



La Asociación Mexicana de
Experiencia del Cliente te invita al
webinar:

"La mejor de la Experiencia Total apoyados en la tecnología"

PONENTES



Fernando Benítez

CIO Palace Resorts



Sandra Campoy

Gerente Senior de
Comunicaciones y Soporte,
Calimax



14 de septiembre



9:00 hrs

Sigue nuestras redes sociales



[AMECMexico](#)



[AMECMex](#)



[AMEC MEXICO](#)

MODERADOR

**Juan Pablo
Stamati**

Strategic Alliances
Manager, Avaya

La época de pandemia ha sido crucial para el camino a la digitalización. Los cambios dentro de los planes estratégicos de las empresas han dado paso a los procesos para generar una Experiencia del Cliente distinta.

La innovación y la tecnología juegan un papel fundamental para responder, de manera más eficiente, a las necesidades del cliente que demanda un trato rápido y personalizado.

El uso de medios electrónicos ha sido implementado de manera rápida para mejorar la experiencia del cliente a través de diversos canales digitales.

Además, el cambio dentro de las organizaciones no sólo ha sido a nivel operativo, sino también a nivel de mentalidad. Esto con la finalidad de hallar la fórmula correcta para resolver las necesidades del cliente.





El antes y el después

Antes del comienzo de la pandemia, el proceso de Experiencia de cliente se centraba, principalmente, en un modelo unicanal. Ahora, el modelo integral de diversos canales facilita la Experiencia al Cliente.

Mejora en la atención

Incitar al cliente a utilizar los diversos canales de atención es una de las mejoras dentro de la organizaciones que se han adaptado a los cambios que ha traído la pandemia.



Apertura y crecimiento

Ampliar la red de atención, a través de canales digitales y tradicionales amplía la base de datos e incrementa las estrategias para generar el efecto WOW en el cliente



RETOS



Adopción

La apropiación de los canales digitales ha sido una extensión de la atención del personal de cada empresa (llamada telefónica, como el mayor ejemplo de atención personalizada y atención mediante uso de bots a través de redes sociales).

Cambios

La transformación dentro de las operaciones de las empresas trajo mejoras: mayor velocidad de respuesta hacia el cliente e incremento en el número de atenciones diarias.

Mejora de la CX

CLAVES DEL USO DE LA TECNOLOGÍA



Fernando Benítez
CIO Palace Resorts



Sandra Campoy
Gerente Senior de
Comunicaciones y Soporte,
Calimax



Juan Pablo Stamati
Strategic Alliances Manager,
Avaya



“

La experiencia del cliente tiene que ser, gran parte, digital. Se deben revisar los procesos en la búsqueda de digitalizar los máximos posibles, sin perder la personalización y calidad que el cliente espera.

“

Debemos medir los cambios en el comportamiento del cliente. A partir de ello, se crean estrategias que faciliten la experiencia del cliente y obtener métricas que ayuden a evaluar las mejores estrategias.

“

El asincronismo de los canales digitales (por ejemplo, enviar mensaje vía whatsapp a un cliente y que éste responda minutos después) hace que la gente pueda completar más atenciones a lo largo del día.

- Una de las tareas principales para implementar nuevas herramientas digitales, es la analítica de procesos previos a la digitalización. Una vez realizado este paso, se deben adecuar dichas herramientas tecnológicas para facilitar el recorrido del cliente para que su experiencia de interacción con la empresa sea satisfactoria.
- Los procesos de transformación se han realizado de manera acelerada dentro de las empresas. La adaptación a estos cambios se sigue mejorando, pero los datos analizados arrojan resultados favorables dentro de estas modificaciones.

-
- La personalización debe seguir siendo la base de la Experiencia del cliente. Cada empresa deberá innovar y aventurarse a utilizar diversas herramientas digitales dentro de sus procesos de atención. Un ejemplo poderoso puede ser el uso de realidad virtual.
 - Todo el proceso de cambio deberá alinearse en todas las áreas de la empresa para hacer funcionar el uso de la tecnología y facilitar el proceso de interacción del cliente con la empresa.





Agradecemos tu participación.

**Sigamos en contacto a través
de nuestro canales digitales**



[Pulsa aquí para ir a LinkedIn](#)



[Síguenos a través de Youtube](#)



**[Suscríbete a la Newsletter de
AMEC](#)**



[Encuétranos en Facebook](#)