

**Iniciativa AEC**

**DIGITAL** 2016  
**Experiencia de Cliente**  
28 de abril de 2016  
**CUSTOMER**  
La Refinería, Madrid  
**EXPERIENCE**

Cumbre AEC 2016  
Experiencia de Cliente

Partners Impulsores



# ***User Experience 100% Digital*** ***Investigación con clientes para el*** ***rediseño de la experiencia en el*** ***canal online***

**Mercedes Alonso**

Responsable investigación en la Dirección de Marketing de Clientes

**Caser**

Partners Impulsores



# OBJETIVOS

## Profundizar en el conocimiento del comportamiento del Cliente

- Conocer y entender las necesidades de los clientes, las acciones que llevan a cabo y aquellas que les gustaría poder realizar.

## Identificar palancas para promover el uso del canal online

- Investigación de los drivers que hacen que se utilice o no un nuevo canal disponible para los distintos perfiles de clientes.

## Determinar el plan de acción

- Propuesta de acciones para lograr una migración efectiva, utilizando las palancas identificadas previamente.

# METODOLOGÍAS

## Voz del cliente

- Conocimiento comportamiento del cliente
  - Mis clientes:
    - Análisis cartera de clientes
  - Mis clientes y los de la competencia
    - Focus group
    - Entrevista/Cuestionario telefónico
    - Encuesta mail
- Análisis usabilidad web
- Monitorización Redes Sociales
  - Uso
  - Posicionamiento

Partners Impulsores



# OUTPUTS



## Identificación de cliente

- Uso de internet.
- Compañía de referencia.
- Uso de diferentes canales.
- Motivos por los que no usan canales online.



## General

- Satisfacción con las compañías de seguros.
- Recomendación de los canales online.



## Experiencia

- Experiencia con los canales.
- Satisfacción con diferentes funciones de los canales online.

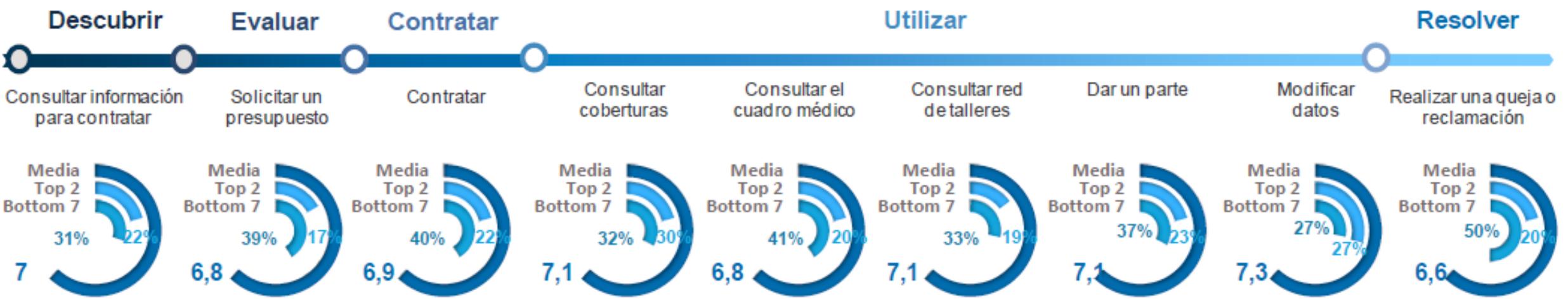


## Expectativas y frecuencia de uso

- Expectativas en relación a los canales online.
- Demanda: intención de uso de los canales online.

Partners Impulsores

# CUSTOMER JOURNEY



*\*ejemplo*

Partners Impulsores



# ***MONITORIZACIÓN***

Satisfacción

NPS

Métricas del canal online

Redes Sociales

- Uso
- Posicionamiento

# *RECOMENDACIÓN*

**Es fundamental la investigación con clientes para la definición de la estrategia digital**

- Es importante conocer tu posicionamiento respecto a la competencia
- Son necesarios los kpi's para conocer y monitorizar nuestro canal digital

Partners Impulsores

