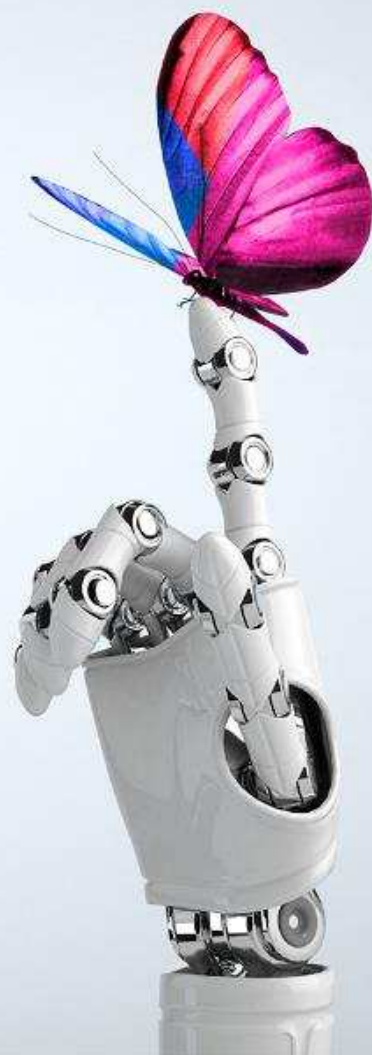
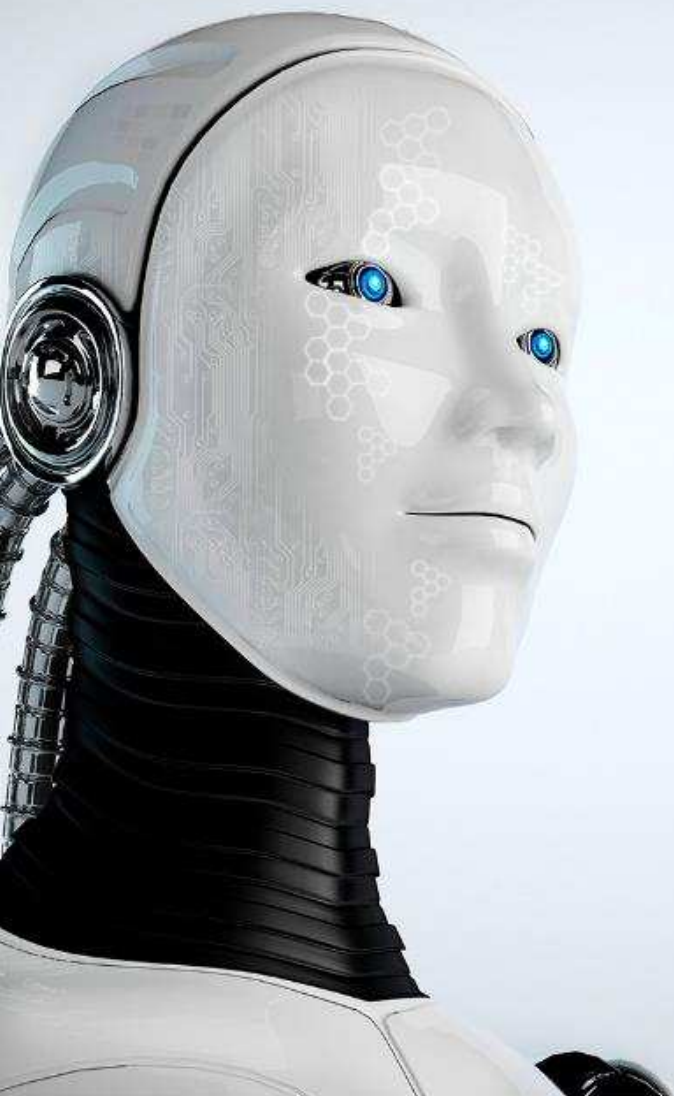


Organiza: **Q AEC**
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD

Partner Impulsor: **SAP**

Partner: **MADISON**



II Congreso **AEC OPEN EXPERIENCE**

Madrid - Espacio Bertelsmann - 25 de Octubre

CX 5.0

“La quinta dimensión
en Customer Experience”



Comunidad AEC
EXPERIENCIA DE CLIENTE



MADISON

Métricas CX 5.0

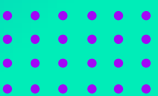
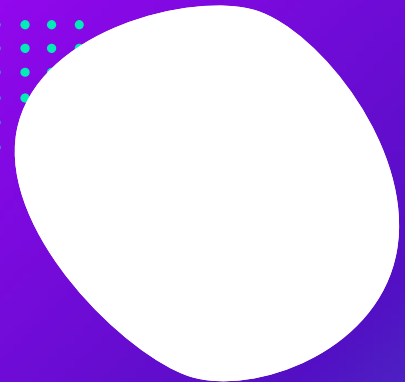
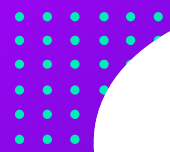
Cómo hacer del dato una Historia

Jose Luis Delmas

Madison, Director Market Research España y Perú



Digitalización





Situación actual y retos

MADISON

*Transformación
digital*

*Inteligencia Artificial
Automatización BOTS*



*Agilidad
empresarial*

*IOT (Internet of Things)
Data Analytics (Predicción)*

CX
5.0

II Congreso AEC Open
Experience

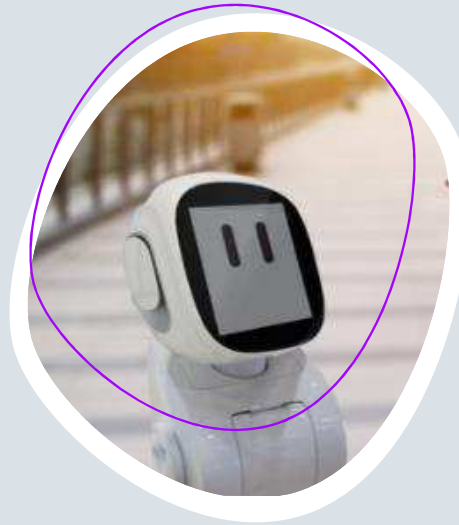


Situación actual y retos

MADISON

La digitalización plantea hoy en día tantos retos como incertidumbres, y requiere de empresas e instituciones flexibles, capaces de adaptarse al cambio permanente y de asumir procesos híbridos, en los que se mezclan lo físico y lo virtual.

II Estudio sobre el grado de digitalización de las Empresas y Administraciones Públicas españolas. Observatorio Vodafone. 2018

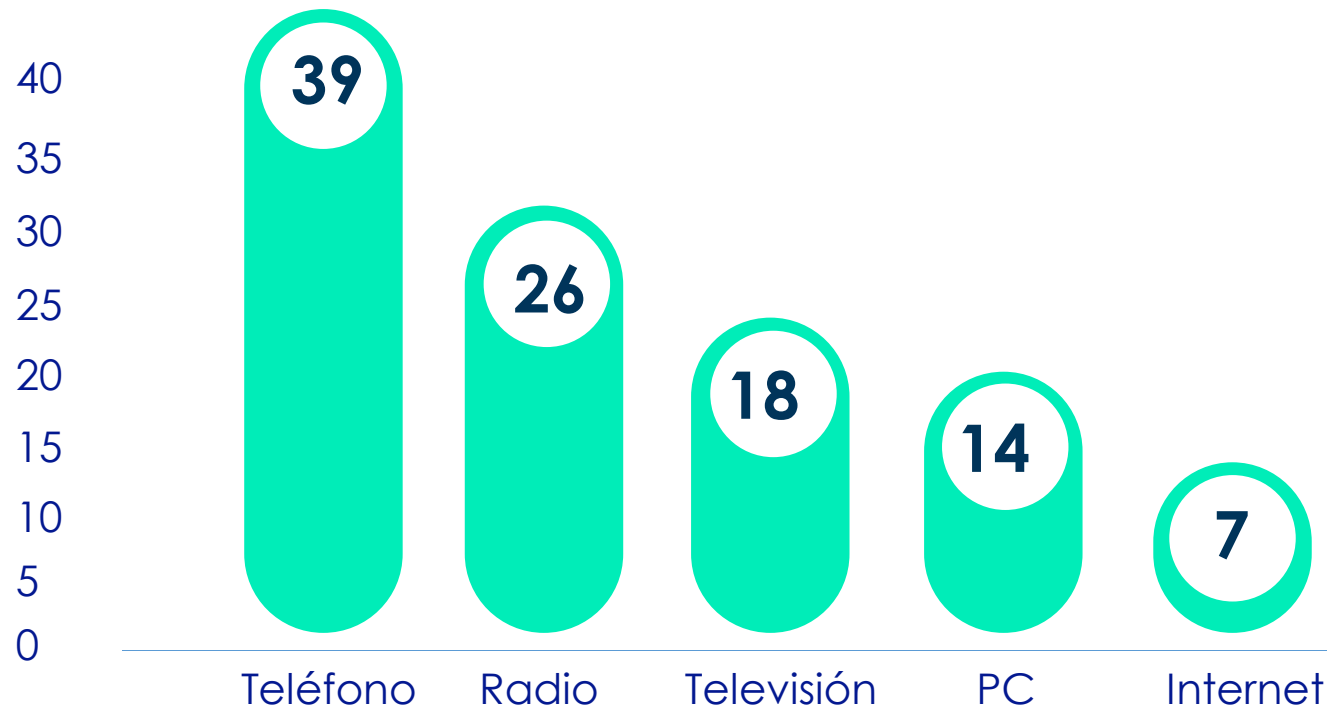


CX
5.0

II Congreso AEC Open
Experience

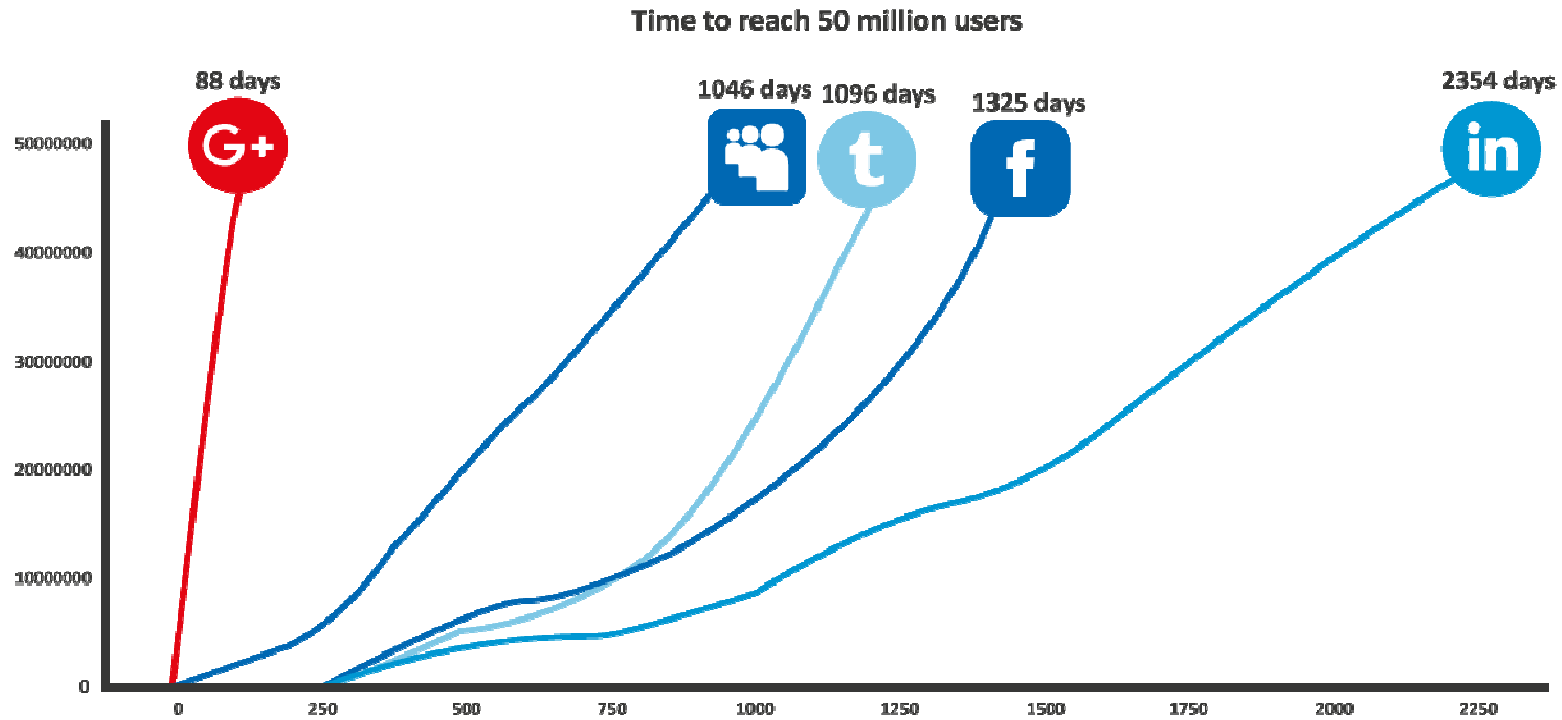


TIEMPO (AÑOS) EN ALCANZAR 50 MM DE USUARIOS





VELOCIDAD DE CAMBIO (SIGLO XXI)





Digitalización

MADISON

Todo aquello *susceptible de ser | va ser*

La convergencia digital es el conjunto de procesos de transformación social, económica, organizativa y tecnológica que la digitalización está haciendo posible e impulsando.

automatizado
4ª LEY

digitalizado
1ª LEY

**CONVERGENCIA
DIGITAL**

conectado
2ª LEY

analizado
3ª LEY



Digitalización

MADISON

El cambio tecnológico impacta en las sociedades tal y como las conocemos hoy.

Los avances técnicos en herramientas digitales imponen un ritmo vertiginoso de cambio de hábitos de consumo y comportamientos.



COMERCIO ELECTRÓNICO

Millones de pedidos y webs al límite: así afrontan las empresas el Black Friday.



COMPAÑÍAS

Cabify permite el pago en efectivo en sus vehículos de Madrid.



INNOVACIÓN

El 'open banking' se abre paso en la banca española.



Digitalización

Una oportunidad de crecimiento y cuestión de supervivencia

MADISON

La digitalización ya no es solo una oportunidad de crecimiento, sino una cuestión de supervivencia.



COMPAÑÍAS

Renfe: "Nuestra competencia pueden ser Uber o Amazon".



INNOVACIÓN

SiteMinder, el sistema en la nube que usan 2.000 hoteles españoles.

Un proceso que afecta a la esencia de las organizaciones y agita su cultura tradicional.



Digitalización

El dato como motor del mundo digital

MADISON

II *Las nuevas técnicas de recopilación y análisis de enormes volúmenes de datos nos ayudarán a ver el sentido de nuestro mundo de una forma que apenas intuimos.*



COMPAÑÍAS

Xiaomi e Ikea se alían para crear “hogares inteligentes”.



INNOVACIÓN

Alemania invertirá 3.000 millones para ser un líder en inteligencia artificial.



IA INTERNET OF THINGS

Estrella Galicia reinventa su forma de trabajar a través de la IA.



Digitalización

Beneficios buscados por las compañías

MADISON

- E-commerce (venta online)
- Mejora de servicio a cliente
- Comunicación con cliente
- Mejorar y efficientar procesos de negocio
- Producto...



Ser una empresa digital te ayuda a controlar y disminuir los costes y a crecer vendiendo online.

Marc Bigas | SKITUDE
Servicios, Cataluña (Pymes)



En Sacyr la transformación va encaminada a transformar la manera en la que hacemos las cosas para ser más eficientes, más operativos y más competitivos.

Francisco Gonzalo | CIO de SACYR
Grandes Empresas

CX
5.0

II Congreso AEC Open
Experience



|| *Una transformación digital es estar donde el cliente quiere estar cuando quiere y en el momento que lo considera oportuno.*

Ángela Sánchez Vignote
| Head of Digital ING DIRECT
Grandes Empresas

● Le haga la vida más sencilla

● Sea fácil adaptar las nuevas herramientas



|| *Empresas como Amazon están marcando los niveles de servicio digital a los que los demás se tienen que sumar porque el consumidor se acostumbra rápido a lo bueno.*

Javier Paniagua | Jefe de transformación digital PASCUAL
Grandes Empresas



Digitalización

— ¿Qué tecnología están dispuestos a usar los clientes / consumidores?

MADISON





Cómo influye la digitalización en el CX



CX 5.0
CX Digital

MADISON



CX
5.0

Il Congresso AEC Open
Experience



CX 5.0
Métricas

MADISON

CX
5.0

II Congreso AEC Open
Experience



CX 5.0
Data

MADISON



CX
5.0

Il Congresso AEC Open
Experience



MADISON

La incorporación de los **aspectos psicológicos** en el estudio de las decisiones económicas de los individuos

Richard Thaler. Premio Nobel de Economía 2017

CX
5.0

II Congreso AEC Open
Experience



CX 5.0
CX Tecnológico
y racional

MADISON



CX
5.0

II Congreso AEC Open
Experience



CX 5.0
Humanización
del dato

MADISON



CX
5.0

II Congreso AEC Open
Experience



CX 5.0

La quinta dimensión en Customer Experience



CX 5.0

MADISON



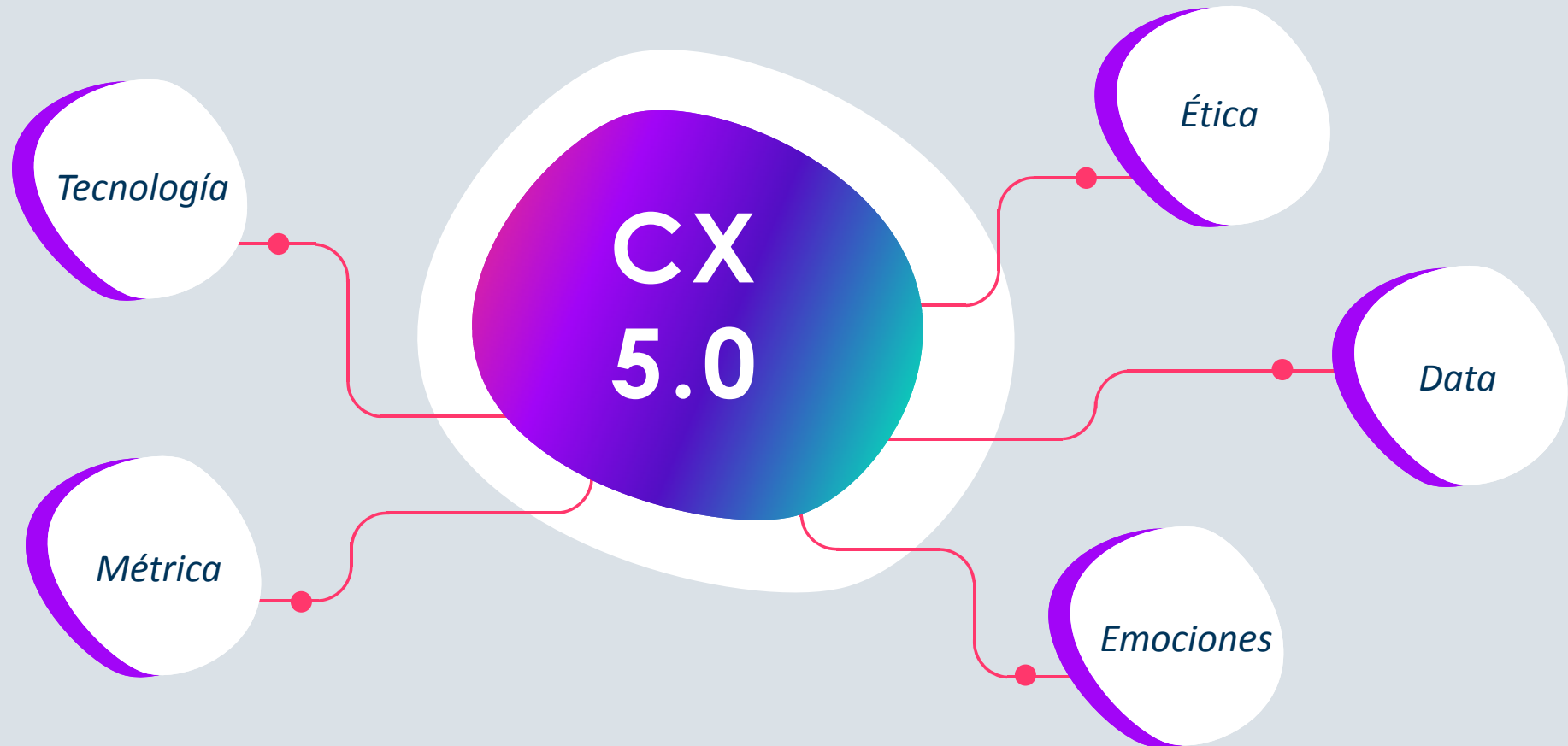
CX
5.0

Il Congresso AEC Open
Experience



¿Cuál es la verdadera evolución?

MADISON





¿Cómo influye la ética empresarial en las decisiones de compra de los consumidores?

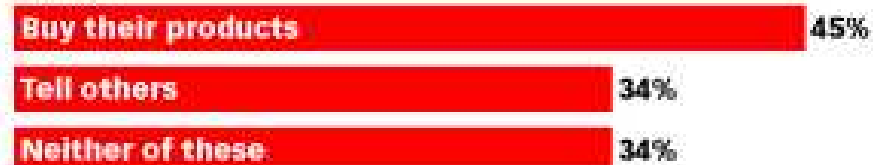
Actions Taken by US Internet Users When They Believe a Company Is Ethical vs. Unethical, April 2015

% of respondents

Unethical



Ethical



Note: n=2,000 ages 18+

Source: Mintel and Lightspeed GMI, "The Ethical Consumer US, July 2015," Nov 18, 2015

200789

www.eMarketer.com

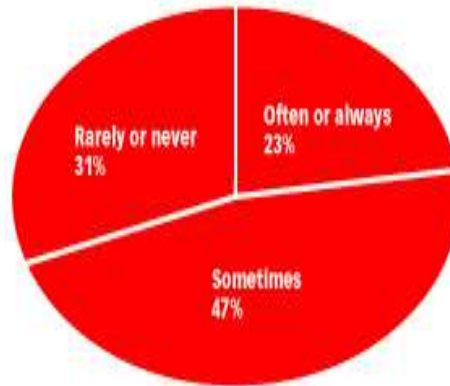
Ética

CX
5.0



¿Cómo influye la ética empresarial en las decisiones de compra de los consumidores?

Frequency with Which a Company's Ethics Influence Their Purchase Decisions According to US Internet Users, April 2015
% of respondents



Note: n=2,000 ages 18+; numbers may not add up to 100% due to rounding.
Source: Mintel and Lightspeed GMI, "The Ethical Consumer US, July 2015," Nov 18, 2015

200788

www.eMarketer.com

Ética

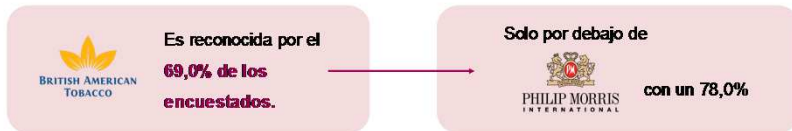
CX
5.0



¿Cómo influye la ética empresarial en las decisiones de compra de los consumidores?

03. Ideas principales

MADISON MARKET RESEARCH KREAB



- Es identificada como **SOLENTE** por el 53,7% de los encuestados
- Menos de 4 de cada 10 la identifica con:
 - ÉTICA E ÍNTEGRA
 - RESPONSABLE CON EL MEDIO AMBIENTE Y LA SOCIEDAD

03. Ideas principales

MADISON MARKET RESEARCH KREAB



ASPECTOS MÁS PERCIBIDOS

ECONÓMICOS

- Múltiples mercados
- Líderes en cuota de mercado
- Aporta a la economía y el empleo

ASPECTOS MENOS PERCIBIDOS

SOCIALES Y AMBIENTALES

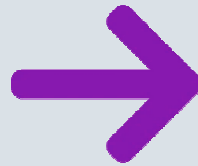
- Cumple estándares de calidad
- Transformadora hacia productos de menor riesgo
- Buen lugar para trabajar
- Compromiso con el medio ambiente
- Preocupación por los consumidores

Ética

CX 5.0



¿Cómo influye la ética empresarial en las decisiones de compra de los consumidores?



Ética

CX
5.0



La importancia de medir las emociones

MADISON



La **experiencia del cliente** es el producto de las percepciones de un cliente después de interactuar **racional, física, emocional y/o psicológicamente** con cualquier parte de una empresa. Esta percepción afecta los comportamientos del cliente y genera recuerdos que impulsan la lealtad y afectan el **valor económico que genera una organización**.

Fuente: Wikipedia

Emociones

CX
5.0



La importancia de medir las emociones

MADISON



Emociones

La importancia de las Historias de cliente.

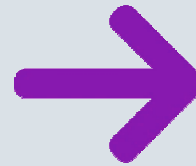
CX
5.0

II Congreso AEC Open
Experience



La importancia de medir las emociones

MADISON

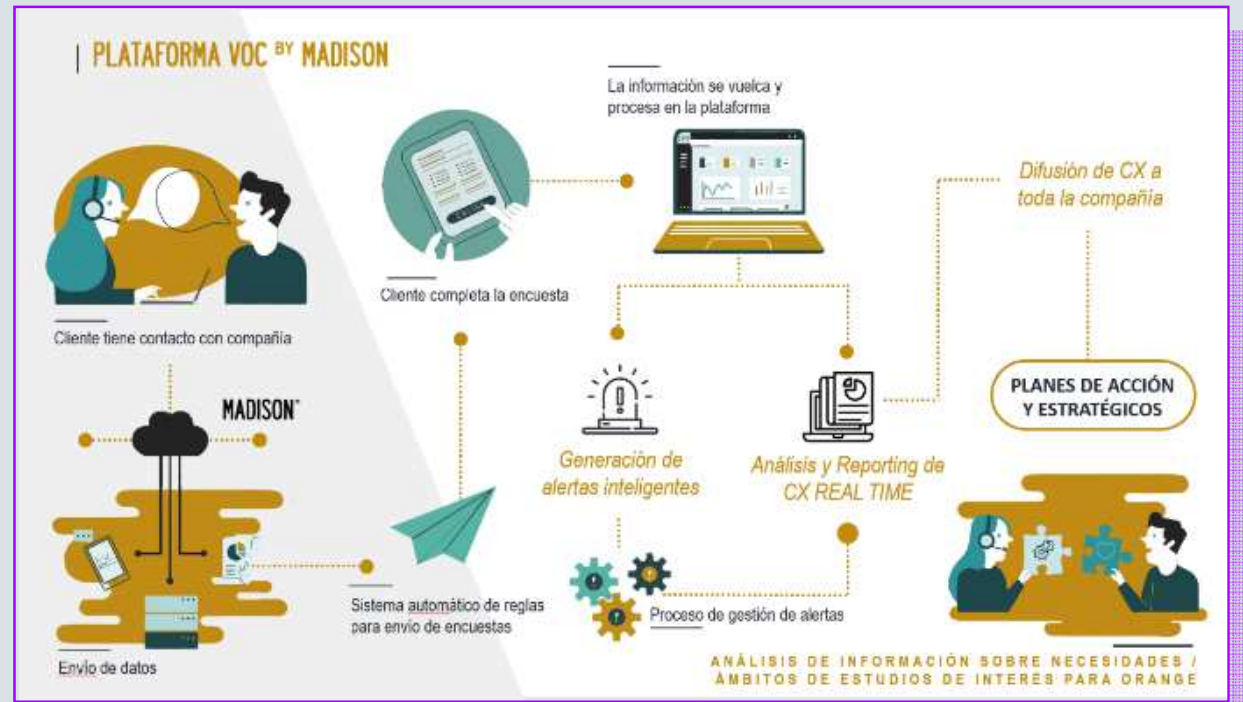


Emociones

CX
5.0



MADISON



Tecnología

CX
5.0

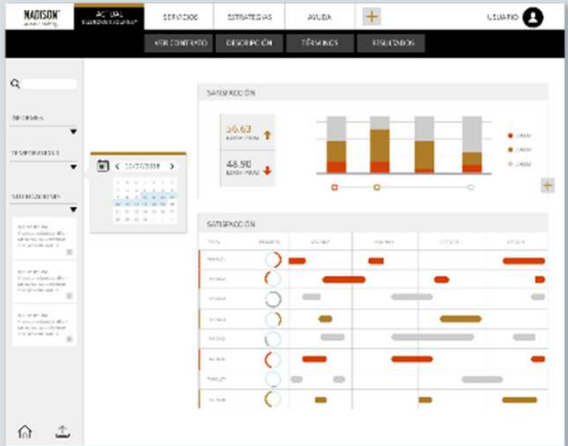
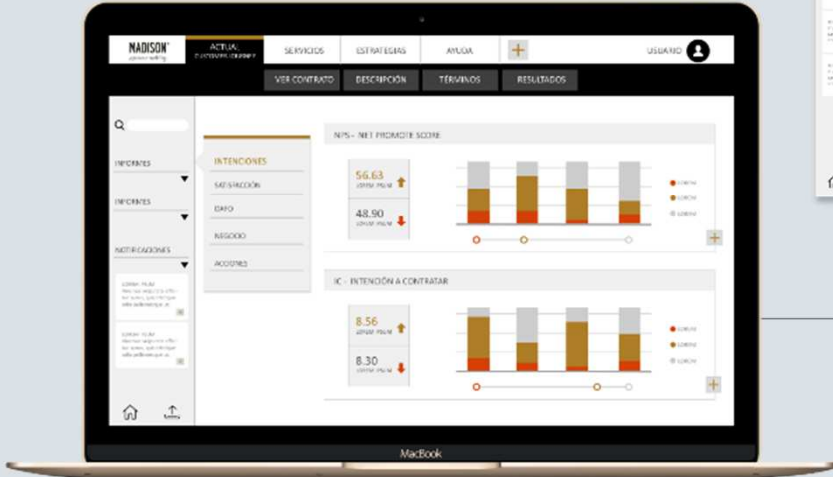
II Congreso AEC Open
Experience



MADISON



*Soluciones.
Sistemas de
medición.*



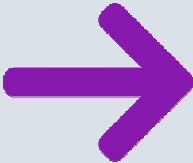
*Visualización de resultados y
gestión en tiempo real.*

Tecnología

CX
5.0



MADISON



Tecnología

CX
5.0



¿Qué podemos obtener con ciencia de datos?

Clasificación

Sentimiento, tema de conversación, entidades...

Segmentación

Probabilidad de venta, probabilidad de abandono, identificación de valor de clientes...

Data

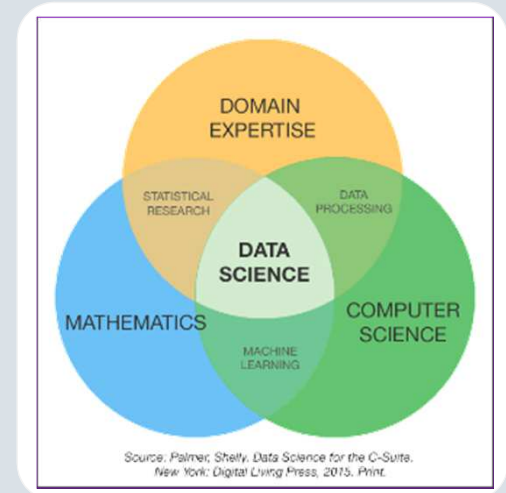
CX 5.0

Estimación continua

Importe esperado de venta, riesgo esperado...

Recomendación

Recomendación de venta de producto, recomendación de venta cruzada, respuesta en atención a cliente...





¿Qué podemos hacer con ese conocimiento?

- Identificar temas de interés.
- Relación entre la satisfacción y los temas mencionados.
- Dirigimos a clientes insatisfechos por tópicos de conversación.
- Identificar segmentos de clientes y sus causas de insatisfacción.
- Categorización automática de contenidos y establecer un sistema de respuesta automática o un proceso de gestión eficiente de la información.

Data

CX
5.0



Humanicemos el dato

MADISON

Lo más importante para el éxito no es la data sino el entendimiento humano.

Ken Segall | APPLE
Ex Director Creativo

Usemos data no solo para ser más eficientes, sino sobre todo para ser más humanos.

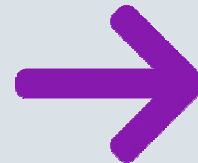
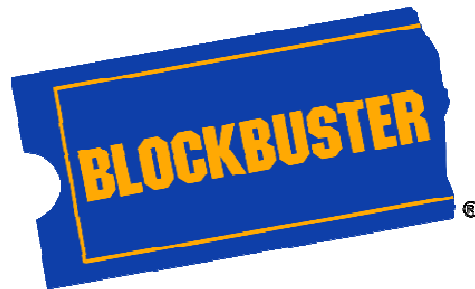
Giorgia Lupi
Information designer que ve la belleza en los números

¡Si te preocupas por la data, también preocúpate por la gente!

David Rogers
Profesor de Columbia Business School y autor de 4 libros en Estrategia

Data

CX
5.0



II Congreso AEC Open Experience



01 | OBJETIVO



El **objetivo** que se persigue es **determinar** de entre todas las **variables** de las que disponemos e incluidas en el análisis, **cuales influyen en el dato de NPS** y la medida en la que intervienen en el resultado, para identificar las **palancas que puedan contribuir a una mejora del indicador.**

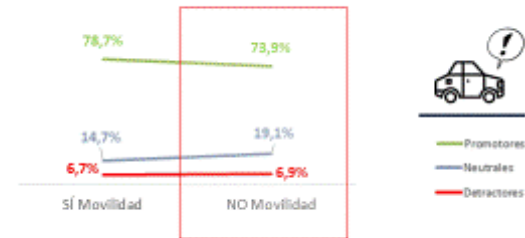


05 | RESULTADOS



3º *No tener movilidad influye negativamente en la recomendación*

Quienes sí han recibido el servicio se posicionan más como promotores y quienes no, como detractores e incluso, neutrales.



— Promotores
— Neutrales
— Detractores

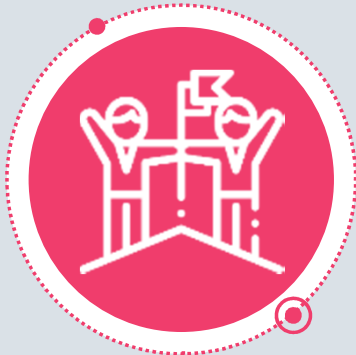
Data

CX
5.0

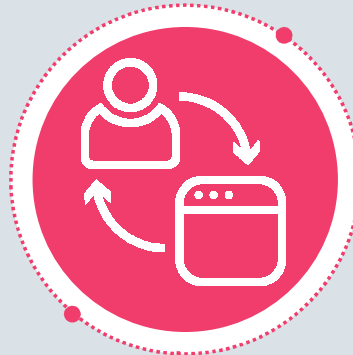


Primer Nivel de VoC

MADISON



MEDICIÓN
EXPERIENCIA
GLOBAL



MEDICIÓN
INTERACCIONES



DIFUSIÓN
ORGANIZACIÓN



ACCIONAR
TIEMPO REAL

Métrica

CX
5.0



ROI GESTIÓN CX



VISIÓN ÚNICA DE
CLIENTE



OPERATIVIZAR
ACCIONES

INFORMACIÓN DE CLIENTE

- Transaccional
- Operacional
- No estructurada

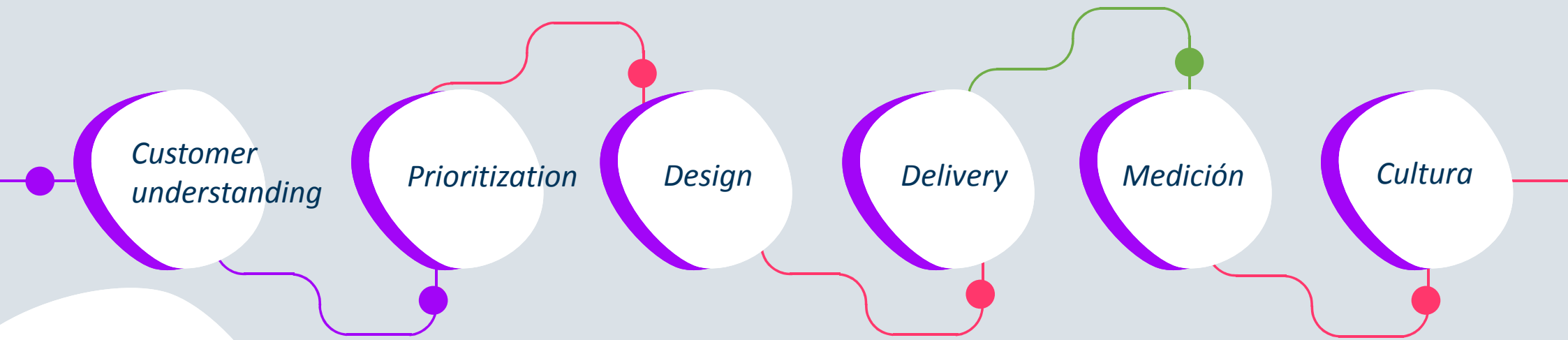
Métrica

CX
5.0



The Customer Experience Management Maturity Model | FORRESTER

MADISON



Métrica

CX 5.0

- VoC Avanzado
- Primer nivel de VoC



Métricas CX 5.0

Cómo hacer del dato una Historia

MADISON

CÓMO CONTABAMOS HISTORIAS



DIBUJOS



TEATRO



CUENTOS



CX
5.0

CÓMO CONTAMOS HISTORIAS

MADISON

La Radio



La TV





CÓMO CONTAMOS HISTORIAS

MADISON



NETFLIX



II Congreso AEC Open
Experience

Y las HISTORIAS en IM?

MADISON



CÓMO CONTABAMOS HISTORIAS EN MR

MADISON

De las máquinas
de escribir a
WordPerfect





MADISON

1.- NUESTROS CEREBROS ESTÁN DISEÑADOS PARA ENTENDER HISTORIAS

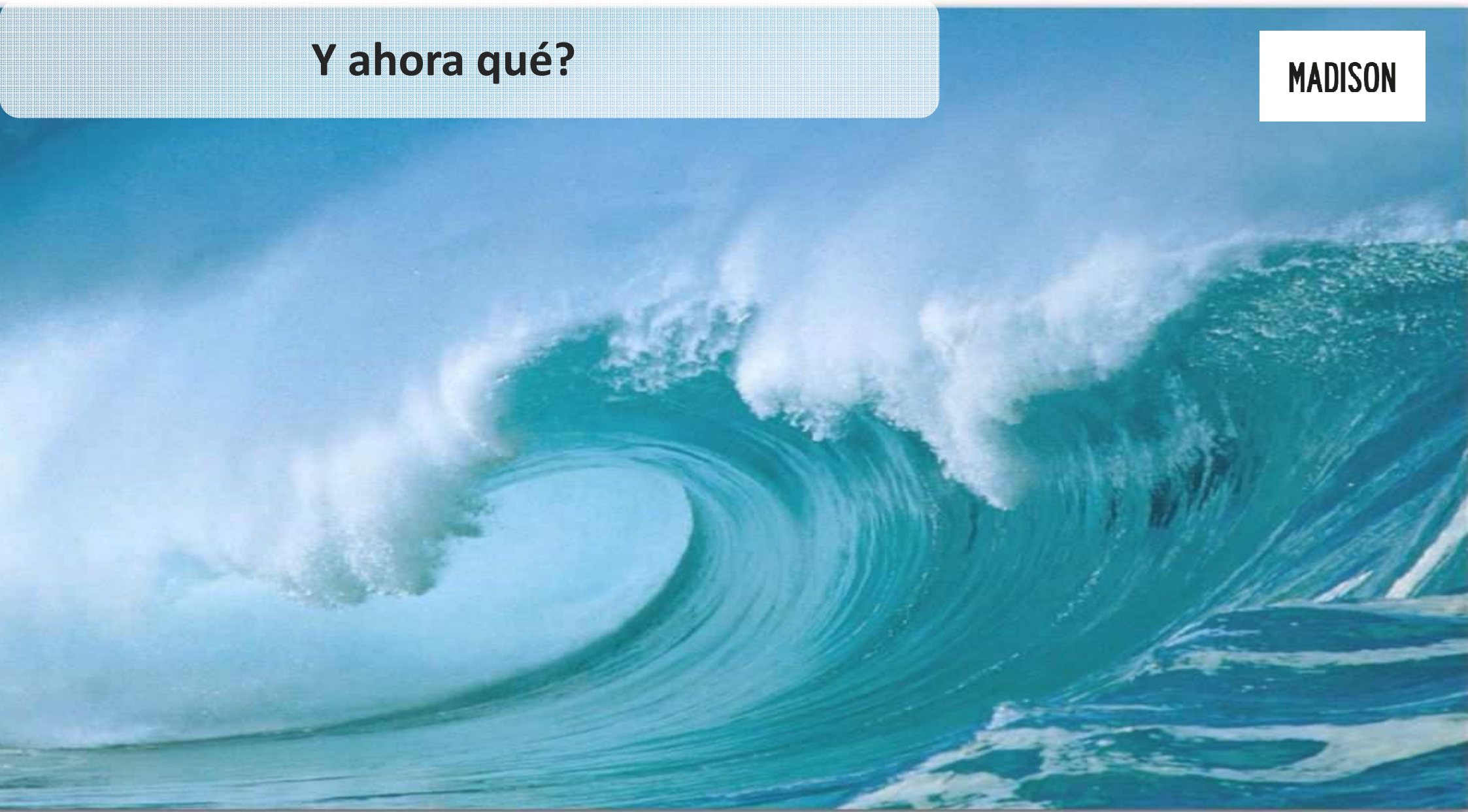
2.- HISTORIAS PERSUASIVAS

3.- LOS BULLETS POINTS NO FUNCIONAN



Y ahora qué?

MADISON



Notas preliminares a tener en cuenta

MADISON

Decir la Verdad

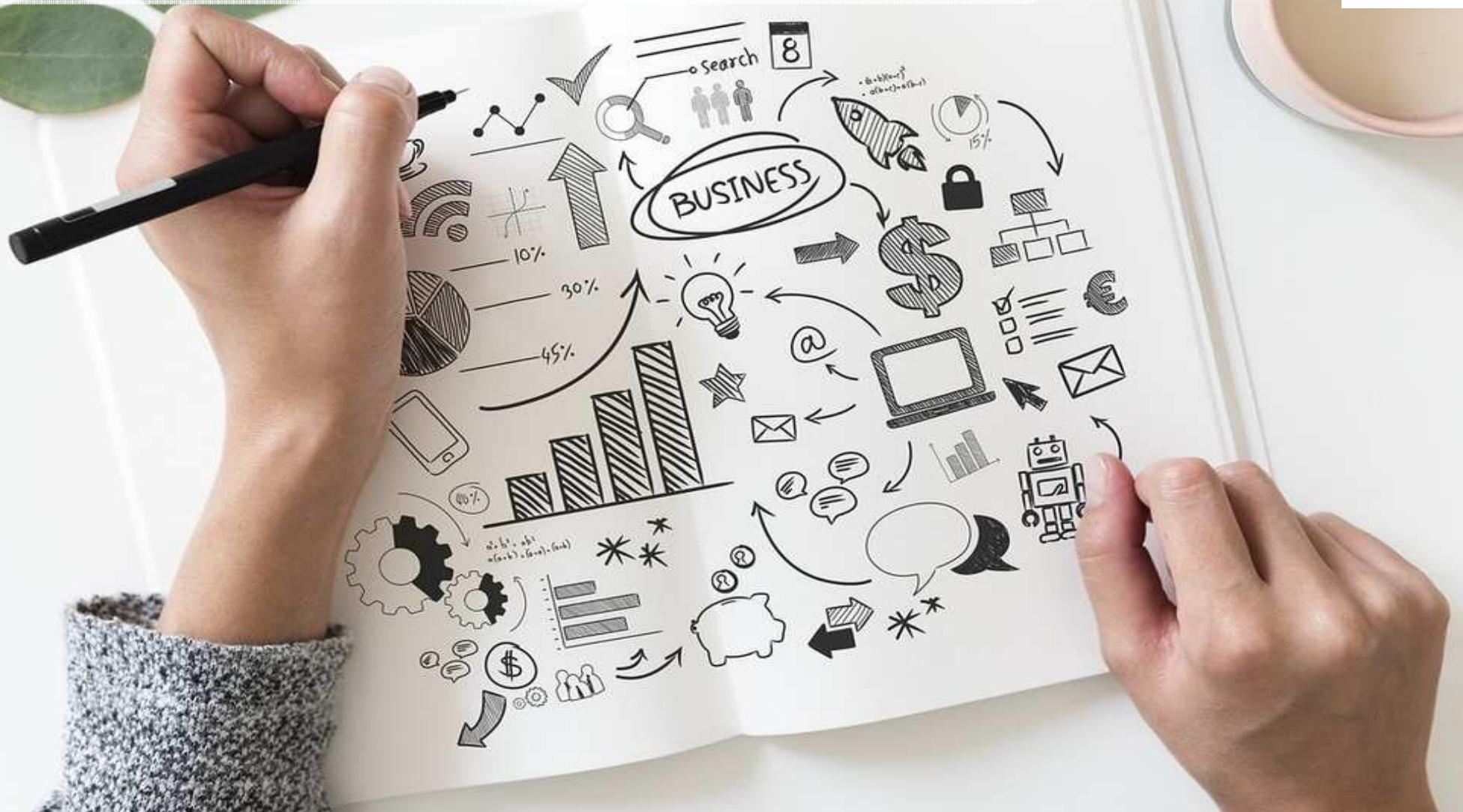
Explicar con una historia

Explicar la historia con imágenes



Cuéntalo con imágenes

MADISON



Trípticos, Dípticos, ...



MADISON

2018
Tercera Edición en Castilla y León

¿Qué centros ofrecemos?

73 centros

¿Cuántos alumnos vienen?

20.557

¿De dónde vienen?

¿Por qué Castilla y León?

¿Cuánto aportan?

¿Cómo valoran Castilla y León?

Primer Encuentro de Madisons en Castilla y León

The infographic is a vertical, rounded rectangle with a light blue background. It features a yellow ladder on the left side. At the top, there is a cloud with the year "2018" and the text "Tercera Edición en Castilla y León". Below this, there are several sections with titles in Spanish, each accompanied by a small illustration and data. The sections include: "¿Qué centros ofrecemos?" with a bar chart showing 73 centros; "¿Cuántos alumnos vienen?" with a line graph showing 20.557; "¿De dónde vienen?" with a world map; "¿Por qué Castilla y León?" with a list of reasons; "¿Cuánto aportan?" with a bar chart; and "¿Cómo valoran Castilla y León?" with a list of survey results. At the bottom, there is a circular logo for "Primer Encuentro de Madisons en Castilla y León" with an illustration of three people.

Videos

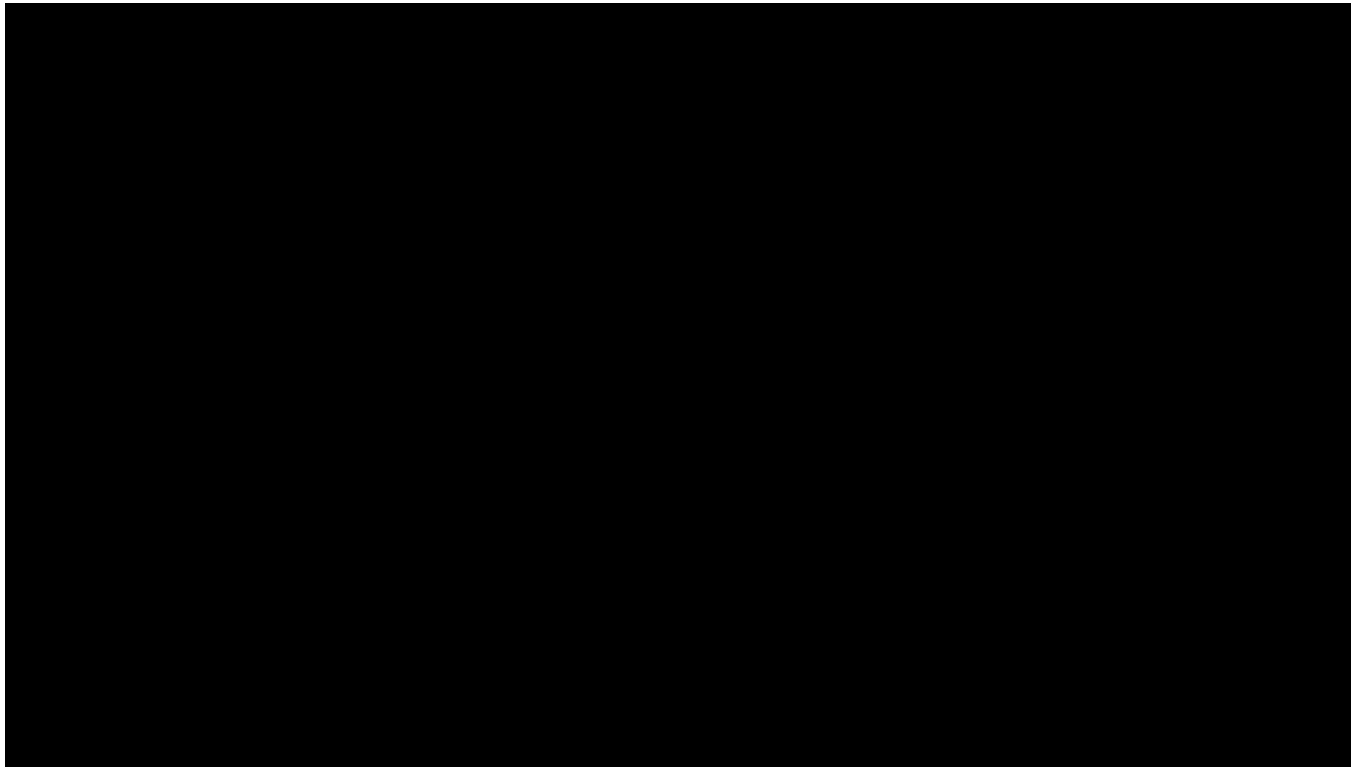
MADISON

universal
pay



Videos

MADISON





MADISON

“El futuro:
la fusión del
alma y la
tecnología”

CX
5.0



EDUARDO PUNSET, divulgador científico y exministro

SOMOS
MADISON®

¿EN QUÉ PODEMOS AYUDARTE?

