

# Gestión de la Experiencia del Cliente

Algunos tópicos con sabor a América Latina

II CONGRESO INTERNACIONAL  
SOBRE EXPERIENCIA DE CLIENTE  
06/10/2015

**EXPERIENCIA 360°**

**Rodolfo J. Cremer, Ph.D., MBA.**

[rcremer@usil.edu.pe](mailto:rcremer@usil.edu.pe)

[rcremer@marketingdeservicios.com](mailto:rcremer@marketingdeservicios.com)

[www.marketingdeservicios.com](http://www.marketingdeservicios.com)



la rentabilidad  
de la experiencia

# Presentación

## ¿Quién soy?

estudios



empresas



DESALES UNIVERSITY



PARIS SCHOOL OF BUSINESS



LAUREATE  
INTERNATIONAL  
UNIVERSITIES\*



MARKETING DE  
SERVICIOS

la rentabilidad  
de la experiencia



PEPSICO



YAMAHA



SUZUKI

merco

MONITOR EMPRESARIAL DE  
REPUTACIÓN CORPORATIVA



ATLANTIC CITY



PROSEGUR

Telefonica



Interbank

países



¿Existe  
**Latinoamérica**  
como una unidad?

¿Existe  
**Latinoamérica**  
como una unidad?

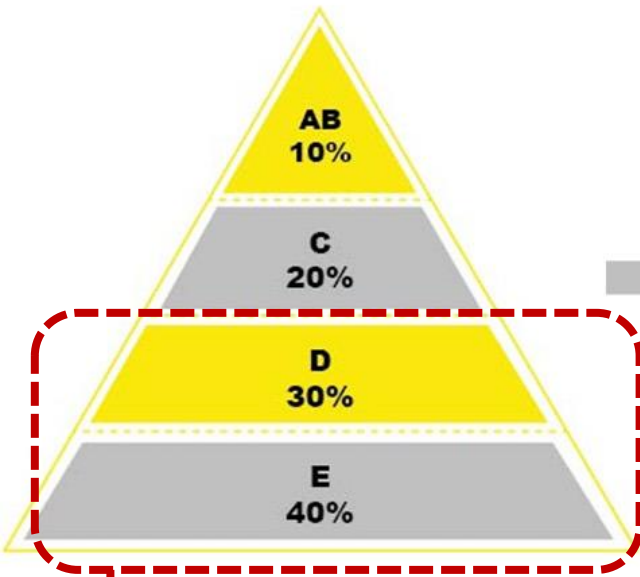


## ¿Qué nos une en Latinoamérica?

- Enorme \_\_\_\_\_, y
- Enorme \_\_\_\_\_.

# Introducción

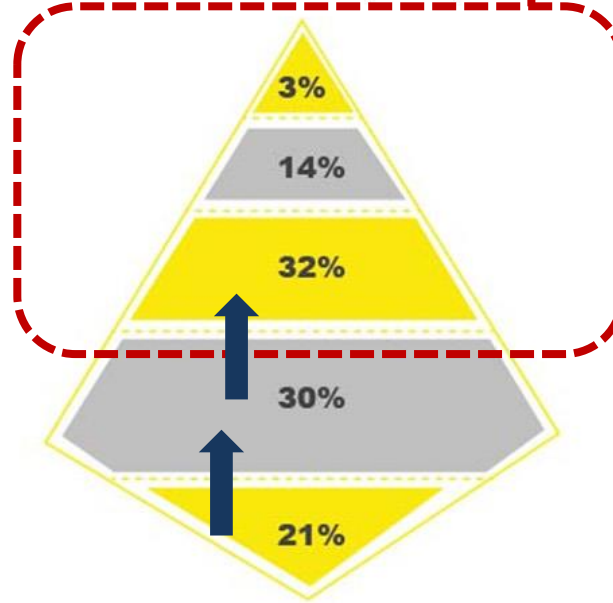
NSE Perú urbano (2000)



Fuente: "Al medio hay sitio 2014" – Rolando Arellano, INEI y APEIM

**70% de pobres y extremo pobres (2000)**

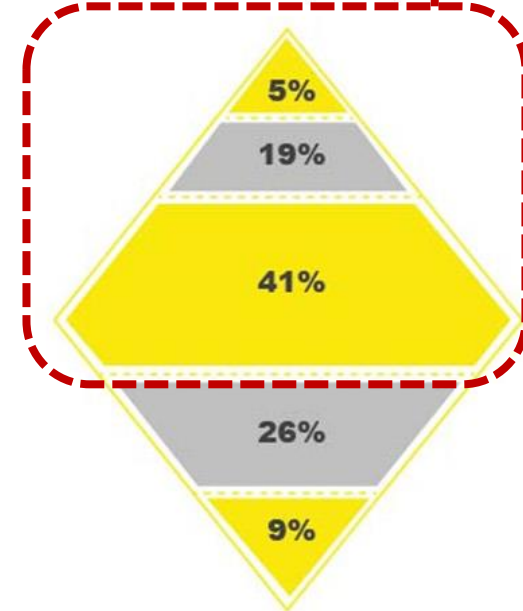
NSE Perú urbano (2014)



**49% clase media y alta (2014)**

**65% clase media y alta en Lima (2014)**

NSE Lima (2014)



# Introducción



## **Belmond. Palacio Nazarenas, Cusco.**

Sus muros de piedra inca, el patio del claustro y la antigua fuente son testigos de un pasado señorial. Pero bastará adentrarse un poco más para descubrir el Cusco contemporáneo—un fabuloso spa, la primera piscina al aire libre de la ciudad y un elegante restaurante que ofrece lo mejor de la gastronomía local.

# Introducción



## [Un día en la piscina más grande del Perú](#)

[Tiene 6.500 metros cuadrados y una profundidad de 1,40 m. Está ubicada en el Parque Zonal Huiracocha, San Juan de Lurigancho](#)



# Introducción



# Introducción



# Introducción



# Introducción

## Alta Gama Winefest: Sexta edición de la feria del vino regresa al Perú

Sábado 06 de junio del 2015 | 13:25

Entre los invitados destaca el enólogo italiano Alberto Antonini y el argentino Alejandro Vigil, ambos exponentes brindarán charlas magistrales.



La sexta edición de Alta Gama Winefest se realizará en los exteriores del Hotel Country Club. (USI)

# Introducción



## La **pregunta** que surge

- Eres **Sexy?** → **Premium?**
- Hay que ser **Low-Cost?**



Orientación  
al Cliente  
**GEx**

**Nudo**

**La respuesta es...**



Nudo





Nudo

empresa

personal

Personas  
Empowerment  
Experiencias

*Entrega de lo prometido  
y gestiona la relación*

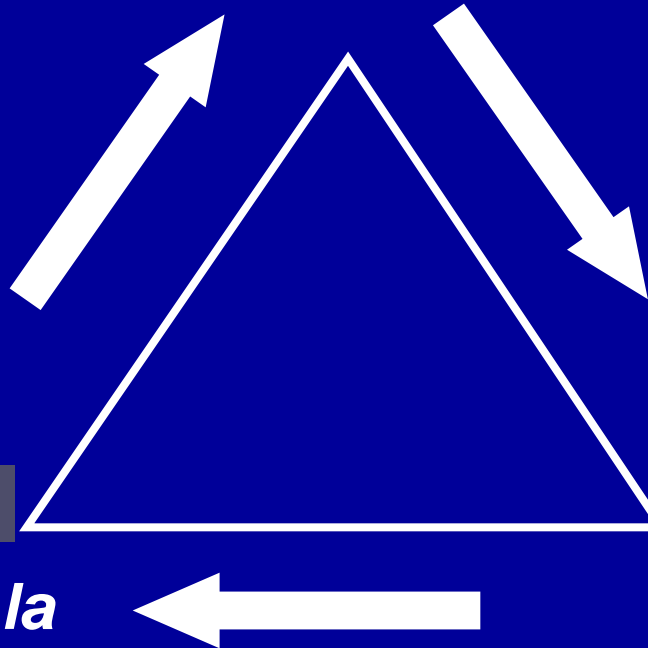
4Ps

Procesos  
Estándares

CRM

*comunicación de la  
promesa*

*Permite que se  
entregue lo  
prometido (cumple)*



Nudo

empresa

personal

Personas  
Prestación

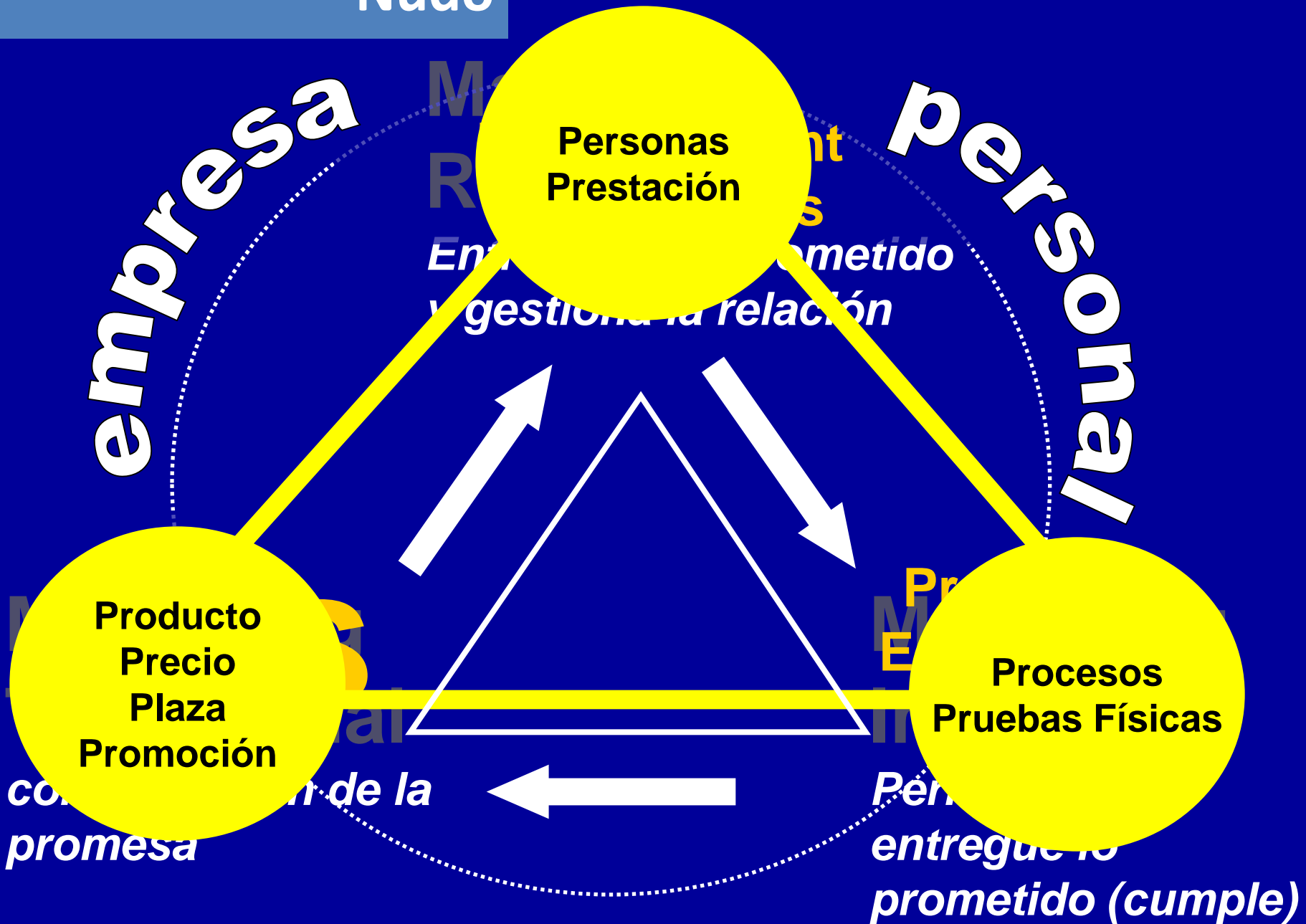
Ente  
y gestiona la relación  
cometido

Producto  
Precio  
Plaza  
Promoción

Procesos  
Pruebas Físicas

com  
de la  
promesa

Per  
entregue  
prometido (cumple)



# Nudo



Nudo

# La Ecuación de Calidad en los Servicios

$$C = P - E$$

# La Ecuación de Calidad en los Servicios

$$C = P - E$$

$$\left( \underline{\hspace{2cm}} + \underline{\hspace{2cm}} \right)$$

$$\left( \underline{\hspace{2cm}} - \underline{\hspace{2cm}} \right)$$

# La Ecuación de Calidad en los Servicios

$$C = P - E$$

¿Cuánto debe ser C (obligación)?

# La Ecuación de Calidad en los Servicios

$$C = P - E$$

¿Cuánto debe ser C (obligación)?

# Nudo



El ejemplo del **supermercado**



Nudo



*mds.*  
MARKETING DE  
SERVICIOS

la rentabilidad  
de la experiencia

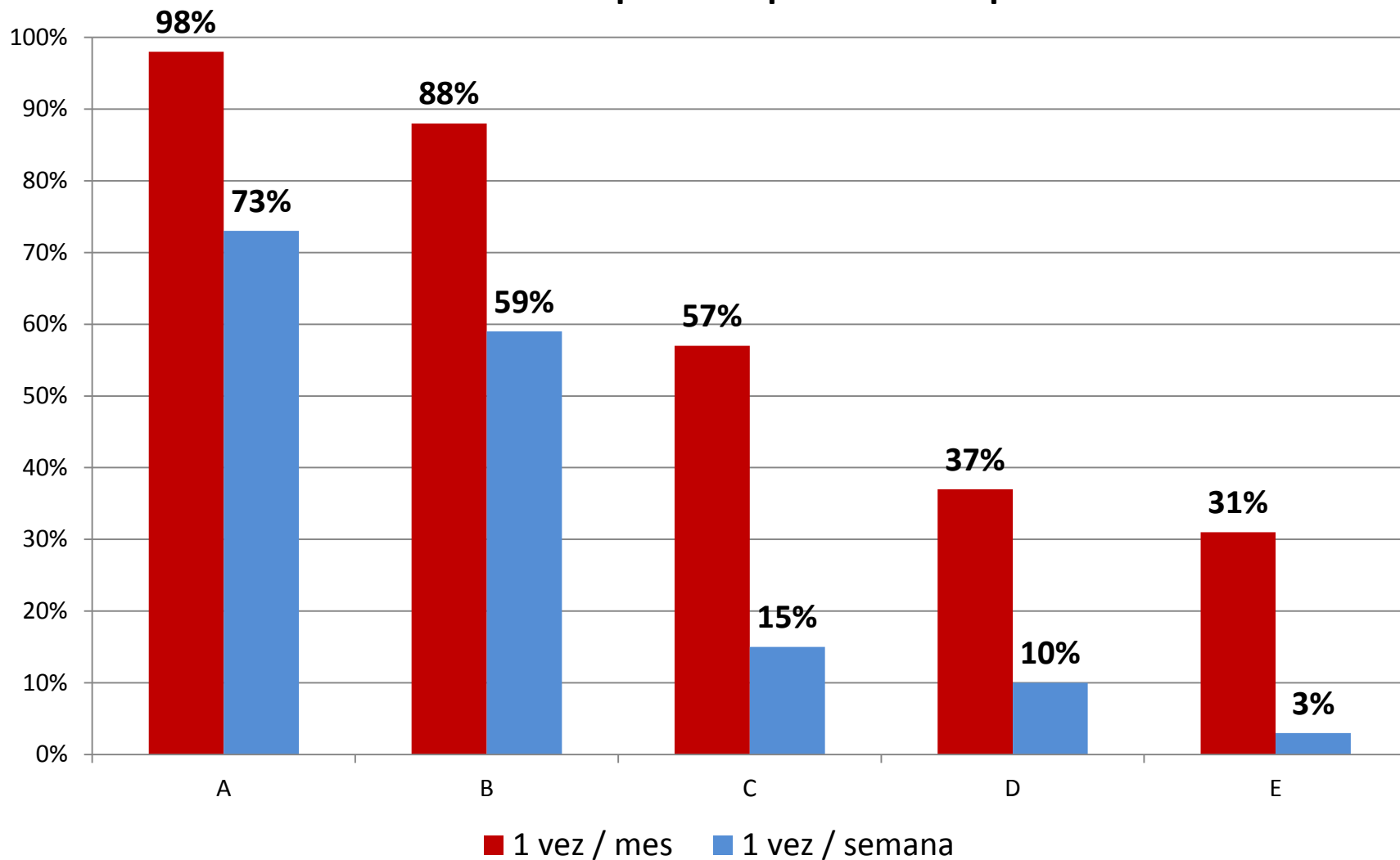


## NUESTROS VALORES:

- El cliente es nuestra razón de ser.
- Nuestra gente es lo más importante.
- Innovación.
- Desempeño superior.

# Nudo

## Frecuencia de Compra en Supermercados por NSE



## La **data** que falta

1.



2.

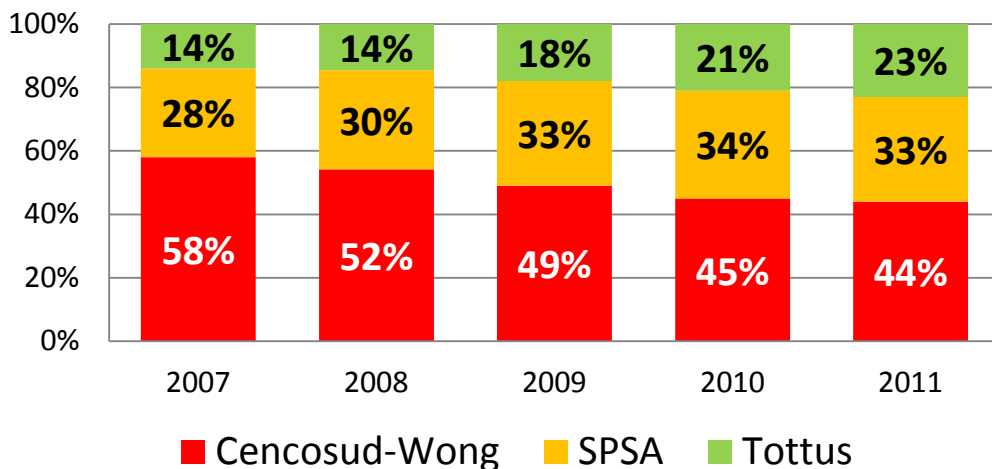


3.



# Nudo

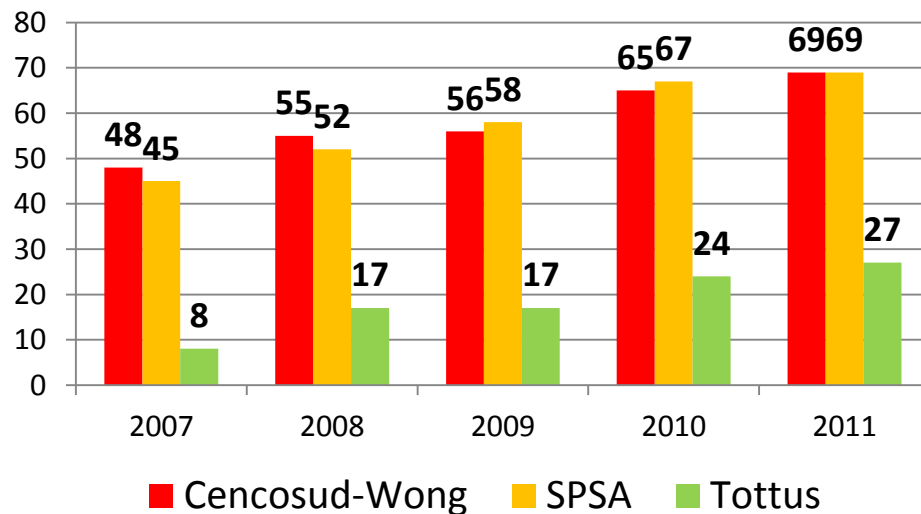
## Market Share Supermercados



Fuente. Equilibrium Clasificadora de Riesgo S.A.. Elaboración propia.



## Número de Supermercados



Fuente. Equilibrium Clasificadora de Riesgo S.A.. Elaboración propia.

# Nudo

SE NECESITA

EMPLEADA

$\frac{1}{2}$  TIEMPO QUE NO  
SEPA HACER NADA

PERO QUE DBEDEZCA

Nudo

# El ejemplo del Taxista



# Nudo

Pide **S/.200**

Paga S/.10 x 24 días

Paga en Total **S/.240** (+20%) luego de 24 días...

¿Cuál ha sido la tasa de interés anual?

\_\_\_\_\_ % !!  
[diario es \_\_.\_\_\_\_%]

[ir a excel](#)

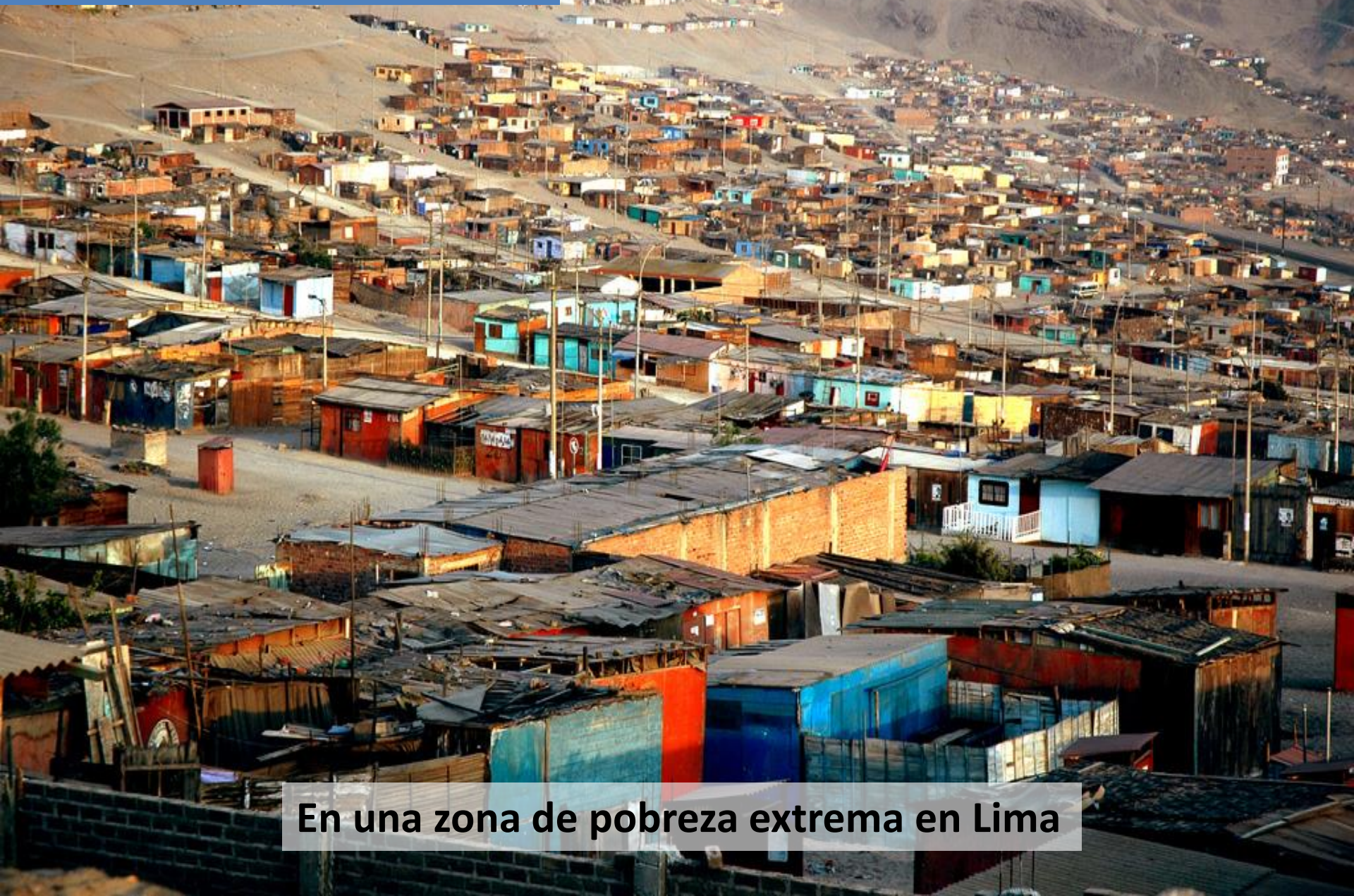


Nudo

# El Vendedor de Ropa casa-por-casa



# Nudo



En una zona de pobreza extrema en Lima

# El Vendedor de Ropa casa-por-casa

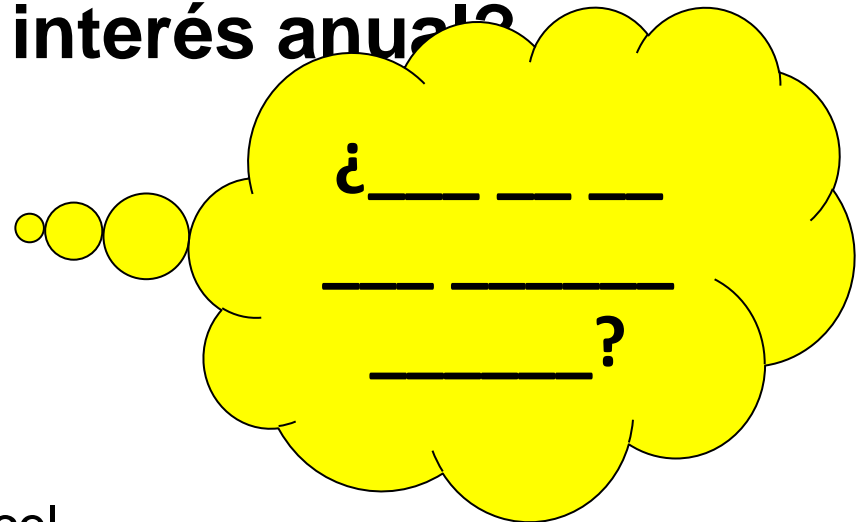
Compra un Jean (pantalón) a **S/.20 (en Gamarra)**

Lo vende a S/.1.00 diario x 30 días

Cobra en total S/.30 (50% más en 30 días) ...

¿Cuál ha sido la tasa de interés anual?

\_\_\_\_\_ % !!  
[Diario es \_\_. \_\_ %]



# Conclusiones

Algunas **conclusiones** para terminar

# Conclusiones

[Lynne G. Shostack, 1977]

**“Marketing es el área encargada de mantener el vínculo con el cliente”.<sup>1</sup>**

Vínculo: “Unión o atadura de una persona o cosa con otra.”<sup>2</sup>

Fuente:

<sup>1</sup> SHOSTACK, Lynne G. Breaking Free from Product Marketing. Pp. 73 – 80, Journal of Marketing, [1977]

<sup>2</sup> RAE. Real Academia de la Lengua Española. [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=vínculo](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=vínculo)

# Conclusiones

[Eric R. Blume, 1988]

**“La satisfacción del cliente no es suficiente.”<sup>1</sup>**

“El 80% de los clientes de la empresa que pueden estar satisfechos por el producto o servicio recibido todavía contemplan la compra del mismo producto o servicio de un competidor.”<sup>1</sup>

Fuente:

<sup>1</sup>Blume, E. (1988). Customer service: giving companies the competitive edge, Training Development Journal, 42(9), 7-24.

# Conclusiones

[[Juan Carlos Alcaide](#) 2012. Presidente de MdS.]

**“Proveedores fijos y contentos.  
Empleados fijos y contentos.  
Clientes contentos y fijos.”**

# Conclusiones

[[Juan Carlos Alcaide](#) 2015, citando a George Orwell]

**“Todos somos iguales, pero unos mas iguales que otros.”**

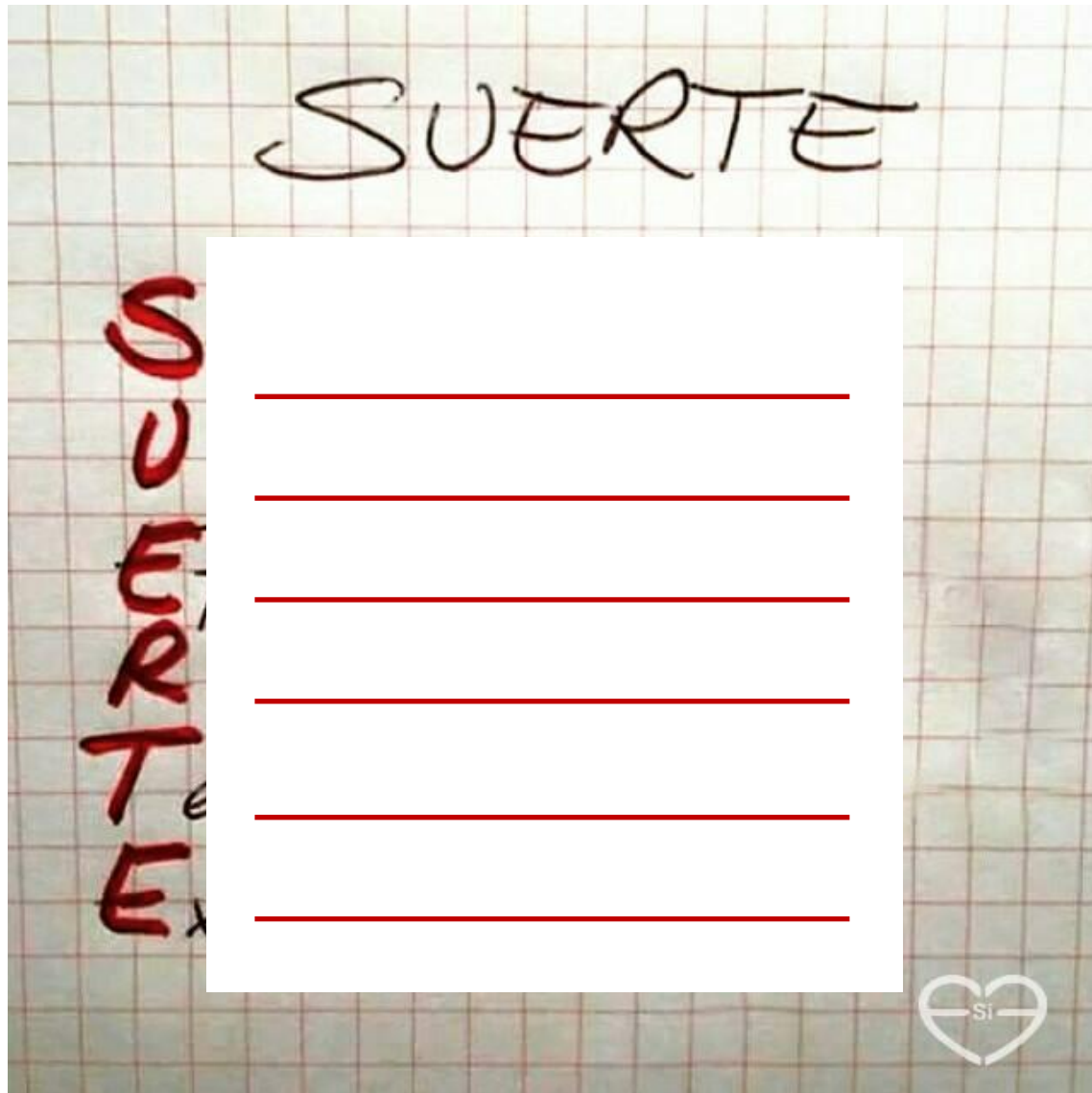
(Orwell, G. Animal Farm. 1945)



# Conclusiones

- **Se puede ser low-cost y estar orientado al cliente.**
- **No es un tema ni de CRM ni IT.**  
Es un tema de **cultura organizacional y procesos = CEx.**
- **Hay mucho que hacer en LatAm.**  
Para los ricos y para los pobres.
- Se necesita algo de **Suerte...**

# Conclusiones



# Conclusiones

[[Rodolfo J. Cremer](#) 2015]

**“El conocimiento y la visión centrada en el cliente, y la tecnología y el diseño de procesos, deben estar alineados para generar valor y a partir de ello construir una fuerte relación con el cliente.”<sup>1</sup>**

Fuente:

<sup>1</sup> Cremer, R. (2015). [Factores de éxito en el marketing relacional \(CRM\) desde la perspectiva de los clientes emergentes del sector bancario en Lima](#). Defensa de la tesis para optar el grado de doctor. Lima, Perú, 2015.

# Próximos pasos



MASTER EN CUSTOMER EXPERIENCE

más allá de la gestión de la calidad y del servicio al cliente, la nueva revolución se llama

← *Customer Experience*



**Master en CX**

●●○○

The slide features a blue background with white text. On the right side, there is a portrait of an older man with white hair, smiling broadly, wearing a light green shirt. The text 'más allá de la gestión de la calidad y del servicio al cliente, la nueva revolución se llama' is followed by a left-pointing arrow and the text 'Customer Experience' in italics. At the bottom left, the text 'Master en CX' is written in a large, bold, blue font. At the bottom right, there are four small circles, with the first two filled and the last two empty.

Octubre 2015



Próximamente en [San Ignacio College](#), Miami, USA.

**Fin**

**Gracias!**