

MEDICIÓN EXPERIENCIA
DE CLIENTE EN BANCA

Evaluación cuantitativa de la
experiencia del cliente desde
la voz del cliente

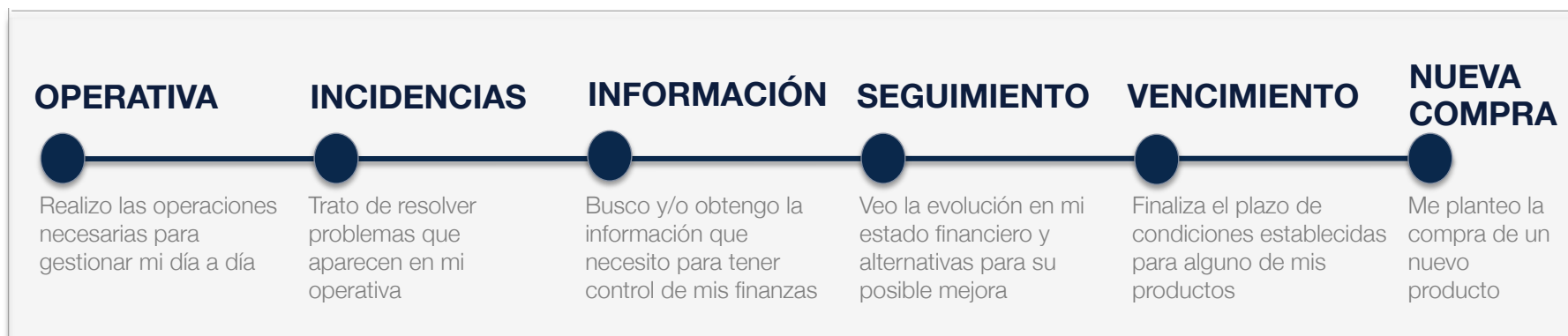
imex

ÍNDICE MEDICIÓN DE EXPERIENCIA

“Medir la experiencia de cliente es lograr cuantificar las historias emocionales que hay detrás de los números”

(Steven Walden en CX Day 2014)

Lo cual implica evaluar la experiencia, momento a momento



CONCLUSIONES – BANCA ESPAÑA

EXPERIENCIA VS CONSECUENCIAS

EXPERIENCIA WOW

SIGUIENTES PASOS



EXPERIENCIA=SATISFACCIÓN= RECOMENDACIÓN=CONTRATACIÓN

Como resultado global, hay una muy alta correlación entre los 4 objetivos.

Medir la experiencia nos permite conocer las palancas clave a tocar para obtener resultados



TENER GESTOR MEJORA TODA LA EXPERIENCIA

Aquellos clientes que tienen un gestor personal valoran mejor su CX, tanto en lo que supone uso de canales a distancia como en los que requieren presencia y cercanía



CUMPLIMOS EN LO REACTIVO, SUSPENDEMOS EN LO PROACTIVO

Hacemos bien los momentos que requieren reaccionar a las demandas del cliente, no satisfacemos en los momentos que requieren proactividad (seguimiento, vencimiento)

CONCLUSIONES – BANCA ESPAÑA

EXPERIENCIA VS CONSECUENCIAS

EXPERIENCIA WOW

SIGUIENTES PASOS



UN CLIENTE FAN, LO VE TODO BUENO

El Banco capaz de activar la satisfacción global del cliente consigue estar bien valorado en casi todo, independientemente de las ventajas reales de cada entidad.



GUIDEMOS A LOS + FIELES

Los clientes llevan + de 10 años con su banco son los + insatisfechos y los que – recomiendan. Y el tiempo que pasa no deriva en mayor conocimiento y personalización



EL CLIENTE SÍ SE DA CUENTA DE TUS PRIORIDADES

Las entidades que no han vivido fusiones recientes destacan por encima de aquellas objeto de elementos que pueden haber distorsionado su foco



PERSONALIZACIÓN, EL TALÓN DE AQUILES

Las entidades no acaban de aprovechar la información que tienen del cliente, ni para personalizar las soluciones ni para estar con él en sus momento clave



HACERLO BIEN YA NO ES SUFICIENTE

Cumplimos, pero no sorprendemos en los hechos con mayor repercusión en resultados.



INFORMAR ES SATISFACER

Quizá por ser tanto reactivo como proactivo, el momento información es un resumen y predictor de toda la experiencia global



LO QUE SEGMENTA ES LA EXPERIENCIA

No importa el banco, ni el perfil sociodemográfico del cliente. Lo que importa es la experiencia que vive. Y con quien la vive.

El vivir una experiencia no es fruto del azar, tiene sus causas y sus consecuencias

MEJOR EXPERIENCIA WOW **91%**



HAN RECOMENDADO **68%**



HAN CONTRATADO **57%**



Incidencia último año **24%**

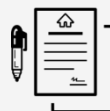


Tiene gestor **64%**

PEOR EXPERIENCIA WOW **46%**



HAN RECOMENDADO **24%**



HAN CONTRATADO **32%**



Incidencia último año **44%**



Tiene gestor **45%**

CONCLUSIONES – BANCA ESPAÑA

EXPERIENCIA VS CONSECUENCIAS

EXPERIENCIA WOW

SIGUIENTES PASOS

% cumplimiento hechos experiencia wow en las entidades financieras en España

71,5



Operativa

Compra

Vencimiento

Información

Incidencia

Seguimiento

Operativa en menos de 5 pasos

93%

Cuentan ventajas de solución

82%

Propuestas adaptadas a mí

59%

Info con cambios y novedades

78%

Explican causas de la incidencia

81%

Recuerdan ventajas y fortalezas

58%

Cumplen plazos prometidos

81%

Asesoran con info sobre mí

75%

Sé lo que he ganado y gastado

75%

No + de 5 pasos para buscar info

75%

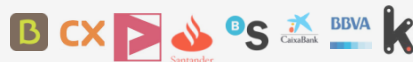
Dicen plazo de solución

74%

Contacto en tiempo y forma

73%

El grado de cumplimiento de la experiencia WOW nos permite certificar a cada banco en un nivel IMEX:



PRESENTACIÓN. Presentando personalmente el estudio al inicio a la Dirección de Negocio y de Red

RESUMEN. Una vez se elija la información sustancial a trasladar mediante un resumen muy ejecutivo, se podrá llevar a todas las unidades de negocio

COMPETIDORES. En apariencia, resultará el punto de mayor interés el de conocer las diferencias respecto a la competencia

FOCO. Resulta de particular interés conocer los momentos con mayor peso en los principales indicadores. Son en éstos en lo que recomendamos centrar al inicio la exigencia y mejora

OBJETIVO. Poner el foco en los hechos y percepciones que son garantía de diferenciación y resultados

¿QUIERES SABER
CÓMO HA QUEDADO
TU BANCO?

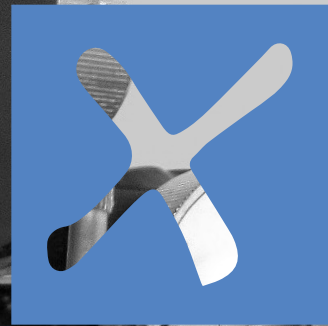
¿QUIERES VER TU
EVOLUCIÓN EN 2016?

¿QUIERES SABER LO
QUE VIVEN TUS
CLIENTES + TARGET?

**TE PRESENTAMOS
TUS 10 DATOS
PRINCIPALES,
PERSONALMENTE**

**TE ANIMAMOS A
PARTICIPAR EN EL
ESTUDIO IMEX 2016**

**MEDIMOS TU
EXPERIENCIA EN UN
ESTUDIO AD-HOC**



TRENDSIGHT

CX Trends en banca y seguros.

MEGATRENDS



01

ONE CLICK

02

CASH-LESS

03

DIAGNOSIS

04

EARLY ENTRY

05

ANTICIPATION

06

TEACH ME

07

LIFE BRANDS

EJEMPLOS

01

ONE CLICK

Experiencias que **ahorran tiempo** y simplifican la vida

02

CASH-LESS

Avances tecnológicos que **reducen** el uso de **efectivo**

03

DIAGNOSIS

Ofrece al cliente tu **consejo** y conocimiento

04

EARLY ENTRY

Un **apoyo** continuo al cliente, desde **antes** de que surja la idea.

05

ANTICIPATION

Adelantarse a los **cambios** en su vida y sus necesidades

06

TEACH ME

Enseña conocimientos que ayuden a **consumir** mejor

07

LIFE BRANDS

Marcas que van más allá y se **preocupan** de tu **bienestar**.



Diagnosis



Los consumidores no quieren pasar su tiempo y esfuerzo para encontrar lo que es mejor para ellos, buscan tu consejo.

DIAGNOSIS



**ENAMORA A TUS FUTUROS CLIENTES Y
CONVIÉRTELOS EN INVERSORES**

DIAGNOSIS



**UN ASESORAMIENTO INDIVIDUAL PARA CUBRIR
TODAS LAS NECESIDADES DEL CLIENTE**



Early Entry



Los consumidores esperan apoyo continuo, desde que tienen la necesidad, hasta después de haber comprado el producto y lo están disfrutando.

EARLY ENTRY



AGE 87

You know what your expenses are today. But what about 52 years from now? Will you still be paying off the house? What about healthcare costs? If you're serious about retiring at 87, here are some things to consider:

TAKE THE BULL BY THE REINS **GIVE YOURSELF A CHECK-UP** **PLAN YOUR ESCAPE**

(click for details)

EDIT PHOTO

HOW MUCH DO YOU NEED TO RETIRE?
Calculate your personal retirement number.

THE BOTTOM LINE

When you're 87 years old, you'll have an array of expenses. Especially if you have plans to travel or pursue some lifelong dreams. Keep that in mind as you continue to build your retirement fund.

ONE GALLON OF MILK \$9.00

2011 2063

COST OF LIVING 500%

UPLOAD TO FACEBOOK

face RETIREMENT

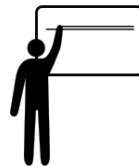
MERRILL EDGE
Bank of America Corporation



PREPARARTE PARA LA JUBILACIÓN ES MÁS FÁCIL, CUANDO LO TIENES A LA VISTA

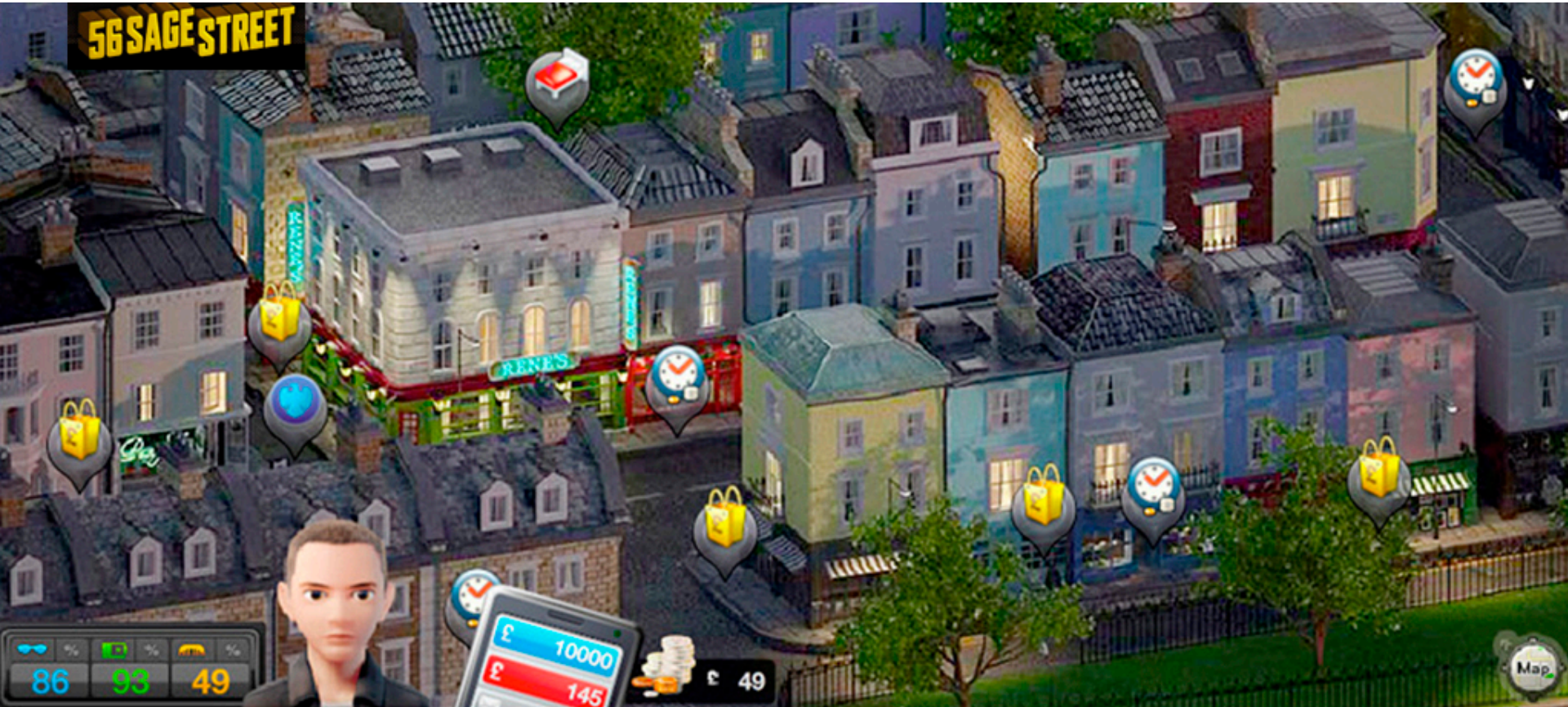
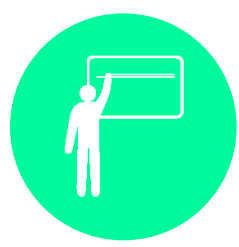


Teach Me



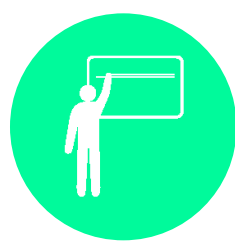
El consumidor está deseando adquirir conocimientos que mejoren su vida y/o que pueda compartir con otros.

TEACH ME



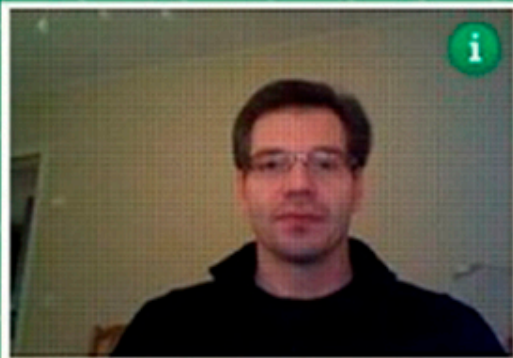
**NOVATO EN LA CIUDAD Y CON SÓLO 4£
¿PREPARADO PARA ADQUIRIR NUEVAS
RESPONSABILIDADES?**

TEACH ME



KYSY VAIKKA!

Kysyvaikka.fi on avoinna päivittäin klo 9-20. Silloin löydät tältä sivulta asiakkaidemme puhelinnumeroita. Soita heille ja kysy mitä mieltä he ovat korvauspalvelustamme. Muina aikoina voit katsoa asiakkaidemme kuvaamia videoita, joissa he kertovat vahinkotapauksistaan omin sanoin.



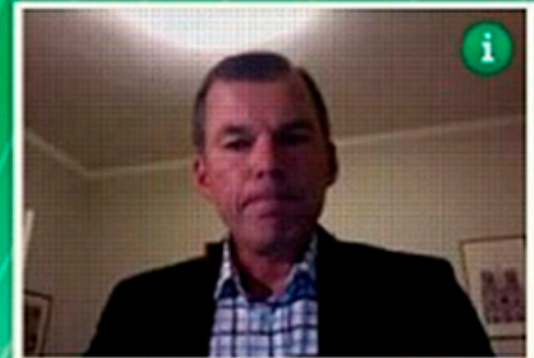
Vähemmän nasta juttu

7/10



Töältä pesee ja kuivaa

8/10



Silmälasit meren pohjaan

9/10



APRENDIENDO DE LOS FANS DE TU MARCA

