Hyundai recibe el premio a la Mejor Estrategia en Experiencia de Cliente

el 6/29/2021 11:38:00 a. m.

Hyundai ha recibido el prestigioso reconocimiento de la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia Cliente (DEC) que valora el diseño y ejecución de proyectos globales y transversales donde se perciba la experiencia cliente como el motor del negocio y una verdadera ventaja competitiva; esta edición además ha premiado el talento de las compañías a la hora del despliegue y desarrollo de sus estrategias de experiencia cliente en un año especialmente complicado; y es la primera empresa de automoción con una Dirección de experiencia cliente y aspira a liderar el ranking global de Marcas

La VIII edición de los Premios de La Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC), ha otorgado a Hyundai el galardón a la Mejor Estrategia en Experiencia de Cliente, reconociendo su carácter pionero habiendo sido el primer fabricante de automoción en impulsar una Dirección de experiencia cliente, hito que le ha permitido utilizar la escucha continua de los usuarios como brújula para articular con eficacia la estrategia global de la Compañía. Además, la apuesta por una movilidad sostenible gracias a un proyecto de constante innovación, y un exitoso y novedoso posicionamiento de marca, ha permitido a Hyundai aumentar notablemente su NPS y triplicar su cuota de mercado y reducir la rotación en 2,5 veces de la fuerza de ventas. "En Hyundai solo queremos clientes satisfechos, es nuestro objetivo y es por y para lo que trabajamos. Para nosotros este premio es muy importante, ya que viene a reconocer no una práctica concreta o puntual, si no que pone en valor el esfuerzo y la importancia de una estrategia global cuyo fin último es mejorar la vida de las personas a través de una movilidad adaptada a cada uno de nuestros clientes", señala Daniel Solera, director de Calidad y Desarrollo de Red en Hyundai.

Jorge Martínez-Arroyo, presidente de DEC, fue el encargado de abrir el evento y recordó que "esta pandemia nos ha llevado a todos a desarrollar mayor sensibilidad hacia los demás y a nosotros mismos al sentirnos más vulnerables. Nos hemos vuelto menos materialistas y tratamos de encontrar mayor sentido a la vida". Y añadió que "los profesionales de la experiencia trabajamos para hacer más fácil la vida de los demás, desde clientes, empleados, accionistas..., pues tenemos el conocimiento y actitud para saber escuchar, entender, servir y hasta enamorar a todos ellos. Por ello, qué mejor forma de vida y razón que homenajear con estos Premios a los que nos hacen la vida más fácil y hacerlo hoy con aquellos que nos inspiran".

El jurado de este año ha estado presidido por Ana Bujaldón, presidenta de FEDEPE (Federación Española de Mujeres Directivas, Ejecutivas, Profesionales y Empresarias), que, junto a otros 10 miembros expertos en Experiencia de Cliente, valoraron y analizaron las candidaturas presentadas.

La octava edición que se ha celebrado bajo el nombre de DEC Talent también ha tenido en cuenta el talento de las empresas en estos tiempos tan complicados que estamos viviendo en cuanto al diseño y despliegue de medidas que siguen apostando por la satisfacción de los clientes. Ahora es cuando la sociedad demanda una mayor implicación a la hora de poner en marcha iniciativas que aporten una mayor seguridad y confianza, y solo aquellas empresas con una sólida orientación al consumidor son capaces de articular una respuesta afín a la expectativas y necesidades de los usuarios.

Progress for Humanity es el mensaje que dirige toda la estrategia de Hyundai como Compañía, y es precisamente, lo que motiva el cuidado del cliente y su hegemonía frente a cualquier otro aspecto en todas las iniciativas o proyectos que se pongan en marcha. La amplia gama de productos y servicios que actualmente tiene Hyundai en el mercado, lo convierten en el proveedor de movilidad de referencia, donde además destaca su implicación medioambiental con una completa ofensiva electrificada, siendo la única Marca con las cinco tecnologías electrificadas disponibles (48V, híbrida, híbrida enchufable, 100% eléctrica y de pila de hidrógeno). "Para Hyundai el cliente está en el centro de nuestra estrategia y nuestros productos y servicios están dirigidos a mejorar la vida de las personas con una oferta adaptada a las necesidades concretas de cada usuario. Toda la compañía trabaja con ese objetivo en el horizonte, lo que posibilita la capilarización del mensaje y filosofía de experiencia cliente en todos los que formamos la "familia Hyundai", afirma Daniel Solera, director de Calidad y Desarrollo de Red en Hyundai.

Hyundai recibe el premio a la Mejor Estrategia en Experiencia de Cliente

Compromiso Hyundai: el cliente nuestro principal activo

El desarrollo de la experiencia de cliente es un área fundamental para Hyundai donde ya viene trabajando desde hace tiempo con el desarrollo de medidas y programas específicos. El cliente es el elemento más valioso de Hyundai, y la empresa tiene muy claro que todos los servicios y productos de la compañía deben ir dirigidos a mejorar la vida de las personas.

Un claro ejemplo es el Compromiso Hyundai, una serie de iniciativas cuyo objetivo es dar al cliente tranquilidad, seguridad y confianza en el momento de la compra de su vehículo. Algunas de estas ayudas son, por ejemplo, el compromiso de devolución, a través del cual si el cliente no está satisfecho nos puede devolver el coche sin problema dentro de los primeros 30 días, o el seguro gratuito de desempleo, que cubre el pago de los 12 primeros meses, entre otras.

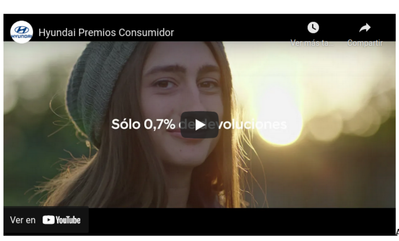
Sobre la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC)

La Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC), nace en 2014 impulsada por 29 grandes empresas fundadoras, y actualmente cuenta con 150 socios corporativos de las principales marcas. Se trata de la primera asociación española que promueve el desarrollo de la Experiencia de Cliente como elemento diferencial de la estrategia empresarial, identificando las mejores prácticas, divulgando y fomentando nuevas metodologías y reconociendo a profesionales y empresas en la materia. Trabajan para ser la referencia de grandes empresas, profesionales y expertos en España y Latinoamérica. Se propone estimular a organizaciones y profesionales a compartir conocimientos y unirse a su desarrollo y formación en torno a esta nueva disciplina para que un día todos sus socios sean reconocidos por entregar una experiencia única, diferencial y rentable que garantice su sostenibilidad y su crecimiento a largo plazo.

El resto de premiados en la VIII edición de los Premios DEC han sido:

- Mejor Marca en CX recayó en Estrella de Galicia
- Mejor Customer Journey reconoció el talento de Alsa
- Mejor Iniciativa de Empleados, donde el jurado consideró que el galardón debía ser para KIA.
- Mejor Proyecto de Innovación fue para el presentado por Grupo Unisono
- Mejor Labor Periodística sobre CX recayó en Elena Fraile, directora de Radio Intereconomía
- Directivo del Año en Experiencia de Cliente, galardón que correspondió a Juan Abarca, presidente de Hospitales HM.

Compartiendo este artículo usted puede ayudar a difundir valor a otros que están buscando este tipo de información



Así,que Hyundai ha recibido el prestigioso reconocimiento de la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia Cliente (DEC) que valora el diseño y ejecución de proyectos globales y transversales donde se perciba la experiencia cliente como el motor del negocio y una verdadera ventaja competitiva

Follow by Email

Dirección de correo

Recibir notificaciones por correo el

Entradas populares

La industria del automóvil y de la tecnológica unen fuerzas para la conducción autónoma en The Autonomous

La industria del automóvil y de la tecnológica unen fuerzas para la conducción automatizada en Autonomous que establece un nuevo nivel de ...

Las matriculaciones de coches eléctricos e híbridos enchufables en Europa alcanzaron las 171,415 unidades en mayo, un 279% más

Las matriculaciones de coches eléctricos e híbridos enchufables representaron el 16% del total de matriculaciones con 171,415 unidades en mayo en Europa, un 279% ...

LEVC e-Camper, la primera autocaravana eléctrica del mundo con hasta 489 km de autonomía

LEVC presenta la su e-Camper, la primera autocaravana eléctrica del mundo que utiliza la tecnología de extensión de alcance e-City de LEVC; con Impulsión ...

SsangYong en concurso de acreedores a la espera de ofertas hasta el mes de septiembre

SsangYong en concurso de acreedores a la espera de ofertas ya que se ha iniciado oficialmente un proceso de licitación para la adquisición de una participación ...

Por qué los vehículos eléctricos dominarán en 2021, aquí te lo contamos

Por qué los vehículos eléctricos dominarán en 2021, aquí te lo contamos ya que FN Media Group presenta un comentario sobre el mercado de Oilprice.com Elon ...

El Renault Captur E-TECH Híbrido Made in Spain ofrece 145cv

El Renault Captur E-TECH Híbrido autorrecargable Made in Spain fabricado en la Factoría de Valladolid ofrece 145cv y viene a añadirse a la actual versión híbr ...

El amoníaco, un químico doméstico podría transformar una industria de 14 billones de dólares

El amoníaco, un químico doméstico podría transformar una industria de 14 billones de dólare según FN Media Group que presenta un comentario sobre el mercado de ...

Mercedes-Benz AG emplea 1.000 desarrolladores de software para la digitalización y MB.OS en Sindelfingen

Mercedes-Benz AG emplea a unos 1.000 desarrolladores de software en la ubicación de Sindelfingen con el fin de acelerar la transformación hacia "lo dig ...

Ford y el Ayuntamiento de Alcobendas impulsan la comunicación coche conectado y ciudades inteligentes

Ford España y el Ayuntamiento de Alcobendas impulsan la comunicación coches conectado y ciudades inteligentes en un proyecto de Ford Mobility en el qu ...