



Customer Experience

ADVISORY | CONSULTING | DIGITAL ENABLEMENT

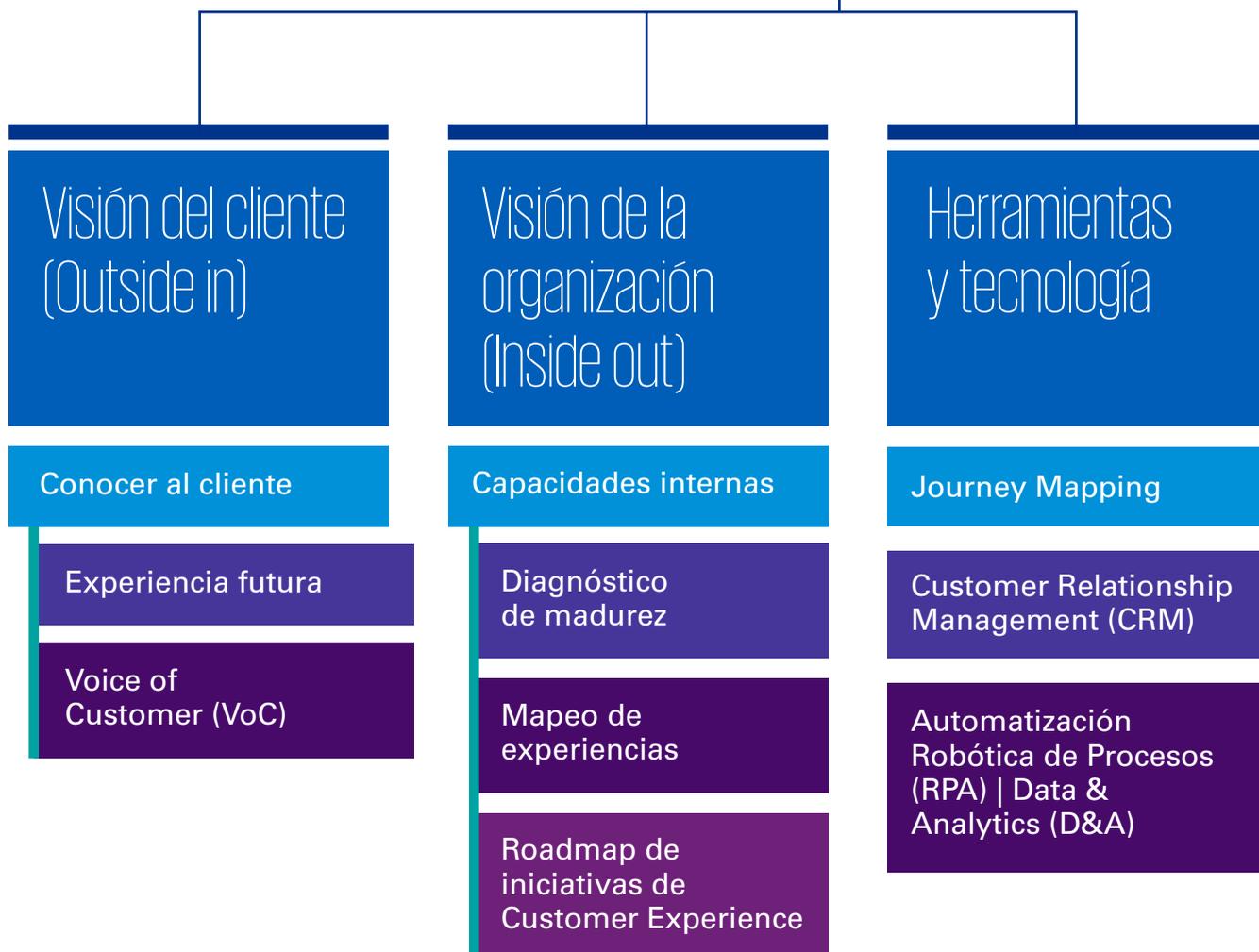
kpmg.com.ar

Customer Experience

Nuestro enfoque de Experiencia de Cliente (CX) se basa en encontrar el equilibrio entre la visión del cliente y la de la organización.

¿Qué esperan sus clientes? ¿La organización tiene las capacidades necesarias para brindar esa experiencia que están esperando? ¿Sus colaboradores son conscientes del impacto en la experiencia?

Tomamos a la tecnología como principal aliado en la búsqueda de ese equilibrio.



1. Visión del cliente (Outside in)

Las soluciones de Voice of Customer (VoC) sirven como insights para la toma de decisiones.

Buscan capturar y entender a nuestros clientes y/o prospectos:



¿Qué dicen?

Feedback voluntario o por solicitud.



¿Qué hacen?

Actividades transaccionales relacionadas con la propuesta de valor de la organización.



¿Qué sienten?

Análisis de sentimientos a través de canales de redes sociales y plataformas en línea.

Por ello es necesario diseñar un programa de VoC en el que se contemplen los siguientes aspectos:

1

Escuchar el feedback del cliente.

2

Aprender de la información recolectada.

3

Actuar para mejorar la Experiencia de Cliente (CX).

Beneficios de trabajar en la Voz del Cliente (Voc):

Impulsar el crecimiento

- ¿Dónde invertir?
- ¿Dónde reducir costos?
- ¿Dónde desarrollar la marca?
- ¿Dónde optimizar la operación?

Empoderar

- Facilita la toma de decisiones proactivas en todos los niveles.
- Acciones claras y con impacto en los resultados.

Involucrar a los colaboradores

- Democratizar las plataformas/insights de VoC.
- Dar solución a los problemas de los clientes.
- Integrar con plataformas de gestión de clientes.

Retener a los clientes

Es posible identificar las preferencias del cliente, impulsando mejoras en función de sus expectativas.



2. Visión de la organización (Inside out)

Descubrir como está la organización respecto a la Experiencia de Cliente (CX).

El **Maturity Assessment (MA)** motiva a la organización a desarrollar una mirada profunda sobre la experiencia. Ayuda a priorizar los puntos clave enfocándose en la experiencia de cliente y además permite identificar próximos pasos.

Se ejecuta el Maturity Assessment y workshop (en vivo) para ayudar a priorizar los puntos clave del cambio necesarios para mejorar la experiencia de cliente.

Es flexible: puede ser en un área sola o en distintas.

Output: diagnóstico de madurez. Análisis cuantitativo y cualitativo, desafíos, recomendaciones y plan de acción. ¿En qué estado se encuentran hoy?

Empatizar con nuestros clientes

¿Cómo es el Journey del cliente? ¿Cuáles son las expectativas y puntos de dolor?

¿A través de qué canales interactúa?

Desarrollar Customer Personas

Muestran una descripción completa y detallada de un perfil ficticio que ejemplificará a un grupo específico de clientes. Representan a cada uno de los segmentos de la empresa.

Workshops de co-creación

Talleres que permitirán trabajar a los colaboradores y clientes con herramientas específicas de CX.

Entender el punto de vista del cliente

Tomando en cuenta la información de interacciones entre el cliente y la empresa.



Customer Journey Map

Representa de forma visual todas las interacciones que tiene un cliente con la organización. Permite analizar la experiencia emocional que vive el cliente en cada punto de contacto.

Oportunidades de mejora

Analizando el Customer Journey Map identificamos brechas y oportunidades de mejora que nos guíen para brindar una mejor experiencia.



Debemos diseñar esa experiencia que queremos brindar e implementarla.

¿Qué experiencia queremos entregar/mejorar para los clientes/prospectos?

¿Cómo mejoro la experiencia con los recursos que tenemos?

¿Cuáles necesitamos?



3. Herramientas y metodología

Journey Mapping – Spectrum

KPMG ha desarrollado su propia herramienta de journey mapping. La misma permite mapear cada una de las fases o etapas que recorre una persona, desde que le sobreviene una necesidad hasta que se convierte en cliente de una marca porque compra un producto o adquiere un servicio.

Customer Engagement



Desde el 2019 somos parte del ecosistema de Partners. Salesforce es una solución de gestión de relaciones que une empresas y clientes. Está 100 % en la nube y nativamente se puede utilizar en su versión desktop o móvil.

En este sentido, buscamos mejorar la experiencia de los clientes y de los colaboradores con la implementación de tecnología de primera línea. En Salesforce se podrán mapear las interacciones, desde la captación de leads, hasta la venta y post venta (procesos end-to-end).



¿Cómo puede ayudar KPMG?

- Descubrimiento de oportunidades.
- Desarrollo de estrategia y hoja de ruta.
- Implementación y soporte.
- Arquitectura de soluciones.
- Capacitaciones.



¿Cómo puede ayudar KPMG?

Desarrollando una estrategia de datos junto con su posterior implementación y estableciendo métricas centradas en el cliente para identificar oportunidades de negocio.

Customer Analytics

Mejorar la comprensión e interpretación del comportamiento del consumidor y obtener una ventaja competitiva de su inversión en la gestión de los datos.

¿Cómo llegamos allí?

Desarrollando soluciones basadas en tecnologías de Data & Analytics para aprender más sobre los clientes, detectando cambios en su comportamiento.

Customer Automation

Desarrollamos soluciones que les permiten a las compañías ser más ágiles y poder reaccionar rápidamente a un entorno cambiante, tanto de cara a los consumidores como a los colaboradores.

Mediante el aprovechamiento del rediseño de procesos y el apalancamiento en nuevas tecnológicas es posible tener procesos más efectivos, reducir costos, mejorar la calidad y transparencia.

¿Cómo puede ayudar KPMG?

KPMG ha desarrollado un enfoque holístico y centrado en el cliente para guiar a las compañías en cada etapa de su viaje. El programa de Intelligent Automation (IA) incluye:

- Descubrimiento de oportunidades.
- Conocimiento y selección de proveedores de tecnología.
- Desarrollo de estrategia y hoja de ruta.
- Diseño de programa piloto.
- Soporte de implementación.
- Evaluación del modelo operativo.
- Arquitectura de soluciones.
- Gestión y gobernanza del programa.
- Gestión de riesgos y cambios.



Contactanos, podemos ayudarte:



Alvaro Casalins
Socio de Digital Enablement
acasalins@kpmg.com.ar
KPMG en Argentina



Griselda Garibotti
Directora de Customer Experience
ggaribotti@kpmg.com.ar
KPMG en Argentina

kpmg.com.ar



La información aquí contenida es de naturaleza general y no tiene el propósito de abordar las circunstancias de ningún individuo o entidad en particular. Aunque procuramos proveer información correcta y oportuna, no puede haber garantía de que dicha información sea correcta en la fecha que se reciba o que continuará siendo correcta en el futuro. No se deben tomar medidas en base a dicha información sin el debido asesoramiento profesional después de un estudio detallado de la situación en particular.

© 2021 KPMG, una sociedad argentina y firma miembro de la red de firmas miembro independientes de KPMG afiliadas a KPMG International Limited, una entidad privada inglesa limitada por garantía que no presta servicios a clientes. Derechos reservados.