



18 Agosto 2022
9:00 A. M.

Asociación Mexicana de Experiencia del Cliente:

REVOLUCIONANDO LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Sigue nuestras redes sociales



AMECMex



AMEC MEXICO



AMECMexico



AMECMexico

NUESTROS PONENTES



Francisco Espinoza
Sr. Manager, Information
Technology



HACIENDA DEL MAR
LOS CABOS



Libertad Loeza
Subdirección Corporativa
de Customer Service

MODERADOR



Juan Pablo Gómez
Consulting System
Engineer

AVAYA

Revolucionando la Experiencia del Cliente



Francisco Espinoza



Marta



CALA Bogota-Showroom 2

El crear emociones positivas dentro de la experiencia del cliente ayuda a revolucionar la perspectiva que se tiene de las compañías. Dentro de esta plática dos expertos nos cuentan la importancia y cuales son sus estrategias para la mejora de la experiencia del cliente y la personalización de está en distintos aspectos.

Revolucionando la Experiencia del Cliente

Desde la Asociación Mexicana de Experiencia del Cliente buscamos crear lazos que enriquezcan nuestro sector. Por ende, es de sumo agrado compartir este último AMEC Talk de Agosto del 2022 en la búsqueda de sumar esfuerzos para crear experiencias invaluable con los clientes.

Nuestra Directora, Marta Santiago, inició el evento resaltando la importancia de crear una mejor experiencia de cliente y el impacto que crea en las compañías.

Integra temas de tecnologías de la información, marketing, estrategias de customer experience, servicios, especializaciones y protección de datos que ayudan a revolucionar la experiencia del cliente, así facilitando que la organización se centre en el cliente y este se ponga en la mira de todas la decisiones.

¿Cuáles son las líneas maestras de la estrategia de customer experience ?



Libertad Loeza nos comenta que la pandemia fue un acontecimiento que hizo que las empresas tuvieran se convertirse una red de apoyo para sus clientes y socios, se buscó satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes siendo cálidos y empáticos, enfocándose en una atención ágil con un entorno con una operación corporativa permanente en constantemente cambio. Se planteó como reto dar una resolución en el primer contacto, siendo eficientes apoyados de la innovación.



Francisco Espinoza menciona que el servicio se convirtió en su estrategia más fuerte que va de la mano con la experiencia del cliente, haciendo que las expectativas creadas en la compañía se vean reflejadas en el servicio que se brinda. Con ayuda de las redes sociales se comparten experiencias para que otras personas quieran vivirlas, mientras que a los clientes se les recompensa con promociones, paquetes, etc.



El papel de los servicios de atención en la implementación de su estrategia.



Posteriormente, Libertad Loeza comenta que los servicios de atención conforman parte importante de Grupo Xcaret porque impulsan el equilibrio de la faceta laboral y familiar de los agentes, con la intención de ayudar a que estos sean lo mas estables posibles. Se logra entendiendo las necesidades de los clientes a un nivel humano para crear experiencias que otros quisieran vivir. También, recalca la importancia de evolucionar como empresa, haciendo que algunos procesos se puedan automatizar para expandir las formas de interacción con clientes, de esta manera las generaciones se unan para convivir y cada uno se comunique con las empresas a su manera.



Debido a que Grupo Xcaret tienen 4 millones de visitantes por año, utilizan las automatizaciones para crear mails programados y que el huésped pueda indicarles si quiere re programar una cita, llamar después, si desea cancelar una reservación, etc. de manera más sencilla. Se hacen sensibles con las políticas de manera que se busca un punto medio y no se sienta como una obligación para el huésped y se tenga una mejor comunicación con una gran cantidad de clientes.

¿Cuál es el rol del departamento de TI en la implementación de la estrategia maestra del Customer Experience? ¿Cómo ha cambiado el departamento de TI?



Francisco Espinoza, siendo Sr. Manager, Information Technology, nos hace saber que el departamento de TI o IT, por sus siglas en inglés, tiene como meta que la mayoría de los procesos sean automatizados para ser rápidos y eficientes con los clientes, se busca que estén en todas las plataformas existentes para apoyar en nuevos proyectos que la misma industria y el cliente exige.

La evolución del departamento de TI deja de ser técnico y pasa a ser un departamento estratégico e importante porque facilita la vida, demostramos que puede haber una red de transmisión. Actualmente, cuando se inicia un proyecto en cualquier departamento se apoyan en TI y quieren que estén presentes para saber qué necesitan, si beneficia a la empresa y si se puede desarrollar.

Se busca involucrar al departamento desde el inicio del proyecto para ayudar a construir e identificar por dónde se puede invertir para reducir esfuerzo y aumentar ganancias con mejores resultados para todos.

¿Cómo se maneja la especialización para dar una mejor experiencia del cliente?

Libertad nos comparte que siempre hay varios escenarios dentro del Grupo Xcaret y por lo general se contrata a gente multiskill para que se puedan atender dos áreas al mismo tiempo y la experiencia sea buena, aunque también se cuenta con personas especializadas en una sola área. Se debe colocar a los agentes en el área donde mejor fluyan y en donde mejor se sientan. Los resultados se verán reflejados en las encuestas realizadas a los huéspedes que califican los servicios y la experiencia del cliente.

¿Cómo se visualiza el hotel del futuro?

Francisco nos comparte que él percibe el hotel del futuro con un servicio automatizado dentro de las habitaciones para que el huésped, con un solo click, tenga acceso a servicios de forma más sencilla, sin dejar de lado el servicio personalizado con un agente para hacerlo más cálido, se debe buscar un balance entre la tecnología y el servicio cara a cara. Se busca ofrecer la mezcla perfecta de tecnología, cuidar el planeta y dar un buen servicio.

El contact center es el semillero de empleados, ya que la gente joven comienzan ahí y tienen experiencias que los hace importantes, como la interacción con clientes.



Importancia de la protección de datos

En ambas empresas se trabaja en la protección de datos para que los clientes se sientan seguros. Se busca un buen manejo tanto de datos personales como de tarjetas de crédito, que la información respaldada solo pueda ser monitoreada por una sola persona, que las llamadas sean grabadas y encriptadas para darles un tratamiento especial y toda la información importante sea tratada de manera correcta.



AVAYA

GRUPO
xcaret



HACIENDA DEL MAR
LOS CARIBES

AMEC es una asociación civil, sin ánimo de lucro, que promueve el desarrollo, difusión e implementación de las mejores prácticas en Experiencia del Cliente, tanto en México como en el resto de los países en LATAM. Somos una comunidad activa y punto de encuentro para el intercambio y colaboración entre líderes de grandes empresas, profesionales y expertos, unidos para el desarrollo y evangelización de esta disciplina, y para lograr el posicionamiento estratégico de la EC como elemento diferencial de las organizaciones.

Agradecemos tu participación.

Sigamos en contacto a través de nuestros canales digitales.



[Pulsa aquí para ir a LinkedIn](#)



[Síguenos a través de YouTube](#)



[Suscríbete a la Newsletter de AMEC](#)



[Encuentranos en Facebook](#)