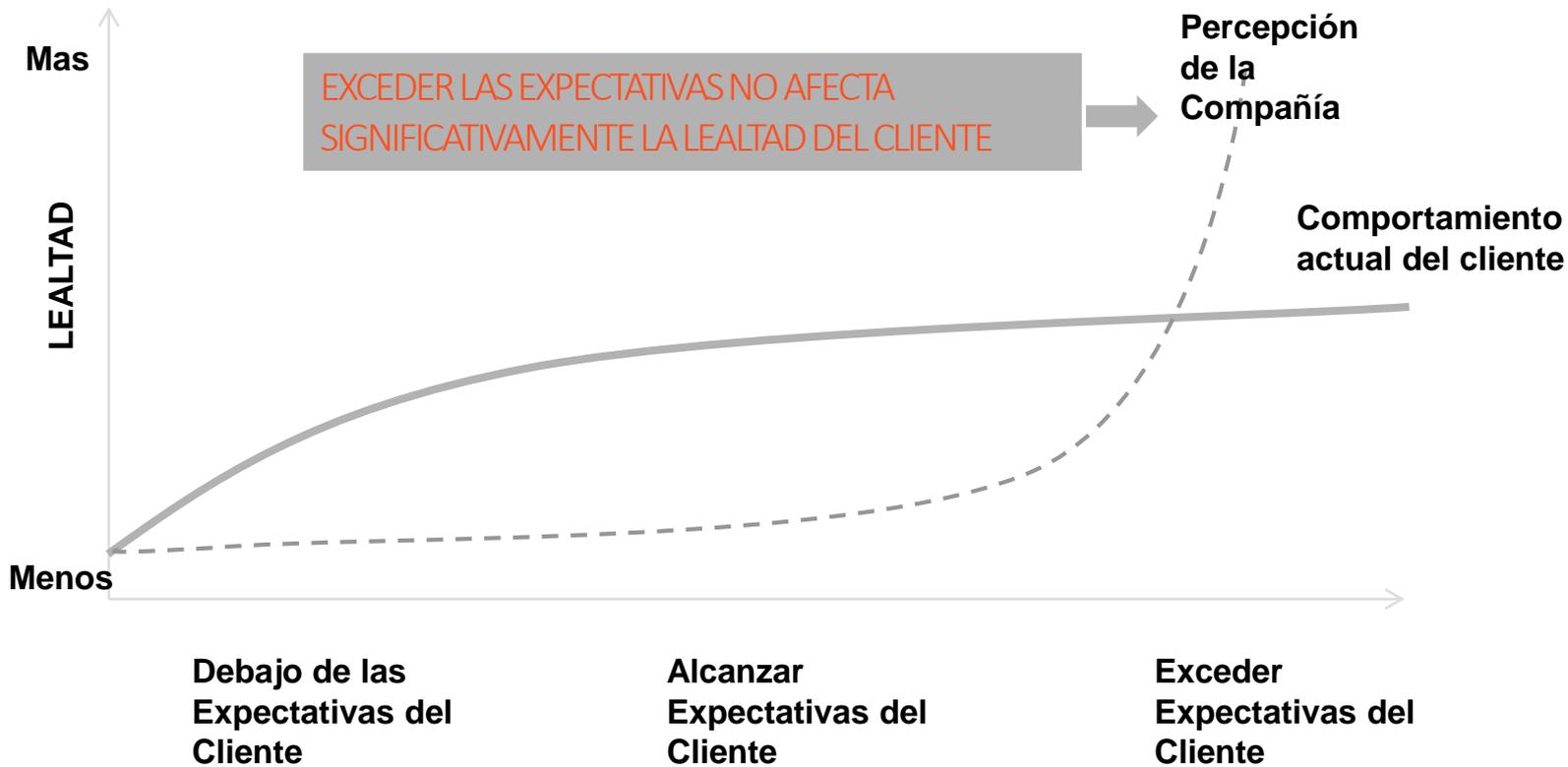
A desolate landscape showing a field of dead, skeletal trees standing against a cloudy, overcast sky. The ground is covered in dry grass and debris, suggesting a state of environmental devastation or a failed project.

# Entrega del Servicio

## NUEVO BRANDING

He visto en Facebook que eres un gran amante.  
Laura dice en Twitter que eres un gran amante.  
Mis amigas Marta y Anita postearon que eres un gran amante.

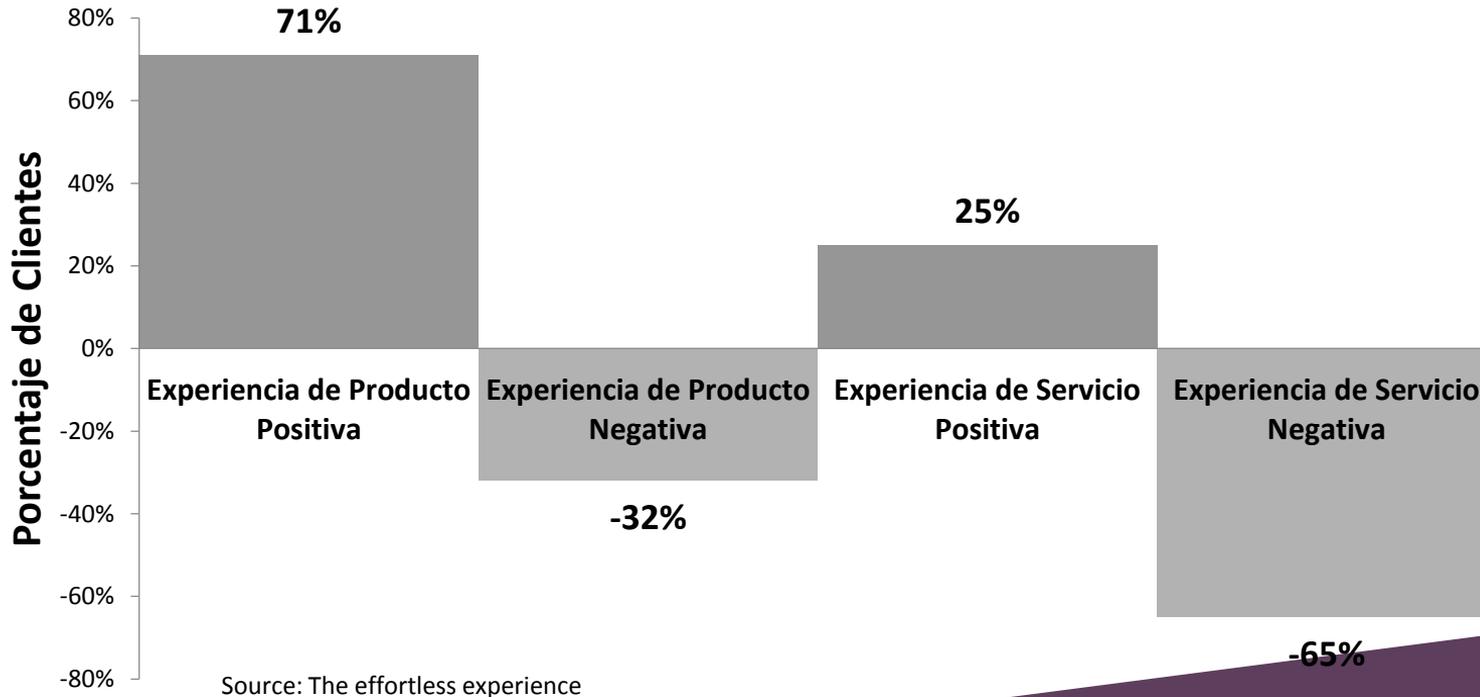






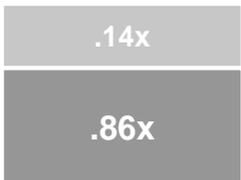
Prácticamente no existe correlación entre Satisfacción y Lealtad

# BOCA EN BOCA DE CLIENTES SEGUN TIPO DE EXPERIENCIA



**Total del Impacto Potencial: 1x**

Mas LEAL



Esfuerzo: Resolución en el primer contacto (FCR)

"Momentos WOW": Enseñar al cliente algo nuevo

Neutral

**Effort:** Mas de un contacto para resolver

(2.52x)

**Experiencia del Representante:** Servicio Genérico

(.52x)

**Esfuerzo:** Repetir Información

(.46x)

**Esfuerzo:** Esfuerzo adicional percibido para resolver

(.23x)

**Esfuerzo:** Inconsistencia en la travesía del cliente

(.20x)

**Total del Impacto Potencial: (3.93x)**

Mas DESLEAL



Considerar el **ESFUERZO DEL CLIENTE**

# En Nuestro Mundo Hoy

Tuvimos algún progreso en CX para nuestra industria?

Están nuestros empleados empoderados y comprometidos?

Es realmente nuestro cliente el numero uno?

# CX VALUE GAP



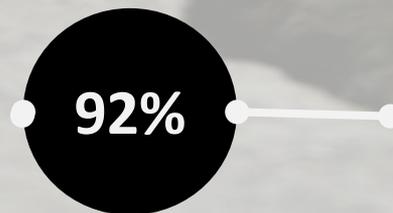
## EL COSTO DE NO HACER NADA

BAJAS GANANCIAS  
NO EXISTE MIND SHARE  
DECREMENTO DEL MARKET SHARE  
INCREMENTO DEL COSTO DE ADQUISICION  
CRECIMIENTO DEL CHURN



## EL BENEFICIO DE LA ACCION

AUMENTO DE LAS GANANCIAS  
MIND & APP SHARE  
INCREMENTO DEL MARKET SHARE  
BAJOS COSTOS DE ADQUISICION  
BAJO CHURN



# Thank You

Visit [www.genesys.com](http://www.genesys.com) or call +1.855.821.0932 for more information



Genesys confidential and proprietary information.  
Unauthorized disclosure is prohibited.

Copyright ©2017 Genesys.  
2001 Junipero Serra Blvd., Daly City, CA 94014

All Rights reserved. Genesys and the Genesys logo are registered trademarks of Genesys. All other company names and logos may be registered trademarks or trademarks of their respective companies.