



**31 MARZO 2022**  
**9:00 A.M.**

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

# **CUSTOMER EXPERIENCE COMO EJE DE LA TRANSFORMACIÓN CULTURAL HACIA EL FUTURO**

Sigue nuestras redes sociales

# NUESTROS PONENTES



**Marisol Rojas**

Directora de CX en

**Scotiabank**

**David Orza**

Director de CX en

**//ABANCA**



**Liliana Leon**

Human Resources Vicepresident

en



**Pernod Ricard**



# MODERADORES



**Alberto Córdoba**

Socio-Director de CX en



**Fabiola Riva Palacio**

Project Manager de CX en



# CUSTOMER EXPERIENCE COMO EJE DE LA TRANSFORMACIÓN CULTURAL HACIA EL FUTURO



Transformar la cultura de tu empresa para centrarla en el cliente es la mejor garantía de que la implementación de la estrategia de cliente se va a llevar acabo con el compromiso de toda la compañía.

Para llevar acabo esta transformación cultural debemos tener en cuenta estos tres aspectos:

- La manera de atender a nuestros clientes.
- La manera de diseñar la experiencia.
- Entender al colaborador como protagonista en la entrega de la experiencia del cliente.



# CUSTOMER EXPERIENCE COMO EJE DE LA TRANSFORMACIÓN CULTURAL HACIA EL FUTURO

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 Marzo del 2022 en la búsqueda de sumar esfuerzos para crear experiencias invaluable con los clientes.

Nuestra Directora General, Marta Santiago, abrió el evento al centrar el punto vital de las empresas: el cliente. Pero no como un ente que cumple una transacción con nosotros, sino como el eje central de nuestros procesos y el motor de nuestros resultados.

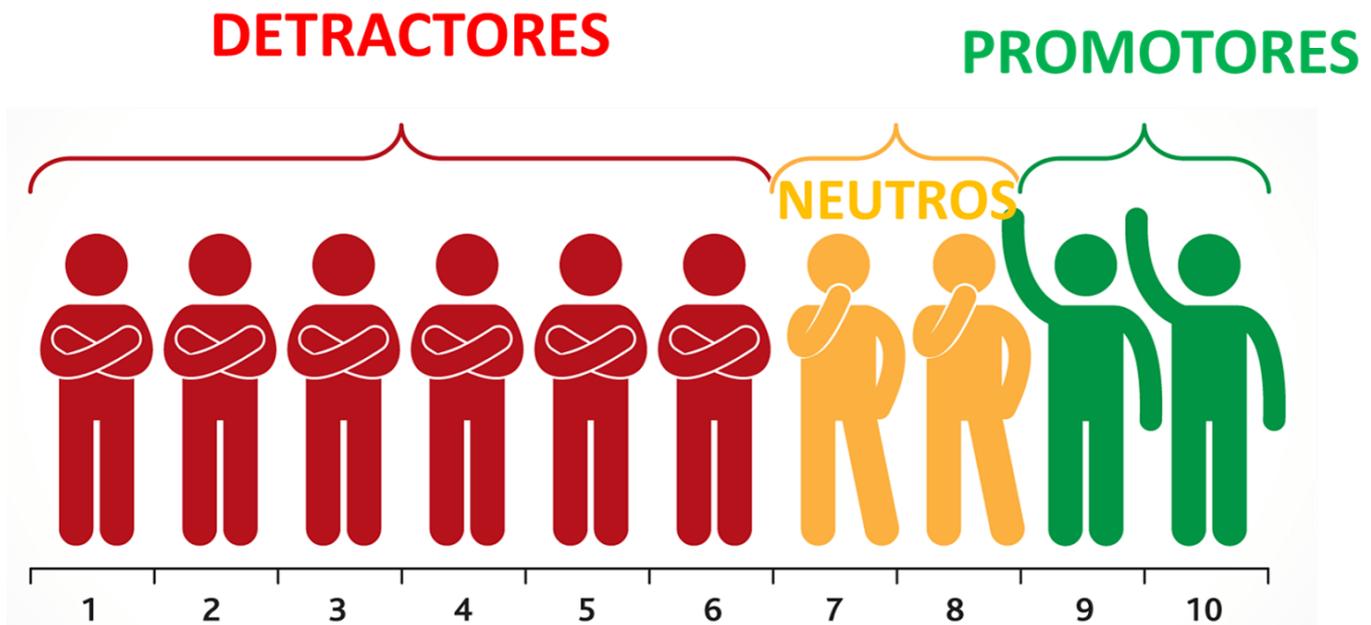
Actualmente han nacido muchas empresas, pero la mayoría no han logrado posicionar al cliente como foco principal, y quienes lo han hecho, se han dado cuenta que una empresa no nace con el fin de generar ingresos, si no satisfacer la necesidad de los cliente, generando un cambio positivo que lleva a sus empresas a obtener un bien.

Para conseguir orientarnos a los clientes debemos enfocarnos desde el propósito y visión de la empresa. Es por esto que el customer experience se ha convertido en el eje principal de las compañías en los últimos años.

Es fundamental crear este tipo de eventos y también formular documentos que refuercen toda la maquinaria de CX. En este sentido, en AMEC estamos implementando nuestra metodología EDIE (Estrategia, Diseño, Implementación y Evaluación) en la búsqueda de crear una serie de pasos para crear una base sólida de atención al cliente y lograr generar experiencias satisfactorias que desencadenen una fidelización.



# ¿EN QUÉ CREEN QUE HA CAMBIADO NUESTRA CULTURA GENERAL EN LOS ÚLTIMOS AÑOS?



Nuestra cultura y estructura inicialmente estaba centrada en procesos, y desde hace algunos años hemos comenzado esta transformación para centrarnos en el cliente en todas las áreas y procesos con una implementación de una metodología sistemática de medición de la voz del cliente y nuestros empleados, para generar un ciclo de mejora continua.

Todo comienza con un liderazgo comprometido que realmente establezca la experiencia del cliente como una prioridad.

Segundo un NPS como métrica única para poder dar un seguimiento sistemático de todo el proceso.

Y finalmente establecer un sistema de mejora continua después del análisis, que incluye entrar en todas las áreas y dar retroalimentación y seguimiento al proceso.

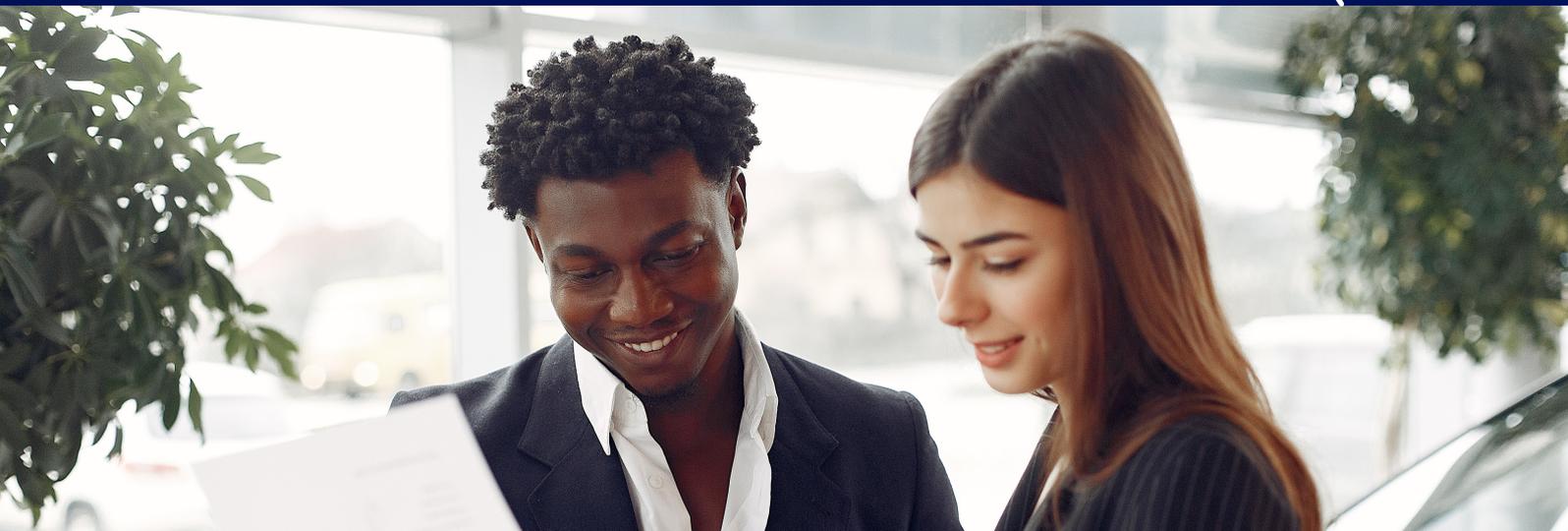
# ¿CÓMO SE LOGRA EL INVOLUCRAMIENTO ACTIVO DE LOS COLABORADORES PARA LOGRAR MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES?



Un punto clave es involucrarlos en el proceso, así como contarles el modelo, y tener una comunicación abierta con ellos. Se pueden crear talleres, responder sus dudas, conectándolos entre ellos, incluso involucrándolos con clientes para que escuchen su experiencia en primera persona y puedan saber lo que el cliente realmente siente.

Todo con el fin de que forme parte de su día a día, que la gente esté preocupada de que en cada interacción con el cliente la percepción sea lo más positiva posible, porque saben que será un resultado positivo tanto para ellos, como para la empresa. Que sepan que las felicitaciones tendrán mucha visibilidad y habrá reconocimientos a su compromiso.

**AMEC** talks



# ¿CÓMO DECIDES POR DONDE EMPEZAR Y QUÉ TE ANIMÓ A SEGUIR EN EL CAMINO DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE?



Es importante realmente encontrar el punto de dolor de raíz y traer a todos los equipos multidisciplinarios para resolverlo.

A veces es abrumador que a pesar de tener los productos, procesos e información, todos los puntos de dolor parecen prioritarios, por lo que es fundamental tener una buena estructura de análisis.

Necesitas mucha gestión del cambio para influenciar a los grupos involucrados a que vean como realmente afecta una mala experiencia y que somos un equipo.

Alienta mucho comenzar a ver el cumplimiento de las metas que se plantean, y como realmente este cambio permea en el día a día.



# ¿QUÉ ESTRATEGIA IMPLEMENTARON A FIN DE QUE EL CX PUEDA SER RÁPIDAMENTE ADAPTABLE EN LOS CAMBIOS EN LAS TRANSFORMACIONES GLOBALES?

La pandemia ha sido un gran ejemplo que nos ha sacudido, y nos ha obligado a ser más rápidos en cómo analizamos y respondemos a la voz del cliente.

Por lo que escuchar con mucha prontitud fue la clave para mantener como prioridad esta práctica como prioridad.



Tiene que haber una base clara para poder alcanzar ese estado de madurez en el que rápidamente puedes tomar decisiones o adaptarte a cambios tan bruscos.



## AGRADECEMOS TU PARTICIPACIÓN

Síguenos en contacto a través de nuestras redes sociales.



[Pulsa aquí para ir a LinkedIn](#)



[Síguenos a través de YouTube](#)



[Escucha nuestro Podcast en Spotify.](#)



[Encuétranos en Facebook](#)



[Visita nuestra página WEB](#)