

Escuchando la Voz del Cliente

Experiencia de Cliente

Javier Aguirre de Cárcer
II Congreso Internacional en Experiencia de Cliente
6 de octubre de 2015





En nuestro sector, suele haber una gran brecha entre la promesa de la marca y la experiencia del cliente...

La promesa de la marca

"Siempre cerca de usted"

"Honestidad acerca del futuro"

"Hacemos realidad sus deseos"

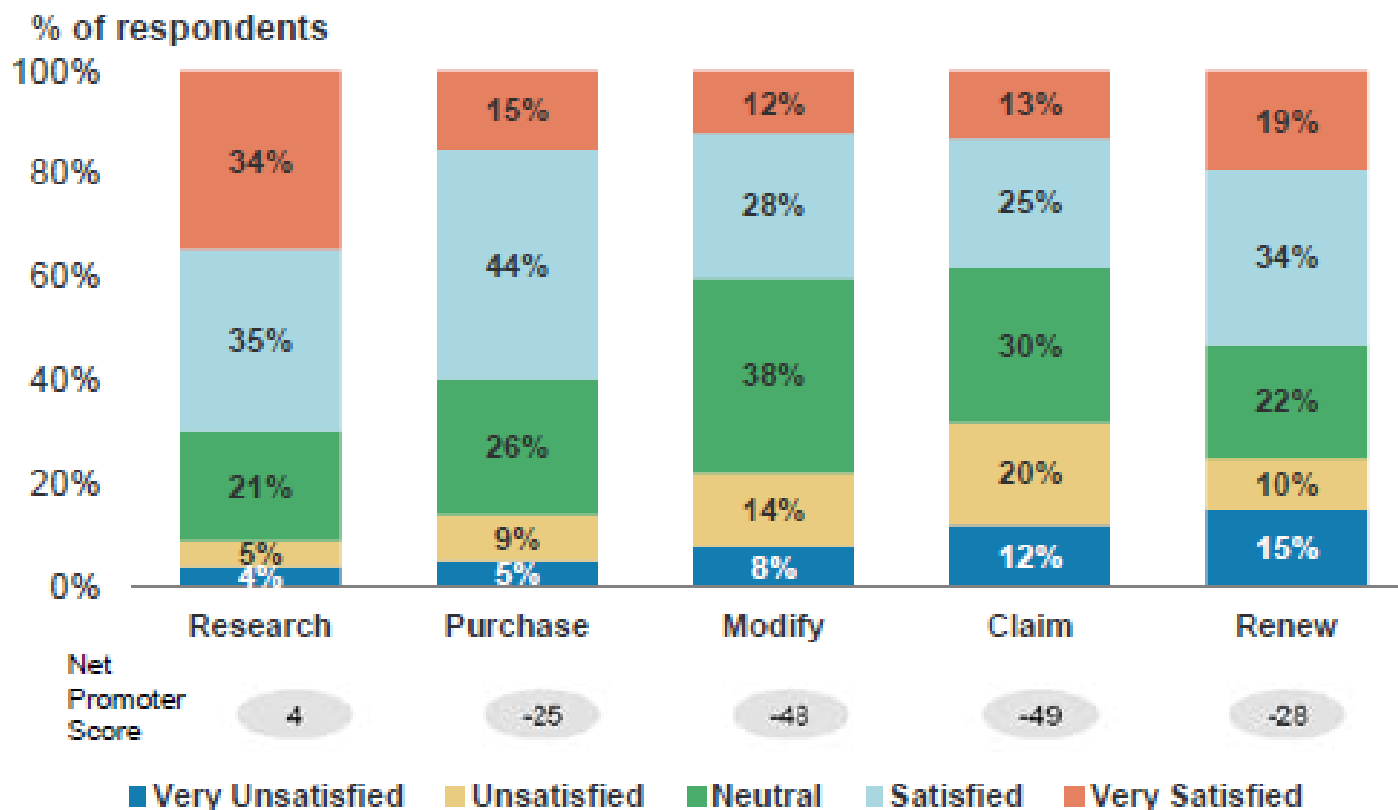
"El seguro de vida, hecho fácil"

MIND THE GAP



La experiencia del cliente

... ¡y los consumidores no dejan de decirnos que podemos mejorar!



Source: Morgan Stanley/BCG Global Consumer Survey 2014, Sigma, EIU

Hay 2 tipos de experiencia de cliente

DETRACTORES



PROMOTORES



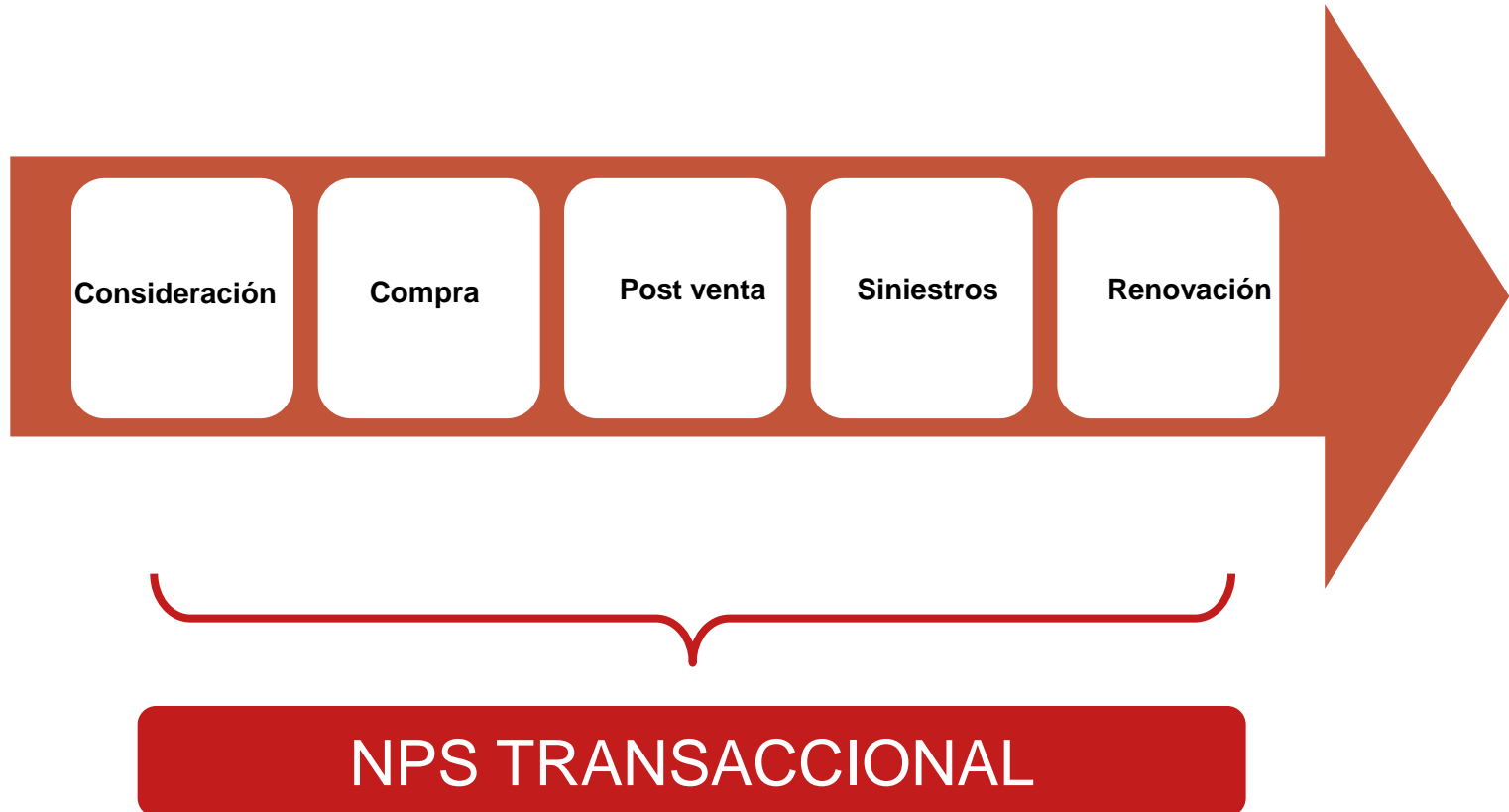
Cuando una experiencia es positiva para el Cliente, logramos:



Promotores:

- Lealtad
- Más ventas
- Referencias
- Menor sensibilidad al precio

Los clientes juzgan sus experiencias con nosotros en cada una de las etapas clave



NPS plantea 2 preguntas

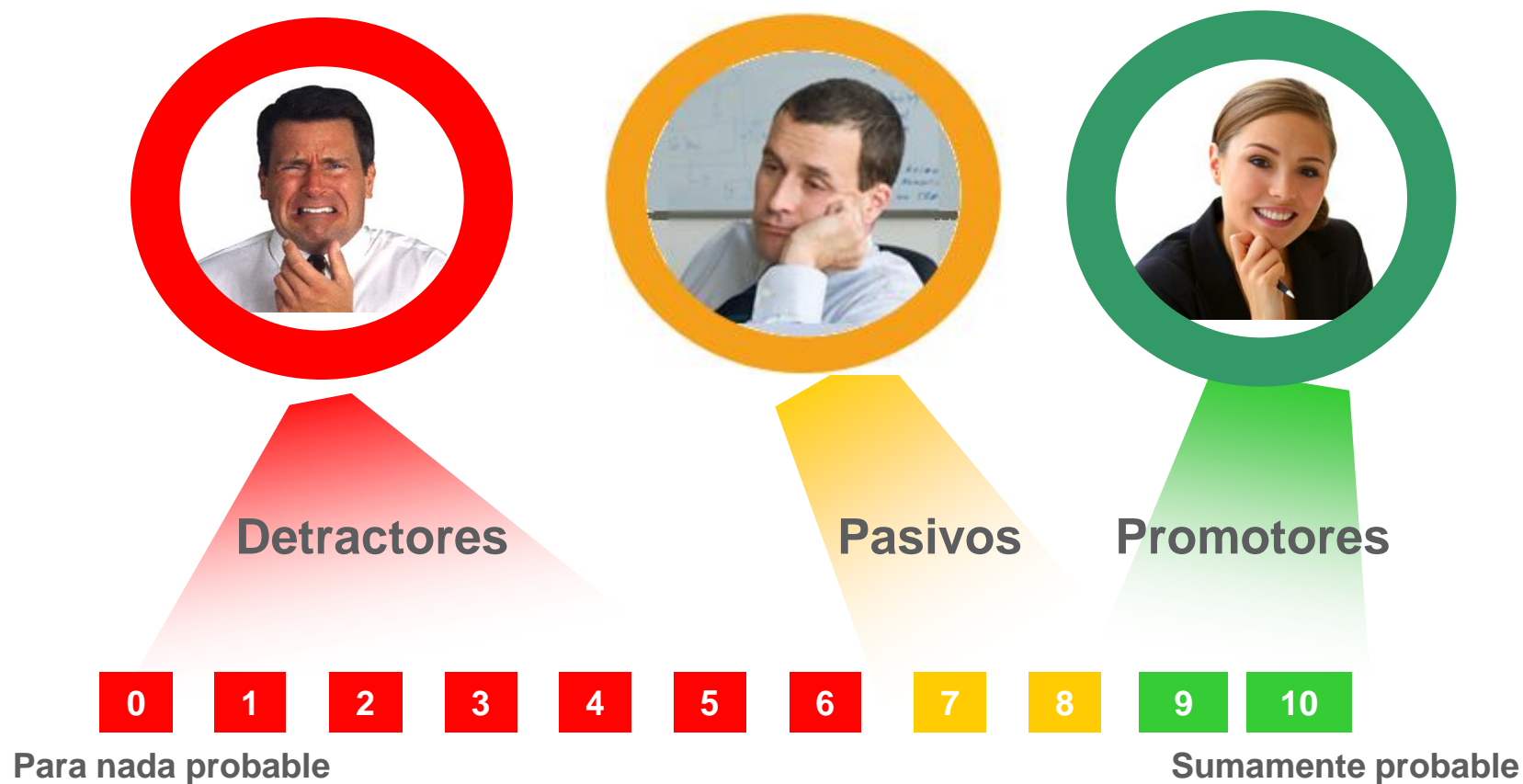
1

¿Con qué probabilidad recomendaría **Generali** a sus amigos, colegas y familiares?

2

... ¿y por qué?

NPS clasifica a los clientes en 3 categorías



**Índice de promotor neto (NPS, Net Promoter Score) =
% promotores - % detractores**

Un proyecto GENERALI, ya está funcionando en España

El Grupo Generali tiene como uno de sus principales ejes de negocio ser Customer Centric. Garantizar una experiencia de cliente excelente para conseguir su fidelidad



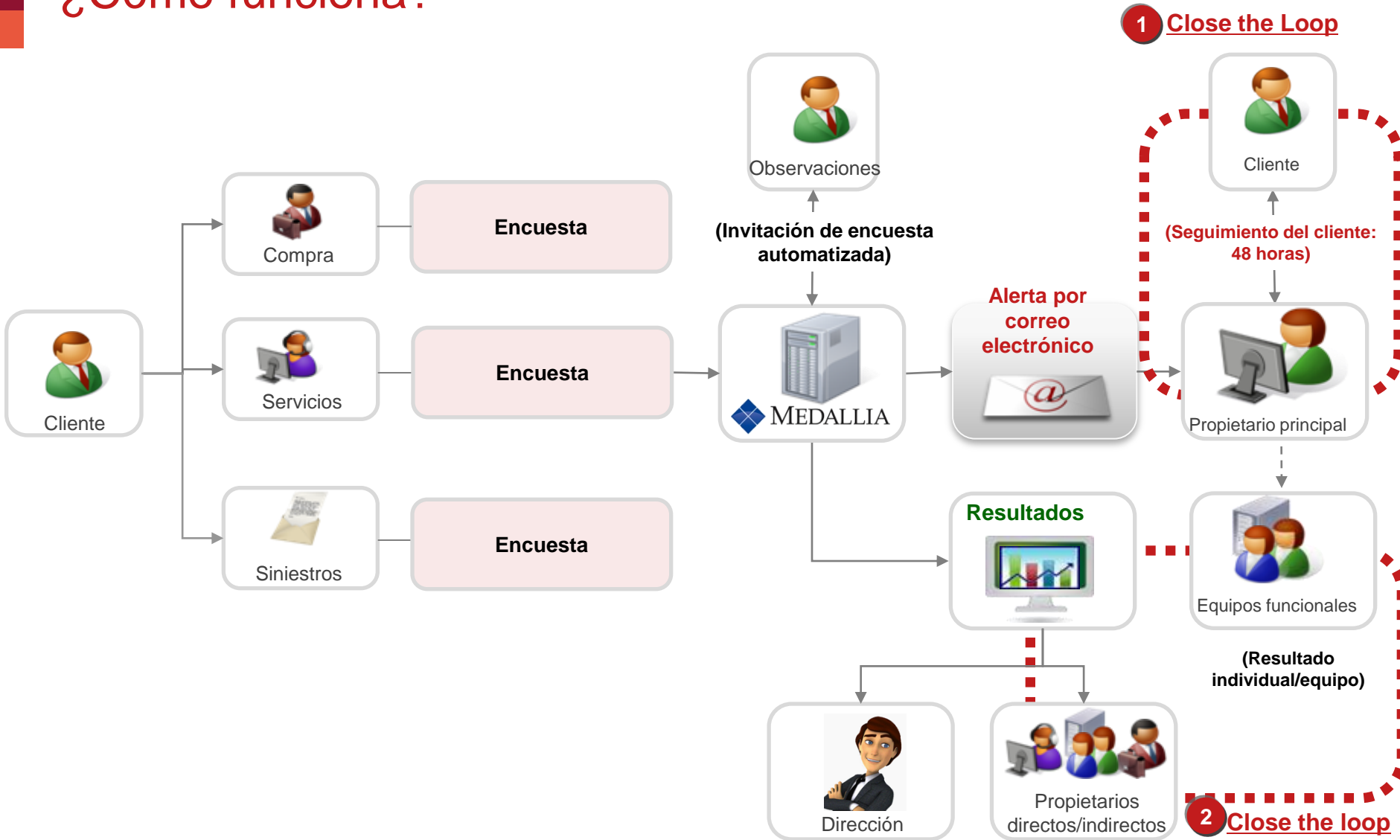
Francia
España
Suiza
Bélgica
Alemania
Polonia
Serbia.



Una meta que alcanzaremos gracias a un **mejor conocimiento de la opinión del cliente**, que ya se está empezando a obtener mediante encuestas de calidad NPS que nos permitirá adaptar nuestros procedimientos y soluciones a sus demandas.

Países T-NPS

¿Cómo funciona?



La encuesta es sencilla y se puede completar en 2 minutos

Cuestionario de muestra

Overall, how satisfied were you with the following aspects of your telephone conversation with us?

	Extremely satisfied					Not at all satisfied					
	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	0
Speed of resolving your enquiry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ability to resolve your enquiry in a single phone call	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Customer Service Representative's having appropriate knowledge to deal with your enquiry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Customer Service Representative's attitude and responsiveness	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Customer Service Representative understood you and treated you as an individual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

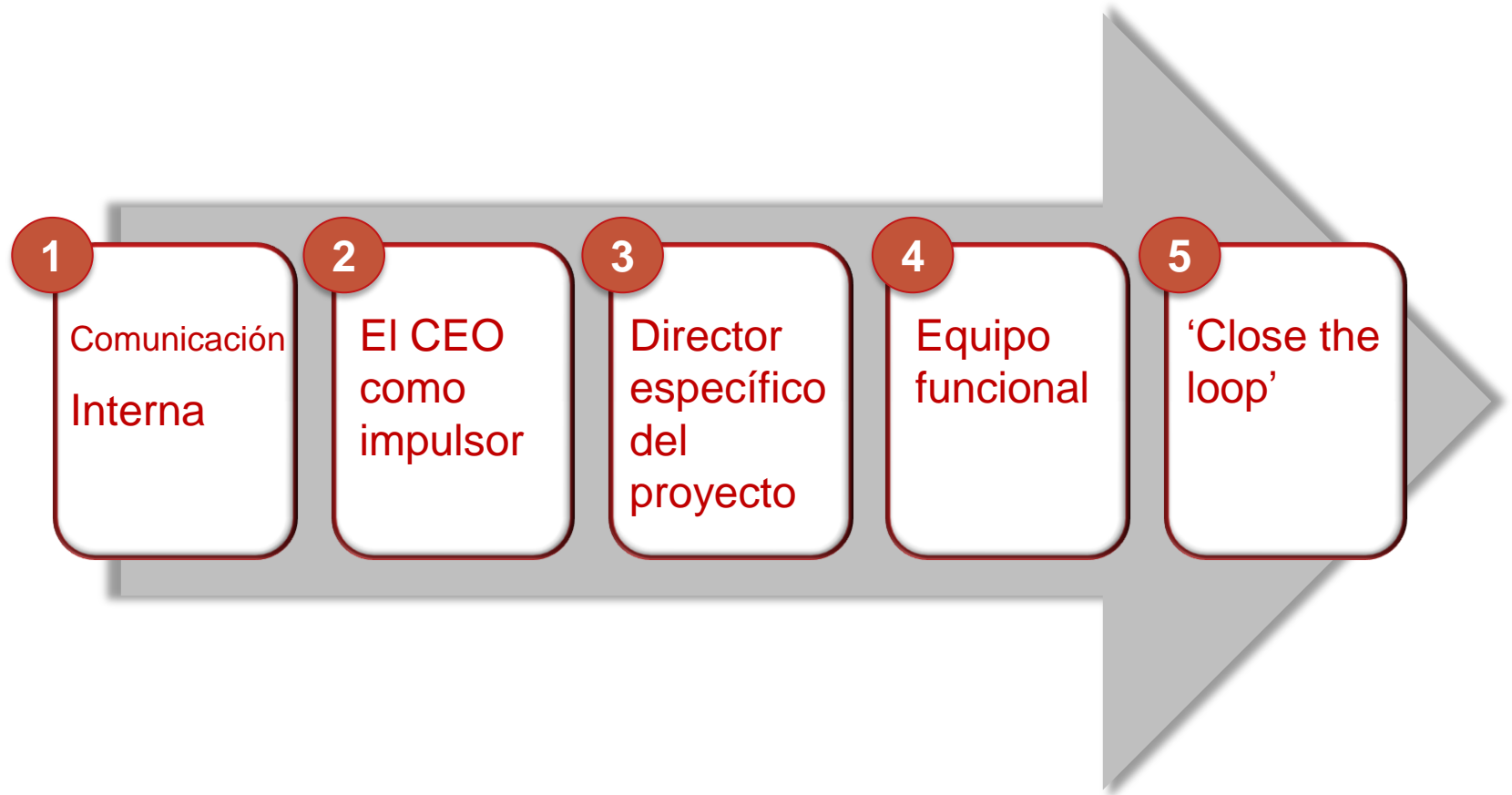


Podrá profundizar en los comentarios de los clientes para abordar los problemas de los procesos críticos

Resumen - Encuesta de contacto con el agente



Factores clave de éxito



Close the loop y el papel del “clooper”

La función del “clooper” es clave en el sistema NPS: contactar con el cliente “Detractor”

Recepción de la encuesta

**Detractores
0 a 6**



Se generará una **alerta** cuando aparezca un cliente Detractor.

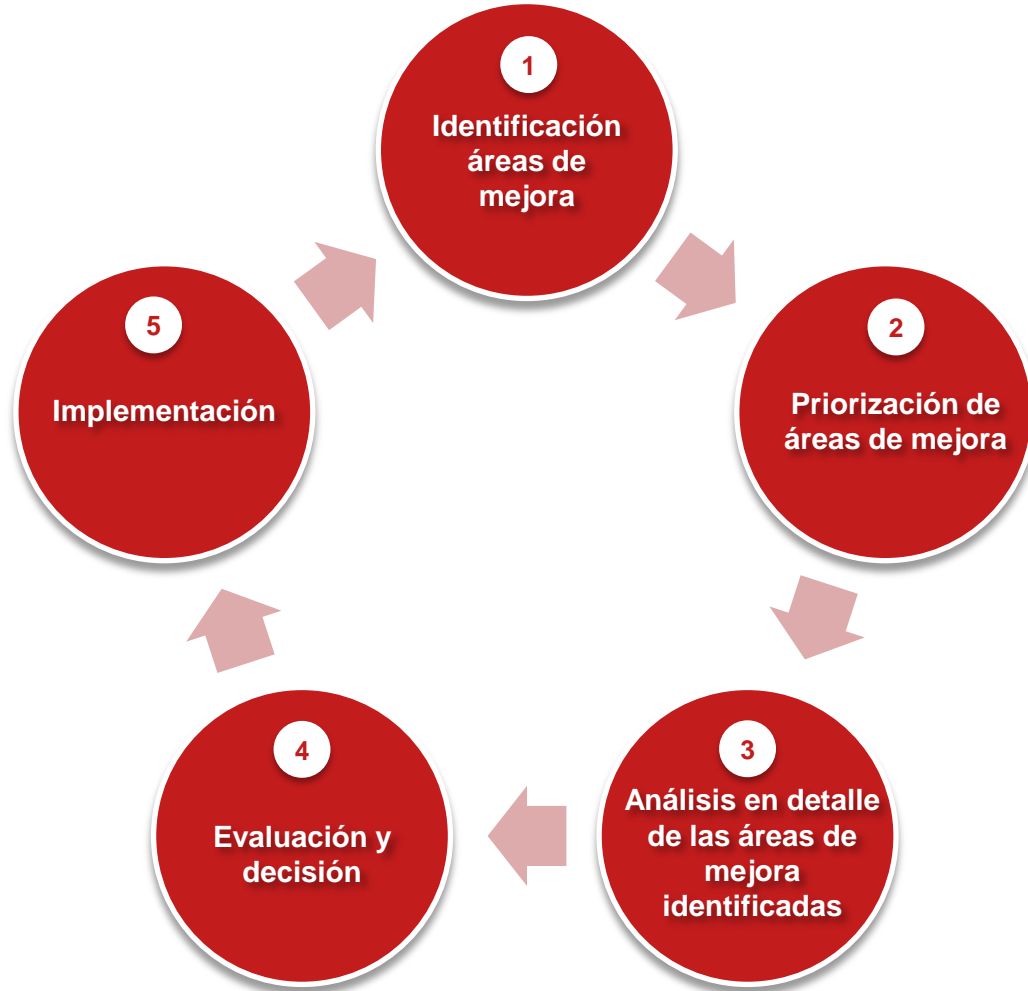
**Llamada al
cliente**



Los clooper llamarán a los clientes “detractores” para:

- ✓ Comprender
- ✓ Transmitirles confianza
- ✓ Solucionar

Ciclo de vida de las iniciativas de mejora estructural



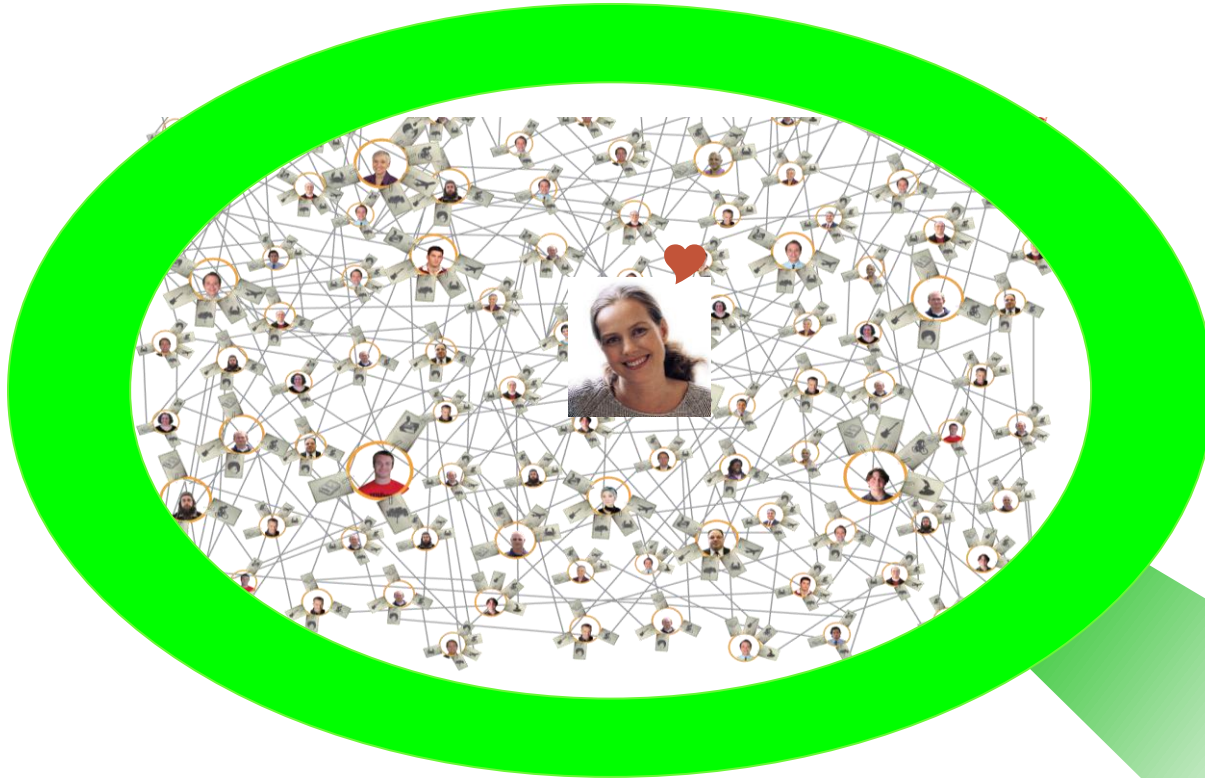
NPS es una cultura, con repercusión en el Negocio

- NPS supone un cambio de mentalidad
- NPS es una herramienta de gestión para medir el progreso
- NPS cuantifica el impacto económico de la lealtad (en relación con los beneficios)



**NPS promueve la retención de
clientes y genera negocio**

¡Imagine si los 2,4 millones de clientes de Generali España fueran promotores...!!



Promotores





Gracias.

Contactos:

Javier Aguirre de Cárcer (javier.aguirredecarcer@generali.com)

Fátima Asuar (fatima.asuar@generali.com)

