

Living Services



En nuestro objetivo de formar en excelencia a los profesionales que ya trabajan en Experiencia de Cliente, la Asociación DEC organizó el 22 de noviembre en la Escuela de Organización Industrial (EOI) el workshop Living Services impartido por Juan Llana, VP Business Development at Fjord – Design and Innovation from Accenture Interactive.

En este workshop el objetivo es alinear personas que trabajan en diferentes áreas de las compañías, con las que pueden no tener contacto, y enfocarlas en mejorar la Experiencia de Cliente a través de los Living Services. Además, a través de las preguntas de Juan Llana y su equipo se pretende que los participantes despierten su hemisferio derecho, el creativo, romper con el día a día y pensar desde la perspectiva del cliente.

Vivimos en una segunda revolución industrial con el asentamiento definitivo del mundo digital. Para alcanzar una excelente Experiencia de Cliente, las empresas han de mejorar las relaciones con el consumidor y lo digital facilita este paso. Así, pueden construir servicios que por las exigencias actuales han de ser sencillos, deseables y rentables.

Internet of Things tiene un enfoque tecnológico. Hoy entramos en la era de los Living Services gracias a nuevos interfaces, plataformas, sensores, analítica avanzada, inteligencia artificial y la conectividad en tiempo real.



Living Services

Los Living Services son:

- Servicios inteligentes que aprenden de los usuarios y se reconfiguran según las necesidades, intenciones o preferencias de los mismos.
- Una combinación de la digitalización de todo y las expectativas líquidas de los clientes.

Objetivos de los Living Services:

1. Ofrecer valor al cliente.
2. Alcanzar los objetivos de negocio.
3. Alinear la visión de las diferentes áreas de la compañía.

Diseño de un plan de acción:

Una vez investigadas las necesidades del cliente y validadas por él, el equipo de Experiencia de Cliente debe diseñar un plan de acción. Es necesario tener en cuenta que el proyecto no puede durar años. En la situación actual, hay que cambiar el mind share para acelerar la velocidad y no quedarse anticuado antes de lanzarlo.

Pasos a seguir para el diseño de un plan de acción:

1

Personas. Visualizar a las personas que usarán ese servicio. Rellenar para cada perfil de cliente una hoja con:

- Quién es la persona.
- Un día en su vida.
- Necesidades, sueños, miedos, ambiciones.
- Relación con el servicio.
- Relación con la empresa concreta.

2

Tweet it. Define cómo es la experiencia de esa persona. Se trata de definir una propuesta de valor desde el punto de vista de la Experiencia de Cliente.

3

Mapa. Diseño del customer journey desde el usuario para definir su experiencia ideal. Es el proceso más complicado del plan y debe reflejar la personalidad de la marca. En un gran póster, completar los siguientes campos del viaje:

	Fase 1	Fase 2	Fase n°
Acciones del cliente					
Otros actores					
Necesidades del cliente					
Touchpoints					
Emociones	😊 😐 😞				
Momentos estrella					
Procesos Living Services					
Comentarios					

Living Services

4

Round Robin. Diseña tu idea en una hoja con:

- Define tu idea.
- Mejórala.
- Revisala.
- Concepto final.

5

Crear un concepto. Rellena los siguientes campos:

- Nombre.
- Equipo.
- Valor de negocio.
- Coste.
- Propuesta de valor para la persona.
- Dibuja tu idea.
- Beneficios y funcionalidades.

6

Validación. Prueba del concepto en una muestra para conocer sus resultados.

Conclusiones:

- La digitalización está presente en todos los procesos de las compañías y es un catalizador para mejorar la experiencia del cliente.
- Los Living Services son servicios inteligentes que aprenden de los usuarios y se reconfiguran según las necesidades, intenciones o preferencias de los mismos.
- La Experiencia de Cliente empieza a redefinir la estructura de las empresas, de fuera a adentro, es decir, con el cliente en el centro.
- El sentido correcto está marcado por una cultura empresarial colaborativa, que fomenta el talento, empodera a sus empleados y premia la implicación de todas sus áreas en la Experiencia de Cliente.

SOBRE DEC

Primera asociación sin ánimo de lucro que promueve en España el desarrollo e implementación de las mejores prácticas y la búsqueda de la excelencia en la Experiencia de Cliente para empresas y profesionales. Con una visión internacional y actual, formación especializada, y tutorías con expertos, DEC ofrece a empresas, instituciones y emprendedores las herramientas necesarias para hacer de la Experiencia de Cliente la base del crecimiento sostenible, basado en:

Visibilidad & Posicionamiento

Excelencia

Reconocimiento

Resultados

Un punto de encuentro participativo, innovador, abierto, y plural para desarrollar esas mejores prácticas que llegan, en última instancia, a las personas.

Toda la información sobre la Asociación para la Experiencia de Cliente en:

<http://www.asociaciondec.org>

Colaborador:

