



Experiencia líquida

de José Carlos Otero y Marta Marrodán
Con prólogo de Ángel David López

ISBN: 978-84-1662-492-8
Editorial: LID Editorial
Colección: Acción Empresarial
Edición: 1ª Edición
Idioma: Español

Páginas: 224
Encuadernación: Rústica
Formato: 15x22 cm
PVP papel: 19,90 euros
PVP e-book: 11,90 euros



#ExperienciaLíquida

La obra

Experiencia líquida enseña al lector **cómo gestionar la experiencia del cliente** de una forma líquida y que fluya, inundando estas relaciones de un nuevo lenguaje, nuevas voces y conversaciones que antes no se escuchaban.

El libro recorre los escenarios actuales que describen la situación de la función CEM (Customer Experience Management) y nos dan una serie de **claves para gestionar una buena comunicación con un cliente que cada vez es más exigente**.

Las empresas ya están diseñando modelos de relación internos para poder asumir roles de transformación que permitan incluir la visión del cliente en el **ADN corporativo**, convirtiendo a éste en principal fuente de información para las nuevas formulaciones de productos, servicios, canales y aproximaciones a mercado.

En definitiva, este manual ayuda a diseñar una estrategia mucho más afinada y contundente para garantizar el éxito en estas oportunidades e intenta dar respuesta a esta nueva dimensión desde el punto de vista de consultores que viven con pasión el presente y futuro de CEM.

Incluye entrevistas a responsables de grandes empresas de dicho departamento como **BBVA, Telefónica Chile, Metro de Madrid, Mapfre, Volkswagen y Junta de Andalucía**.



Los autores



José Carlos Otero es licenciado en Bellas Artes por la Universidad de Vigo, máster en Marketing por la Universidad Autónoma de Madrid y premio Constantinus Internacional 2015 by Feaco.

Ocupa el cargo de director del Servicio de Experiencia de Cliente de everis donde lidera proyectos de diagnóstico, transformación e implantación de experiencia de cliente y experiencia de empleado para importantes empresas tanto del sector privado como público.

Marta Marrodán es licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y posgraduada en Gestión Publicitaria. Ha sido doctorando el programa de Doctorado en Marketing por la Universidad Complutense de Madrid.

Antes de llegar a ser leader de Customer Experience en everis, ha sido responsable de Usabilidad de Bankia así como de la gestión de Experiencia Digital en la Universidad Antonio de Nebrija.

Su área de especialización se enfoca al diseño de experiencia multicanal con visión interna y externa.



Índice

Prólogo de Ángel López Gómez

1. De la experiencia de puntos de contacto a la experiencia líquida

2. Herramientas de customer experience

3. La voz del cliente

4. La voz del empleado

5. El modelo de gestión de la experiencia del cliente.

6. El sector público y la experiencia del ciudadano

7. Reflexiones finales

Glosario

Autores y colaboradores

Notas



Citas de profesionales de este departamento

“En el modelo estadístico de análisis de emociones, pueden afectar distintos elementos, como el sarcasmo, las faltas de ortografía o de puntuación, que hacen que cambie el sentido de la frase.”

Carolina del Cerro, Data Management de BBVA.

“Es necesario escuchar al cliente, entender sus necesidades para luego trabajar en la solución, que no tiene por qué ser la que conoce o imagina.”

Adelaida Careaga, directora general de Estrategia, Marca y Cultura Corporativa de Metro de Madrid.

“Las personas son fundamentales; sin ellas no hay experiencia (tanto en front como en back) [...] Tenemos que humanizar los procesos y saber cuándo nos los podemos saltar.”

Marta Calero, Área de Clientes de Mapfre.

“El cliente sólo es uno y nos ve como uno [...] la experiencia no la proporciona sólo el vendedor o el de marketing al principio, sino que todos y cada uno de nosotros contribuimos con una huella que dejamos al cliente.”

Pedro Mateos, Dirección de Volkswagen Service.

“Tenemos que contemplar al ciudadano como propietario de la Administración, no como cliente [...] porque si un ciudadano pide tener contacto con un experto, está pidiendo que la organización trabaje de forma más horizontal, más cercana.”

Francisco José Lama, Servicio de Calidad y Atención Ciudadana de la Junta de Andalucía.