

50 casos de éxito en *Experiencia de Cliente*

Alberto Córdoba y Juan Ramón Genís



ISBN: 9788416894437

Editorial: LID Editorial

Colección: **Acción Empresarial**

Idioma: **Español**

Páginas: **247**

Encuadernación: **Rústica**

Formato: **20,5x20,5 cm**

PVP papel: **24,00 euros**

PVP e-book: **14,99 euros**



#50CasosCX

La obra

Todo el mundo habla de **experiencia de cliente**. La palabra **experiencia** aparece en todos los anuncios, en todos los planes estratégicos, en todas las búsquedas, en todas las opiniones sobre empresas en **redes sociales**. Y, ante ello, muchos nombran y estudian casos de compañías americanas como **Apple, Amazon o Starbucks**.

Pero muchos de los mejores casos empresariales en **customer experience (CX)** están sucediendo en **España**.

Este libro recopila **50 de las mejores prácticas en CX que se han dado en nuestro país**. Y lo hace contado de forma sencilla por sus propios protagonistas, por los directivos de esas 50 empresas que han conseguido transformar su entorno hasta lograr clientes mucho más contentos.

Conoceremos casos espectaculares en **banca**, en **retail**, en **turismo**, en **salud**, en **compañías eléctricas**, en **seguros**... En **B2B** y en **B2C**. En compañías de las que te esperas innovaciones increíbles y en compañías de las que no. Todo ello se agrupa en el libro de referencia de la experiencia de cliente en español.

Un **libro de consulta** al que volverás una y otra vez.

Los mejores casos empresariales en consumer experience



Cocinando juntos en IKEA



COMPRAR UNA COCINA MEJORANDO EL MODELO DE VENTA

El mundo digital y la tecnología conforman un nuevo tipo de cliente con nuevas demandas, afectando también al funcionamiento de su relación con la empresa. Desde esta perspectiva, IKEA analizó la experiencia del cliente y decidió buscar soluciones diferentes a las tradicionales.

¿QUÉ SE HIZO?

Se desarrolló un nuevo modelo de venta, la cita previa, con la que el cliente, a través de la página web, podía pedir cita en la tienda que eligiese y se le adjudicaba la figura de un asesor con nombre y apellidos. Este asesor te acompaña durante todo el proceso y las fases de la compra, desde la planificación técnica hasta el diseño de su nueva cocina.

Tras la implantación exitosa de este modelo, se ha ido más allá, logrando atender al cliente de una forma más cercana.

bankinter.

COINC: ponerse en el lado del cliente



PASAR DE PENSAR EN HERRAMIENTAS A COMENZAR A PENSAR EN SOLUCIONES

Es muy habitual que cuando una entidad financiera comienza su proceso de digitalización se limite a tomar su portafolio de servicios y productos y trasladarlo a su web. Bankinter decidió cambiar esto y entender de verdad al cliente para satisfacer sus necesidades de manera digital.

¿QUÉ SE HIZO?

Bankinter lanzó COINC en julio de 2012, una novedosa iniciativa digital basada en una idea relativamente sencilla: ayudar a los usuarios a conseguir metas concretas gracias al ahorro. La llegada de COINC supone la ruptura del paradigma anterior al proporcionar una propuesta de gestión del ahorro completamente diferente: divertida y 100% online, remuneración del ahorro a unos tipos muy competitivos, compartir las metas con otros usuarios a través de las redes sociales y disponibilidad inmediata de fondos.

Este éxito radica en su sencillez y facilidad de uso y funcionalidad. A partir de su concepción inicial, COINC ha ido incorporando al portal muchos otros servicios y funcionalidades. Su última novedad consiste en la creación de un entorno dedicado a la gestión hipotecaria que permite no solo solicitar una hipoteca 100% digital en tiempo récord, sin necesidad de enviar documentos o cambiar de banco, sino también obtener toda la información que puede llegar a necesitar cualquier persona que esté pensando en alquilar una vivienda.



El servicio al paciente lleva a Sandoz en 2016 a plantearse un reto mayor: pasar de ofrecer servicios aislados a capacitar la farmacia para que diseñe un programa continuo de trabajo, alimentado por el conocimiento del paciente y dirigido a mejorar su experiencia y salud.

¿QUÉ SE HIZO?

Para generar un plan de trabajo personalizado por cada farmacia, se diseñó una metodología en cuatro fases:

1. Medición de la experiencia de sus pacientes; qué viven y qué valoran.
2. Plan de actuación, identificando las áreas de trabajo que impactarían en los elementos menos valorados.
3. Implantación del plan mediante dinámica de trabajo semanal según las prioridades de la farmacia.
4. Seguimiento de su impacto y mejora continua, con ayuda personalizada.



Sanitas Blua



ACTIVIDAD FÍSICA Y BIENESTAR EMOCIONAL, ELEMENTOS FUNDAMENTALES PARA UNA VIDA SANA

A día de hoy la falta de tiempo es una de las mayores preocupaciones de una sociedad hiperconectada, que trabaja 24 horas al día y que necesita productos y servicios con inmediatez. Más de la mitad de la población no acuden a la consulta médica por falta de tiempo y han dejado de realizarse analíticas, han abandonado algún tratamiento y han dejado de tomar medicamentos por la misma razón.

¿QUÉ SE HIZO?

Sanitas desarrolló un nuevo proyecto, Blua, que permite gestionar en escasos minutos lo que antes suponía horas. Un seguro de salud digital con el que se puede tener el control de la salud de cada uno y el de su familia en todo momento a través de un dispositivo móvil. Así, las videoconsultas con expertos de 19 especialidades, las analíticas en casa y el envío de medicamentos a domicilio son algunas de las soluciones más atractivas de este seguro.

Blua, además también responde a las necesidades del bienestar emocional gracias al acceso a programas de psicología o de nutrición. Pone así al servicio de los clientes guías de consejos orientados a fomentar la salud psíquica.

Alberto Córdoba

Es pionero en Europa en **experiencia de cliente**. Con la consultora **Lukkap Customer Experience**, de la que es socio-director, lleva desde 2005 transformando el mundo a través de la experiencia de cliente. Es **ingeniero industrial** por ICAI y Digital Business Executive por el ISDI.



Juan Ramón Genís

Se incorporó a **Lukkap** en marzo de 2010 como manager de **Desarrollo de Negocio y Gestión de Alianzas** y en 2018 se le ha nombrado socio-director de la organización.

Es licenciado en **Psicología** por la UAM y máster en **Dirección de Recursos** en CEREM.

Sobre Lukkap

Lukkap es una compañía innovadora que, a través de sus diferentes unidades de negocio, quiere contribuir a **transformar el futuro**. Desde 2005, **Lukkap Customer Experience**, pioneros en **Experiencia de Cliente** en nuestro país, han realizado proyectos de diagnóstico, diseño e implantación para transformar canales y personas, partiendo del **cliente**. Con el firme objetivo de **mejorar y medir** la experiencia del cliente, Lukkap Customer Experience trabaja de la mano de las más importantes empresas de nuestro país para desarrollar **modelos de negocio sostenibles y diferenciadores**, consiguiendo resultados.

Índice

Prólogo de José Martínez-Arroyo

Los cinco grandes retos de las compañías de hoy

1. Resultados
2. Adelantarnos al futuro
3. Diferenciación
4. Transformación cultural
5. Implantación de la estrategia

Epílogo

Índice por categorías

Agradecimientos

Empresas participantes

Coordinadores

Sobre Lukkap